



**interea** *visual*

07

*comunicar en cultura*



DEPUTACION DA CORUÑA  
[www.dicoruna.es](http://www.dicoruna.es)



# Vari Caramés

Vari Carámes  
Tránsito 05, 2003-2004

Foto capa:  
Vari Carámes  
Tránsito 08, 2003-2004

[www.varicarames.com](http://www.varicarames.com)



Caramés de corpos e auga, néboa e luz, un nostáxico dun tempo por vir. Un místico escriba urbano que levanta acta efémera de atmósferas varias. Eis un melancólico que aluca tralas xanelas, que crea obras na tanxencia do cotián. Imaxes etéreas no gume do real e do imaxinado. Creador de metáforas fuxidías, sempre persoal. Dasnos solaz, refuxio suxestivo e acubillo. Levas literatura nas fotos, pois lémbraos aos diarios de viaxe e aos cadernos de bitácora; ao Pessoa das paisaxes na memoria; aos aforismos de Lichtenberg, a ironía en virutas de Marcos Lorenzo. Vari evocador...rindo.

## Salvador Fernández Moreda

Presidente da Deputación da Coruña

*But in the communiqué you know he's gonna come clean  
think what he say, say what he means  
may be on monday he got something to say  
Communication, communiqué, communiqué.  
Maybe he could talk about the tricks of the trade.*

Communiqué, Dire Straits (1979)

Vivimos á présa. Composta de innumerables fragmentos, é a nosa unha cultura de *zapping*. Fragmentos incoherentes, a miúdo, entre si, procedentes de fontes diversas e de desigual alcance, van axudando a conformar un xeito de entender a vida, uns estados de opinión pública, mesmo unhas pautas de conduta. Crecentes canles televisivas ou emisoras de radio, múltiples cabeceiras de xornais diarios de balde, unha vizosa grella de revistas periódicas, información a través da telefonía móbil, milleiros de páxinas na internet poboan a nosa cotidianeidade vital. Extensión e moita, posiblemente excesiva superficialidade. Lemos os titulares, opinamos de oído. A sobreabundancia de emisores esixiría unha actitude certamente profiláctica, un filtrado do que e do como nos contan. A cantidade ameaza con levarse por diante á calidade.

Así mesmo, ademais dos hábitos cotiáns de nos informar, as formas de relación persoal, de espaxamento e de lecer imperantes na cidadanía, convidan aos responsables políticos e técnicos da administración local a estar moi atentos a estos cambiantes fenómenos sociolóxicos e as súas consecuencias. A análise de ditos procederes sociais, sen dúbida, requiren unha cumprida reflexión, pois non son casuais. A mosan, en definitiva, un sino dos tempos. De feito, como ben di Rosa Aneiros no seu artigo no presente número da revista, a historia da comunicación ao longo dos séculos é a historia do propio ser humano: das súas problemáticas en interacción cos outros e co medio, as súas incertezas laborais e persoais, as súas arelas por un contorno de calidade.



**Branda**  
Tres mozas de voda - 2005  
Acrílico sobre tea - 60 x 80 cm.



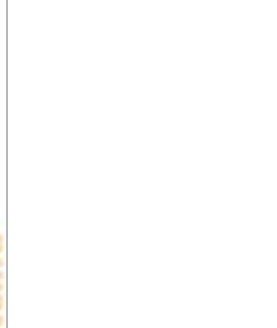
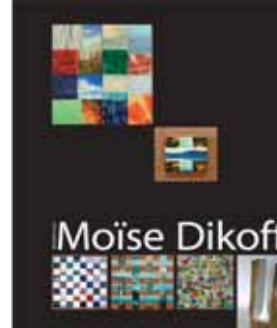





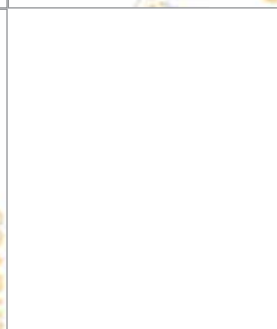








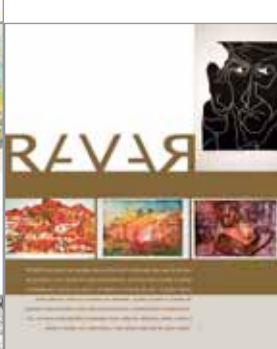

A acción cultural pública, en termos de servizos, programas e actividades non pode obviar as circunstancias que caracterizan a nosa cotemporaneidade. Máis aínda, tales trazos nos xeitos de vivir e de convivir das persoas, deben incidir e, de feito, inciden, nos modos e mensaxes que enviamos á cidadanía. As múltiples canles comunicativas e informacionais maiormente que existen hoxe en día, son utilizadas para dar a coñecer a oferta que as administracións, organismos públicos, entidades, empresas privadas e os axentes culturais en xeral xeran. O quid da cuestión está en ser conscientes das súas potencialidades para que sirvan de medio eficaz e eficiente para difundir dita oferta. A revista *interea* visual é, en si mesma e como parte dos seus obxectivos, un claro exemplo do que dicimos.

En base ao dito, velaí o cúmulo de reflexións, opinións, directrices, boas prácticas e recursos que, entre outros contidos, conforman este novo número arredor de *comunicar en cultura*. Porque tan importante é deseñar estratexias e propostas culturais suxestivas para diferentes públicos como difundir tales accións no tempo e forma de acorde a tales mensaxes, dende o organismo provincial e en conxunción co equipo do proxecto *interea*, optamos por abordar esta temática. É tempo agora de contrastar tal intencionalidade formativa coa bagaxe experiencial que os axentes culturais da provincia amosades día a día.





	<b>0</b>	Capa e contracapa: Vari Caramés
	<b>1</b>	Editorial
<b>tema</b>	<b>4</b>	A literacidade electrónica: un novo paradigma comunicacional / <i>Manuel Bragado</i>
	<b>10</b>	Os públicos e a mensaxe / <i>Rosa Aneiros</i>
	<b>15</b>	Moise Dikoff
	<b>16</b>	Os blogs como ferramentas comunicativas / <i>Ana Belén Fernández</i>
	<b>20</b>	Sempre en Rianxo / <i>Barro - Salgado - Santana</i>
	<b>24</b>	A cultura dixital, cara a un modelo de comunicación descentralizado e distribuído / <i>Pere Báscones</i>
	<b>28</b>	Daniel Montero
	<b>29</b>	Breves apuntamentos de comunicación cultural
<b>opinión</b>	<b>30</b>	Cultura, comunicación e castración / <i>Julián Hernández</i>
	<b>33</b>	Manexados / <i>Xulio L. Varcárcel</i>
	<b>34</b>	Roi Paz Collazo
<b>chaves</b>	<b>35</b>	As políticas culturais na administración local galega: a situación dos municipios da Comarca da Mariña Central / <i>Pilar López</i>
	<b>42</b>	Maruxa Fernández Llamazares
	<b>43</b>	A xente non quere teatro: unha breve reflexión sobre como estimular a asistencia de público aos espectáculos teatrais. / <i>Marcos Lorenzo</i>
<b>conversa entre...</b>	<b>47</b>	Comunicar en cultura <i>Diego Seixo (creativo)</i> <i>Luis Álvarez Pousa (xornalista e editor)</i> <i>José L. Estévez (editor)</i> <i>Daniel Romero (técnico cultural municipal)</i>
	<b>52</b>	Yolanda Martínez Dorda
<b>referentes</b>	<b>53</b>	Familia / <i>Anxos Sumai</i>
	<b>54</b>	Fundación Pedro Barrié de la Maza
	<b>57</b>	Andrea Costas
	<b>58</b>	A Nasa: unha aproximación ás salas alternativas
	<b>61</b>	Fundación Wenceslao Fernández Flórez
	<b>64</b>	Xosé Cobas
	<b>65</b>	Comunicación e patrimonio histórico: unhas liñas de actuación no concello de Culleredo / <i>Carlos Pereira</i>
	<b>69</b>	A Deputación da Coruña cos creadores locais / <i>Celestino Poza</i>
	<b>72</b>	A Casa da Xuventude de Ourense, unha xestión compartida / <i>Benito Losada</i>
	<b>74</b>	Colectivo Ravar de gravado
	<b>76</b>	As rutas urbanas animadas / <i>Ana Judel - Laura Cedrón - Alberto Míguez</i>
<b>colaboracións</b>	<b>79</b>	Escolas Culturais do Concello de Culleredo / <i>Pablo Bouza</i>
	<b>82</b>	Recursos

# sumario

# A literacidade electrónica: un novo paradigma comunicacional

**Manuel Bragado**

Editor e blogueiro, director de Edicións Xerais de Galicia e responsable de Brétemas  
bretemas@gmail.com



**Moise Dikoff**  
Orden natural - 2005  
Óleo sobre lenzo - 78 x 99 cm.

Este pasado 17 de maio, no que a sociedade galega homenaxeou a Manuel Lugrís Freire, un dos constructores da idea da rexeneración da nación dende a cultura, celebramos, tamén, o “Día de Internet” e o “Día Mundial das Telecomunicacións e da Sociedade da Información”. Unha feliz coincidencia que obriga a reflexionar sobre as oportunidades e os retos que as novas tecnoloxías dixitais proporcionan á lingua e á cultura galegas no contexto dunha sociedade globalizada, que queremos diversa e multilingüe. Unha reflexión aínda máis necesaria, nun momento de crise e devalo da celebración do “Día das Letras Galegas” –a nosa segunda festa nacional e a primeira de carácter estritamente cultural– efeméride abondo ritualizada e afastada do interese da maioría da cidadanía que precisa ser renovada e potenciada institucionalmente explorando novos vieiros.

## Literacidade electrónica globalizada

A cada tempo correspóndelle unha forma característica de ler e escribir. A lectura e a escritura sendo actividades individuais que requiren esforzo e atención conformáronse, como sinala Paulo Freire, como prácticas sociais e culturais saudables inseridas sempre nunha comunidade e tempos concretos. Ese é o fenómeno social que definimos como “literacidade” ou “cultura escrita”.

As novas tecnoloxías electrónicas propiciaron a consolidación dun novo paradigma comunicacional: o da *literacidade electrónica globalizada*. Durante a última década, debido aos

desenvolvimentos imparables e exponenciais dos fenómenos da telefonía móbil, de Internet e das linguaxes (html, stml...), formatos (tiff, jpeg, mpeg, pdf, mp3...) e estándares tecnolóxicos (especialmente a irrupción do chamado software libre) a eles asociados, foise conformando a cultura escrita dixital, un novo xeito de ler e escribir sobre as pantallas. Un paradigma no que ninguén pode quedar alleo e do que ningunha identidade cultural, se quere existir no futuro inmediato con algunha garantía, pode quedar fóra.

Somos testemuñas e actores, sen telo escollido, da revolución comunicacional máis trascendental que ideou, dende hai cinco séculos, a humanidade, tras a invención da imprenta de tipos móbiles: a da expansión mundial da comunicación electrónica. Este é un fenómeno recentísimo que xa está modificando as nosas formas de vida. Velá os cambios de costumes que vivimos desde a revolución introducida pola telefonía móbil, da que moi dificilmente somos capaces de subtraernos. Eis a mudanza dos nosos hábitos de comunicación a distancia (por medio de mensaxes sms, do correo electrónico, dos chat ou dos blogs, utilidades cada vez con maior número de usuarios). Outrosí, no acceso a novos produtos dixitais das industrias culturais, sexan os da música (escoitamos cancións en reprodutores de mp3 ou no propio ordenador), os da edición impresa (lemos xornais e revistas electrónicas, baixamos estensos documentos pdfs desde a Rede) ou os do audiovisual (participamos da interactividade que proporcionan as utilidades da televisión dixital terrestre). Hoxe, grazas a estas tecnoloxías electrónicas, unha parte da nosa sociedade xa le, escribe e goza das creacións culturais de forma diferente a como o facía só hai apenas cinco anos.

No seu libro máis recente, *Tras las líneas* (Anagrama, 2006), o profesor catalán Daniel Cassany argumenta que esta revolución dixital en marcha está provocada pola aparición dun novo discurso social sobre a lectura, a actividade cognitiva central deste proceso, que denomina "literacidade electrónica". Fronte ao discurso tradicional das tecnoloxías analóxicas impresas, ao xeito de nova vertice consolídase un novo discurso, un novo tipo de lectura urdida coas utilidades que lle son propias á *prosa electrónica* das pantallas de teléfonos móbiles e ordenadores. Lemos, escribimos ou accedemos (grazas, sobre todo, a Google, á Wikipedia, Galipedia ou a You Yube) con pasmosa facilidade á enorme cantidade de información textual e audiovisual arquivada en Internet. Facémolo de forma moi diferente a como consultamos unha enciclopedia ou un dicionario en papel, ou como e onde lemos unha novela ou un folleto informativo, porque utilizamos unhas ferramentas (que melloran as súas utilidades á velocidade espantosa) que nos proporcionan posibilidades comunicacionais e culturais poderosas e amigables que, no devir duns poucos anos, mesmo duns poucos meses poden proporcionarnos outras posibilidades hoxe inimaxinables.

A revolución na comunicación cultural provocada por esta nova literacidade non está tanto nos soportes ou na interface das pantallas que actualmente empregamos (sexa a dos teléfonos

móbiles, ordenadores persoais, axendas pedeás ou consolas de vídeo xogos) senón no propio contido. Eis, nesa centralidade do contido electrónico sobre o soporte é onde reside realmente o cambio do paradigma comunicacional do que estamos falando. Un contido electrónico enriquecido polas utilidades que, tanto para o autor como o lector, supoñen a súa *hipertextualidade*, *intertextualidade*, *multimodalidade* e *multilectura*.

A *hipertextualidade* –a posibilidade de realizar enlaces electrónicos dentro dun mesmo texto– permite ao autor xerarquizar e ordenar a presentación da información ou da creación literaria dunha forma recorrente e esférica e ao lector acceder a ela de forma discontinua. A *intertextualidade* –a posibilidade de enlazar con outros textos electrónicos externos ao texto, presentes na Rede ou nun entorno dixital pechado (no caso dos libros electrónicos en soporte cederrón ou DVD)– permite ao autor establecer un sistema amplísimo de citación e ao lector acceder a un macrotexto referencial de autoría compartida. A *multimodalidade* –a presenza unitaria nun texto de palabras, sons e imaxes interactuando entre elas– permite ao autor crear unha nova textura (un xénero discursivo multimedia, ao que compriría atoparlle denominación) que require ao lector o emprego de novas estratexias cognitivas. Por último, a *multilectura plurilingüe* e *intercultural* –fenómeno característico do Internet de hoxe, que fai referencia ao comportamento do lector que emprega simultaneamente varias pantallas onde aparecen textos, escritos en idiomas diferentes, procedentes de contextos culturais diversos– crea un novo contexto de linguas e culturas que derruba de facto fronteiras e confronta identidades.

Os soportes analóxicos impresos (o libro e o xornal, especialmente) permaneceron estables durante cinco séculos e o proceso de alfabetización dos seus usuarios, a pesar de terse estendido, á totalidade da poboación, unha conquista democrática da que se ocupan os sistemas educativos dende apenas hai dous centos anos, apenas sufriu modificacións significativas. Non foi este o caso dos soportes dixitais electrónicos que dende a súa creación se caracterizaron pola súa enorme fraxilidade (están permanentemente en obras), sometidos ás modificacións de vertice ocasionadas polos desenvolvementos e actualizacións constantes das novas utilidades da programación e da capacidade de miniaturización dos seus compoñentes. En menos de dúas décadas os estándares dixitais progresaron e modificaron as súas prestacións moito máis que o fixo a impresión analóxica ao longo de cinco séculos; como sinala José Antonio Millán estamos nun período de transición da cultura dos libros a dos bitios (considérase ao bit como unidade da textualidade electrónica) nun proceso irreversible.

Así e concluíndo, ata o que hoxe coñecemos, ao abeiro desta literacidade electrónica globalizada, apareceron novos xéneros discursivos, tanto sincrónicos (chat, sms) como asincrónicos (e-correo, blogs, páxinas web) que mudaron a textualidade, os hábitos de lectura e as formas de acceso dos seus usuarios. Cada un dos xéneros desta textualidade posúe unha

tema

configuración particular, determinada polas potencialidades informáticas e pola elección voluntaria dos usuarios. Así, a textualidade das webs adoita caracterizarse por unha prosa elaborada e correcta en base a publicación de textos non moi estensos (que ocupen apenas unha pantalla, xeralmente dúas mil matrizes) escritos nun rexistro formal. Pola contra, outros xéneros como o correo electrónico, o chat, as conversas instantáneas ou os blogs empregan unha textualidade onde se vai esvaendo a distinción entre oralidade e escritura; a relaxación e redución ortotipográfica (por desleixo ou como marca de economía comunicacional), o emprego de emoticonas, xogos gráficos, puntuación selectiva ou de rexistros coloquiais son característicos destes xéneros escritos espontáneos onde se escribe e le en base a novas convencións.

Vivimos, pois, inmersos no novo paradigma da comunicación cultural dixital, que propondo retos, ofrecendo oportunidades e suscitando múltiples incertezas e problemas non resoltos introduce moitos cambios na textualidade e focaliza a importancia do contido.

### **Economía da atención**

O primeiro efecto desta nova textualidade electrónica, tecida sobre Internet, é a súa sobreoferta informativa, feito que desorienta ao internauta máis habelencioso e experimentado. Existen hoxe máis de catro centos millóns de páxinas web (aínda que, ollo!, o cincuenta por cento do tráfico se concentra só sobre novecentas), cada día nacen un millón e medio de novas páxinas e a Rede duplica o seu tamaño cada oito meses. Diariamente circulan 20.000 millóns de correos electrónicos (cinco millóns cada minuto, moitos deles non solicitados), aos que habería que engadir as sesións de chats, os intercambios de correos instantáneos (vía msn) empregados por millóns de mozos e mozas, as descargas compartidas das redes P2P ou a actualización de milleiros de blogs persoais.

Este fenómeno de sobrecarga informativa dixital non afecta xa só aos profesionais deste novo entorno electrónico (informáticos ou investigadores), senón tamén ao conxunto dos cidadáns impotentes de xestionar a cantidade inxente de información que reciben, incapaces de metabolizar os nutrientes informativos dispostos na súa caixa de correo electrónico ou nos espazos da rede aos que acuden adoito. Razón pola que se ten definido este fenómeno como *diabete informática*, metáfora acaída para explicar o fenómeno de desperdicio inxente de información que se produce de forma inevitable neste modelo comunicacional. Que estratexia pode utilizar un usuario convencional, que dispón dun tempo limitado, para moverse en semellante ramallada ao alcance do seu rato?

Foi o economista Michael Goldhaber quen mellor definiu este fenómeno cando pronunciou a súa famosa frase: "vivimos nunha economía onde o ben escaso por excelencia é a

atención do público, nunha *Economía da Atención*". En Internet o ben máis escaso e valioso é conseguir a atención do público, é dicir atopar persoas que dispoñan "todos os seus sentidos e a mente para ter coñecemento do que se di, do que se fai ou do que está acontecendo" (segundo definición do Gran Diccionario Xerais da Lingua). Fenómeno virtual que ten o seu correlato no funcionamento do mercado globalizado real, onde, case sen excepción, en todos os sectores existe unha sobreoferta de produtos e servizos moi difícil de assimilar polo consumidor.

*"Quen consiga atraer a atención do público, gañar a súa confianza e convencelo que os bens que ofrece, son o resultado da mellor escolla entre o amplo abano de todos os existentes, gañarao como cliente, pois a falta de tempo, o seu recurso máis escaso, este desexará aproveitar o traballo de descarte inicial efectuado polo proveedor, reservándose unicamente o dereito de efectuar personalmente a elección final entre o ofertado polo seu proveedor".*

A cita corresponde ao internauta Juan Manuel Gimeno, quen xustifica así que no contexto da Economía da Atención o poder pasou do fabricante ao vendedor, que é quen decide, a fin de contas, o que pode ou non valorar o consumidor. "Hoxe o gran negocio reside en intermediar, actuando como filtro selector, entre o público e a oferta, de xeito que o usuario escolla entre aquilo que previamente lle foi seleccionado", conclúe Gimeno (2004) para expresar a importancia dos espazos de intermediación informativa e comercial na sociedade da globalización.

En Internet, que non deixa de ser reflexo do mundo real, emprégase unha estratexia de intermediación para realizar unha escolla e filtrado de contidos e xestión de documentos entre a sobreoferta de textualidade electrónica existente. Papel decisivo que desempeñan os *buscadores*, sexan os xerais como Google (de feito a Biblioteca de Alexandría do novo milenio); os especializados en marcas de contido ("tags") como Technorati ou en sindicación de contidos RSS como Bloglines; os de formatos audiovisuais como You Tube ou Google Vídeo que albergan millóns de vídeos; ou os buscadores monolingües, como o noso portal galego Vieiros ou o catalán Vilaweb. Intermediación comercial que realizan na rede as poderosas tendas virtuais de Amazon e E-bay ou, na minúscula escala do libro galego, Andel virtual; ou filtrado especializado que establecen os servizos de descargas de ficheiros como Emule.

Sendo así as cousas, no contexto desta literacidade electrónica globalizada, o primeiro reto comunicacional para alguén que queira publicar os seus contidos na rede é estar presente e ben posicionado nestes espazos de intermediación. Só deste xeito poderá conquistarse a difícil atención dos lectores (valorada en termos de audiencia, como sucede nas televisións) e ir tecendo unha rede de influencia hipertextual. Xa non abonda estar en Internet, cómpre facelo posicionándose e singularizándose.



## Literacidade crítica

No entorno desta nova cultura dixital é imprescindible, ademais, que cada un dos usuarios (lectores e escritores a un tempo) empregue unha perspectiva de *lectura crítica*, para saber diferenciar o ouro da palla e non quedar asolagados polo ruído enxordecedor emitido pola selva electrónica. Sempre é imprescindible ler con perspectiva crítica (tamén nos medios analóxicos impresos, que deitan a súa ideoloxía e posúen moita faramallada), pero moito máis o é manexando unha biblioteca electrónica tan enorme como Internet onde nin sequera existe o suposto aval ou a canonización realizada polo editor analóxico dos textos publicados.

A capacidade de buscar, atopar, avaliar e manexar datos en Internet (o que Cassany denomina *literacidade informativa*) é unha das habilidades máis trascendentais que esixe este novo modelo comunicacional electrónico. De moi pouco servirían os custosos investimentos de conectar todas as escolas e os fogares do país á Rede, se logo os escolares ou os cidadáns non saben atopar os vieiros para orientarse nesa selva tan espesa. Non se pode tratar a información das webs, blogs ou foros coma se fosen libros, revistas ou cartas, sen ter en conta que na Rede non existe o mesmo control que nas publicacións analóxicas impresas. É necesario asumir os riscos desa diversidade e da liberdade de publicación (unha conquista valiosa, sen dúbida, de Internet).

Ler neste novo entorno electrónico require ao usuario tomar moitas máis decisións (desde a elección do motor de busca a empregar á capacidade de diferenciar o tipo de enlaces entre os publicitarios e os hipertextuais...) ca nos soportes analóxicos, razón pola que é imprescindible unha formación máis madura e profunda para poder facelo con independencia e racionalidade. Ler na Rede semella un proceso moi doado, mais esixe dominar técnicas lectoras, informáticas e documentalistas: acertar coas palabras clave de busca, empregar as utilidades avanzadas dos buscadores, interpretar os valores das iconas, identificar webs enganosas ou identidades falsas (un perigoso andazo na Rede), determinar a autoría dos textos, analizar a fiabilidade, credibilidade e actualidade do contido... Ler neste novo entorno comunicacional, como sinala Cassany, non é só comprender as liñas ou o que hai detrás delas (como sucede no analóxico), senón tamén navegar, atopar, e avaliar un avultado número de textos (o que require de moito tempo e paciencia abonda) para, finalmente, enfrontarse, se hai sorte, coa información procurada nun sitio electrónico que consideramos crible, fiable e competente. En definitiva, ler neste novo entorno require lectores mellor formados e máis críticos, o que supón un reto complexísimo de alfabetización e formación electrónica para os actuais sistemas educativos.

## A lectura no centro do modelo

Desprazada a preeminencia do soporte analóxico sobre o contido, o novo paradigma de comunicación cultural electrónica asume a lectura como o seu elemento central, modificando



**Branda**  
Pulso - 2005  
Marquetería e acrílico sobre tea - 35 x 50 cm.



**Yolanda Martínez Dorda**  
Jose - 2005  
Óleo sobre lenzo - 100 x 65 cm.

radicalmente as funcións que desempeñan as industrias e as institucións da cultura analóxica, especialmente o papel dos editores e das bibliotecas. A lectura convértese así na actividade que caracteriza a comunicación cultural, concibida como un elemento transversal entre os soportes impresos e electrónicos.

Deste xeito, xa non é posible definir o libro, como se veu facendo ata agora, como un ben cultural impreso dun determinado número de páxinas encadernadas; senón, como felizmente establece o anteproxecto da nova Lei de Lectura e do Libro, como "a obra científica, literaria ou de calquera outra clase que constitúe unha publicación unitaria, editada nun ou varios volumes e que pode aparecer impresa ou en calquera outro soporte susceptible de lectura. Do mesmo xeito, enténdense incluídos nesta definición os materiais complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual ou sonoro que sexan editados conxuntamente co libro e que participen do carácter unitario do mesmo, así como calquera outra manifestación editorial".

Con esta redefinición, recoñécese que o característico do mundo do libro non reside xa no soporte (sexa analóxico-impreso ou dixital-electrónico) e, si pola contra, na actividade que promove, a lectura. Concibida a edición deste xeito, modifícase o papel dos editores e da industria do libro que no futuro ha de estar centrado sobre a produción e distribución de contidos culturais escritos.

Outrosí sucede coa biblioteca concibida agora como unha institución cultural pública especializada no acceso á lectura dos cidadáns. A biblioteca xa non almacena e pon a disposición da súa comunidade soportes analóxicos impresos (libros, xornais e revistas), senón que debe ofrecer, tamén, todo tipo de soportes susceptibles de ser lidos, escoitados ou visionados (sexan ríxidos ou en liña). A biblioteca, neste novo modelo

comunicacional electrónico, transfórmase na primeira institución cultural de cada comunidade local para acceder á nova Sociedade do Coñecemento, especializándose como un punto de acceso público tanto á rede comunicacional dixital como aos fondos documentais analóxicos. A literacidade electrónica supón unha revolución bibliotecaria.

Este modelo de convivencia do impreso e do dixital na comunicación cultural escrita obriga a repensar as políticas culturais públicas sobre a lectura e a modificar os usos e costumes da industria editorial e da súa cadea de valor. Aparecen así numerosos interrogantes para os que actualmente existen escasas respostas. No eido da propiedade intelectual o entorno dixital require un modelo de propiedade intelectual máis flexible (como supoñen xa as licenzas Creative Commons) para abordar tanto o feito da autoría compartida como o acceso aos contidos que, a partir de agora, non se realizan só mediante a adquisición do produto. No eido da industria editorial, o novo entorno dixital permite a actualización constante dos contidos, feito extraordinario para as obras de referencia ou educativas, o que conleva modificar o xeito de comercializalos (actividade reservada tradicionalmente ás librarías). No eido bibliotecario, o modelo comunicacional electrónico, require de novas infraestruturas e dun novo perfil profesional para a figura do bibliotecario, profesional do fomento da lectura e da documentación analóxica e dixital.

## E o futuro da nosa cultura e da nosa lingua?

Neste novo entorno, cal é o futuro para a nosa lingua e para a nosa cultura minorizadas? A cultura galega, pertencente a ese delicado grupo de nacións sen estado empeñadas en continuar no novo século sen claudicar de si mesmas, instaladas no horizonte difícil da globalización dixitalizada e da nova Europa irremediabilmente, digo, a cultura galega (e polo tanto a lectura en galego) deberá facer fronte a non poucos desafíos, dificultades e contradicións.

Este é o reto da nova modernidade: o salto cualitativo que nos permita non quedar descolgados da trepidante carreira dos tempos, abocados a unha encrucillada histórica de semellante transcendencia á que significou a imprenta no século XV. Entón, o idioma galego quedou fóra da nova tecnoloxía do libro e, en certo modo, Galicia, como singularidade, como identidade autónoma, quedou fóra do discurso da Historia tamén, ou da chamada Alta Cultura. Os incunables galegos xa non falan a vella lingua dos Cancioneiros de Don Dinis, senón en latín (Breviario Auriense, 1485) ou en castelán (Breve forma de confesión, 1495), códigos de poder que impoñía o novo modelo. Hai que esperar a ben entrado o século XIX para datar o primeiro libro de certa identidade impreso en lingua galega: A gaita gallega, de Xoán Manuel Pintos (Pontevedra, 1853).

Cando comezabamos a albiscar moi tímidos síntomas de normalización da industria editorial en galego (moi notables en ámbitos como o infantil e xuvenil ou a ficción narrativa),

volvemos estar nunha nova encrucillada histórica decisiva: a posibilidade ou non de engancharnos ao novo entorno da literacidade electrónica globalizada. Veláí a nosa encrucillada.

A incorporación exitosa da cultura e lingua galegas a este novo entorno non é unha decisión privada dos cidadáns ou das empresas, senón que depende en grande medida da estratexia e das políticas que os nosos gobernos desenvolvan para dotar ao país das infraestruturas tecnolóxicas e dos programas de alfabetización dixital que faciliten o acceso democrático á rede da totalidade da poboación. E semella que neste eido non o temos doado. Arrastramos aínda unha perigosa fenda dixital, manifestada nos pobres indicadores de acceso a Internet e na escasa atención que, ata agora, se proporcionou á formación nas novas tecnoloxías no sistema educativo non universitario, feitos que nos afastan perigosamente do resto das comunidades do noso entorno. Mais, tamén, é certo que existen cada vez maior número de iniciativas, promovidas tanto dende a sociedade civil como desde o novo Goberno Galego, que manifestan a vontade de non perder este novo tren da modernidade e de contar cunha estratexia específica para a presenza da lingua, cultura e identidades nosas na Rede.

Veláí o sorprendente pulo dos blogs en galego, case un milleiro de identidades de dominio público que están tecendo unha textualidade electrónica na nosa lingua de grande valor no desenvolvemento deste centro. Boa parte deles agrupados en Blogue Galiza, os blos en galego conformaron, dende as primeiras experiencias datadas en 2002, unha rede informal (o "blogomillo") imprescindible hoxe para entender os vieiros polos que se pode desenvolver a literacidade electrónica en Galicia. Outrosí, poderíamos dicir de espazos especializados na nosa lingua como o xornal electrónico Vieiros (a nosa primeira referencia na Rede) ou Cultura galega (especificamente cultural) que veñen realizando un traballo destacadísimo como locomotoras galegas de múltiples iniciativas desta literacidade electrónica a que nos vimos referindo. Eis, tamén, os esforzos realizados dende as editoriais privadas galegas na publicación dos seus primeiros libros electrónicos, especialmente no eido escolar, un camiño aberto que deberá percorrer con maior convicción.

Con todo, será decisivo neste difícil proceso as estratexias e os recursos que o Goberno Galego e as diversas administracións locais dispoñan para asumir esta cuestión como eixo das súas políticas de innovación tecnolóxica, cultura e normalización lingüística. Asumir como unha oportunidade este nova paradigma comunicacional da literacidade electrónica é un reto para todos.



**Moise Dikoff**  
Hematies - 2005  
Óleo sobre lenzo - 52 x 70 cm.

#### Referencias textuais:

- Bragado, Manuel (2006): "Más internet, más galego" en *Faro de Vigo*  
<http://www.farodevigo.es/secciones/noticia.jsp?pldNoticia=63571&pldSeccion=5&pNumEjemplar=2628>
- Bragado, Manuel (2006): "Prosa electrónica e futuro da lingua"  
[http://www.maisinternetmaisgalego.org/proposta.php?estxt=proposta\\_11](http://www.maisinternetmaisgalego.org/proposta.php?estxt=proposta_11)
- Cassany, Daniel (2006): *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*, Anagrama.
- Gimeno, José Manuel (2004): "La economía de la atención"  
[http://www.laflecha.net/articulos/blackhats/economia\\_atencion/](http://www.laflecha.net/articulos/blackhats/economia_atencion/)
- Millán, José Antonio (2004): "Atención" [http://jamillan.com/v\\_atencio.htm](http://jamillan.com/v_atencio.htm)
- Millán, José Antonio (1999): "Diabetes informática"  
[http://www.jamillan.com/v\\_diab.htm](http://www.jamillan.com/v_diab.htm)

#### Enlaces intertextuais mencionados:

- Amazon: <http://www.amazon.com/gp/homepage.html/103-1898060-8690257>
- Andel virtual: <http://www.andelvirtual.com/>
- Blogue Galiza: <http://blobaliza.org/>
- Bloglines: <http://www.bloglines.com/>
- Brétemas: <http://bretemas.blogspot.com/>
- Cultura galega: <http://www.culturagalega.org/>
- Creative Commons: <http://es.creativecommons.org/>
- Ebay: <http://www.ebay.es/>
- Emule: <http://www.emule-project.net/home/perl/general.cgi?l=17>
- Galipedia: <http://gl.wikipedia.org/wiki/Portada>
- Google: <http://www.google.es/>
- Google Video: <http://video.google.com/>
- Technorati: <http://www.technorati.com/>
- Vieiros: <http://www.vieiros.com/>
- Vilaweb: <http://www.vilaweb.cat/>
- Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Portada>
- You Tube: <http://www.youtube.com/>

# Os públicos e a mensaxe

**Rosa Aneiros**

*Xornalista*



**Branda**

Dos niñas jugando (Maruata, Mich.) - 2005  
Acrílico sobre tea - 65 x 55 cm.

A historia da comunicación ao longo dos séculos é a historia do propio home. Dende antano, o ser humano buscou a maneira de se relacionar cos seus semellantes. Para isto foi necesario establecer códigos compartidos que posibilitasen a comunicación. As mensaxes foron evolucionando en función dos obxectivos e necesidades de quen comunicaba pero tamén da comprensión dos suxeitos receptores. O espazo xeográfico, a idade, o perfil socioeconómico, o xénero, a periodicidade ou o prezo da publicación son algunhas das características que debemos ter en conta á hora de analizarmos os contidos dunha publicación. Estes veñen directamente determinados por aqueloutros. Así, unha das ideas centrais que ha ter claro todo comunicador é que a mensaxe debe ir supeditada ao seu receptor. Do mesmo xeito, a organización de toda actividade, sexa de orde social, política, cultural ou económica, debe estar pensada en función do público ao que nos diriximos. En publicidade denominámolo público obxectivo. A continuación estableceremos algunhas indicacións, de mero carácter instrumental, que poden facilitar o achegamento das institucións á cidadanía a través dos seus intermediarios: os medios de comunicación. Fica lonxe da nosa intención calquera obxectivo academicista senón un sentido eminentemente práctico que facilite a relación cos medios.

## O público obxectivo

O público obxectivo é aquel ao que vai dirixida a nosa mensaxe e ten, a pesar da súa posible heteroxeneidade interna, elementos comúns que nos permiten enténdelo como un todo. Poñamos un exemplo. Se organizamos unha entrega de premios literarios a escolares nun concello de sete mil habitantes debemos saber que o público asistente pode ser calquera veciño do concello pero, a maior parte deles, serán familiares dos nenos premiados, outros compañeiros da escola e as persoas máis activas relacionadas coa cultura. Familiares, nenos e asistentes asiduos son o noso público obxectivo, aquelas persoas ás que diriximos preferentemente a nosa mensaxe, aquelas nas que pensamos en primeiro lugar cando organizamos un acto. Isto non implica que a nosa mensaxe, as nosas convocatorias, vaian dirixidas exclusivamente a elas senón que son o noso principal punto de impacto.

Pensemos en primeiro lugar a quen nos diriximos e, unha vez decidido isto, como é a mellor maneira de comunicarnos con el.

## A organización de actos

Curiosamente e aínda que lles pareza equívoco, centrarei algunhas reflexións na propia organización dos actos. Non debemos esquecer que no seu éxito reside boa parte do éxito da súa repercusión nos medios.

- A finalidade, a pesar da vontade de moitos representantes políticos de sacar rendemento mediático á organización de actos, debe ser a súa repercusión e aproveitamento polos cidadáns. Ou, dito doutro xeito, o éxito dos actos non é medible exclusivamente a partir do seu reflexo nos medios.
- Debemos potenciar o establecemento de sinerxias entre concellos e organizacións limítrofes e evitar a chamada contraprogramación. Evitar a coincidencia de actos e datas propiciará que o público poda sumarse e non dividirse en diferentes actos.
- Orixinalidade dos eventos. O éxito non é fugaz e require, en moitos casos, perseveranza. Os certames deben asentarse durante varias edicións para ser capaces de sacarlles o maior proveito posible.
- Organización de actos de sedimento ou goteo. Actos que cun presuposto baixo permiten a elaboración e configuración dunha programación cultural constante. Combinación de actos con presuposto importante con outros de menor repercusión económica para equilibrar os gastos. A vertebración dunha programación cultural a longo prazo permite unha mellor planificación de ciclos, efemérides ou actos.

- Os beneficiarios da organización de actos deben ser os cidadáns, non os medios.

- Adecuación dos actos organizados ao público obxectivo.

- A cidadanía debe opinar. A colocación dunha caixa de suxestións e a apertura na páxina web do Concello dun correo electrónico permitirá que a cidadanía demande actos ou ciclos que considere de interese.

- Integrar na programación a difusión cultural a figuras máis coñecidas e persoas anónimas que se inician nos proxectos culturais como maneira de fomentar a cultura de base.

- Implicar ás empresas privadas no patrocinio de eventos. Aprenderlles o valor da cultura como investimento e difusión cultural. A presenza do seu patrocinio nos medios de comunicación é unha boa compensación ao seu esforzo. Ás veces as empresas son máis remisas a doar unha cantidade de cartos ca a ofrecer a súa colaboración chamémoslle "en especie" (por exemplo un restaurante que colabore na organización dunha semana cultural ofrecendo unha cea aos participantes).

Como conclusión deste apartado podemos indicar que participación dos actores sociais e da cidadanía nos actos organizados é crucial para o seu éxito. En consecuencia –non sempre directa, como veremos- pode determinar o seu grao de repercusión nos medios.

## O contacto cos medios. De tí a tí

Se temos en conta todas as indicacións anteriores é posible que teñamos andado parte do camiño que facilitará a súa inclusión nos medios de comunicación. O interese social e ampla incidencia na cidadanía da información é unha das razóns que determinan a aparición ou non das noticias nos medios. Mais non é a única. Cómpre ter isto ben presente. É frecuente que organizadores culturais se laien de que os seus actos non son cubertos polos periodistas ou de que non teñen a suficiente amplitude. Ante isto debemos ter en conta outra serie de factores que inflúen en maior ou menor medida:

1. As nosas informacións sempre nos parecen as máis importantes. E así debe ser pero non sempre son percibidas como as máis importantes polo resto da sociedade. Ante isto é fundamental que, cando nos poñamos en contacto cun xornalista dun medio determinado, lle expliquemos ben a importancia do evento que organizamos e a súa dimensión social. Nese contacto do organizador co medio depende parte da súa oportunidade de entrar ou non nas páxinas do xornal.
2. O xornal ten a súa vida propia. Gran parte da responsabilidade da inclusión ou non de determinadas informacións no xornal depende... das outras informacións

do día. Escoller o momento propicio para dar a coñecer unha información é case tan importante como a propia información. Se escollemos unha data para dar a coñecer un acto na que se publicitan outros seis actos temos máis posibilidades de que omitan o noso traballo ou de que apareza moi reducido nas páxinas do xornal. Se o noso obxectivo é a maior promoción posible debemos saber tamén cando “lanzar” a nosa mensaxe. Cómpre establecer unha sinerxia entre as axendas tanto dos concellos da comarca como con outras organizacións culturais que poidan ter un público obxectivo semellante ao noso. A saturación de actos un mesmo día conleva unha redución do público que podería evitarse situando os actos en días diferentes. Esta obviedade non sempre é comprendida polos organizadores dos actos que, por receo ou por *contraprogramación* voluntaria, omiten calquera consideración dos outros actos co afán de “loitar” polo público. O obxectivo non debería ser a división de públicos senón o seu sumatorio.

3. O xornal está feito por persoas. Atrás dun número de fax, dun teléfono ou dun correo electrónico hai un xornalista, polo que o trato persoal resulta fundamental. É importante que coñezamos ás persoas ás que nos diriximos, habitualmente responsables ou redactores da sección cultural, local ou de suplementos. A confianza e unha boa relación cos profesionais facilita o tránsito de información e produce beneficios mutuos. Non é igual chamar a unha redacción e preguntar por algún redactor a quen pasarlle uns datos que preguntar por María ou Manolo, que xa nos coñecen e encargados da área que nos incumbe.

4. O xornal, a pesar da súa imaxe de universo conxunto, está composto por dúcias de áreas completamente alleas as unhas ás outras. Debemos saber a que porta petar para que a nosa información atope o vehículo correcto de transmisión. Se queremos dar unha información sobre un acto de cultura nun concello de 2.000 habitantes non deberemos chamar aos responsables de economía, deberemos contactar cos redactores da área comarcal para

transmitirles a información. Se a eles lles parece importante, é posible que a información transcenda a outras edicións ou ás páxinas xerais pero son eles quen deciden.

5. O xornal é o que decide. O respecto aos profesionais que traballan coa información é prioritario. Pode non gustarnos a súa maneira de traballar, o seu enfoque xornalístico ou o tratamento das noticias pero debemos respectar o seu labor. Se existe algún momento de conflito ou queixa polo seu traballo, dentro da máis exquisita educación, deberemos formular unha protesta por escrito ou en persoa aos responsables da edición ou do medio. Mais cómpre non chegar a estes extremos, unha boa relación cos medios só pode beneficiarnos.

### Para relacionármonos cos medios temos que aprender as súas rutinas

Cómpre diferenciar e explotar as diferentes formas que temos para nos relacionar cos medios segundo o tipo de información que queiramos subministrar. As máis habituais son:

1. Convocatoria de prensa. Información sucinta na que advertimos dunha rolda de prensa ou evento que terá lugar en xornadas seguintes. Habitualmente envíanse dúas convocatorias, unha uns días antes con información sobre o evento e outra previa de recordatorio.

2. Nota de prensa. Información ampliada –non deba superar o folio- na que incluímos os datos fundamentais do evento que anunciamos. É necesario que a información estea xerarquizada de maior a menor importancia (formaría a figura dunha pirámide invertida) para que quede sempre no primeiro parágrafo aqueles datos máis relevantes. O titular recollerá o dato imprescindible da nosa información.

Estas dúas formas máis estendidas de comunicación escrita cos medios deben responder ás preguntas fundamentais de *que, quen, cando, como, onde* e *por que*, entendida esta última como unha xustificación do acto que organizamos. Ademais destas formas ao uso existen outras en auxe como son a



Andrea Costas



Andrea Costas

convocatoria de xantares, cafés ou almozos con protagonistas (é dicir, encontro pechado cos medios antes da presentación pública. Moi usado ante visitas externas e en función do prestixio da persoa convidada); visitas organizadas para xornalistas (por exemplo, ante o inicio dunha campaña de roteiros, preparar unha especial para os periodistas) etc... A organización destes actos dependerá da nosa disposición de recursos económicos e humanos. A saturación de actos obriga a extremar a orixinalidade nas convocatorias, se ben debe adecuarse ás rutinas xornalísticas para que os profesionais poidan realizar o seu traballo correctamente.

En canto ás horas do día indicadas para o envío de convocatorias dependerá do medio ao que nos remitamos. As convocatorias deben ser enviadas o día antes do acto para que os xornalistas poidan organizar o seu traballo. Se mandamos a convocatoria media hora antes temos moitas posibilidades de que non o cubran. Con respecto ás notas de prensa, no caso dos medios audiovisuais deberemos enviala en función do horario dos informativos, boletíns horarios e desconexións locais. No caso da prensa é conveniente enviala a media mañá para que os profesionais distribúan as distintas informacións na páxina. En función do acto, e unha vez que xa demos información básica pola mañá, podemos completar os datos pola tarde.

Finalmente, resulta recomendable, e dada a capacidade que nos proporcionan, explotar as novas tecnoloxías ao máximo. A saturación de traballo nas redaccións pode provocar dificultades para a súa inclusión de certas informacións no medio. A posibilidade, no caso de prensa, de poder enviar aos medios un resumo do acto e algunha fotografía en formato dixital pode solucionar un problema puntual nun momento determinado. Da mesma maneira, a páxina web do Concello deberá contar cun apartado coa axenda do día e semanal e un fondo de recursos gráficos para o uso dos medios.

### A onde enviamos a información

A maneira tradicional de enviar as convocatorias e notas é o fax, actualmente substituído en gran medida polo uso do correo electrónico. Pero ¿a quen enviamos a información? Como

diciamos antes é importante saber a quen diriximos. Por iso, é fundamental o establecemento dunha *axenda* de medios persoal. O cualificativo persoal refírese a que nesa axenda incluiremos os nosos contactos, aqueles que nos son útiles para a información que nós subministramos. Unha axenda pode ser moi boa para un profesional pero absolutamente inútil para outro dunha área diferente. Esa axenda debe contemplar os nomes dos profesionais, os medios aos que pertencen, correo electrónico, número de teléfono e fax.

En relación con este punto é necesario alertar dunha práctica estendida na relación cos xornalistas con consecuencias ás veces satisfactorias e outras non tanto. Falamos das exclusivas. Esta práctica dependerá da relación establecida entre ambas partes pero si resulta imprescindible alertar de tres aspectos:

- Como institucións públicas deberíamos ter un trato equilibrado con todos os medios cos que traballamos. Os privilexios poden producir situacións incómodas e transmitir a dúbida de que existen pactos agochados aos cidadáns. Isto crea unha nube de sospeita que deberemos evitar coa máis absoluta transparencia informativa.
- Un trato desequilibrado pode enzoufar a relación con outros medios e provocar negativas a publicar as nosas informacións. O prexudicado final é sempre o cidadán.
- O trato equilibrado cos medios é aplicable directamente á relación en termos publicitarios.

### Os medios non son só a prensa

Habitualmente cando falamos de medios adoitamos pensar na prensa, mais non é así. Non esquezamos o labor das radios, das televisións, dos fotógrafos e, por suposto, Internet. As súas necesidades son tamén diferentes. As televisións, polas súas características, deberán ter imaxes polo que cómpre ter en conta que non poderemos realizar unha entrevista por teléfono, por exemplo. É importante pensar nos medios audiovisuais para sermos capaces de concertar entrevistas ou momentos para que graven nas condicións necesarias para un bo resultado en imaxe

e son. Non esquezamos tampouco as posibilidades de Internet. A divulgación de información en medios electrónicos é importante para o público máis novo, por exemplo. Se conseguimos que a nosa información circule, mesmo polos blogs da xente da nosa comarca, lograremos sen dúbida unha maior difusión da información en determinados sectores da poboación. Ao mellor isto non é crucial para un acto organizado para a terceira idade pero si o é para os actos destinados a un público adolescente. Outra vez, volvemos falar do público obxectivo.

Ademais, e en relación coa prensa, non debemos pensar só nos diarios representativos da nosa zona senón en todas as publicacións escolares, locais, de cooperativas, de centros de saúde... aquelas publicacións que chegan directamente ao noso público obxectivo. Non esquezamos que pode ser moito máis eficaz para o contacto co noso público unha cabeceira escolar ca un diario. Ademais, non debemos pensar só nos medios de comunicación como vehículos de contacto senón que debemos coñecer ben a nosa poboación e o seu modo de vida para chegar a ela. A dispersión poboacional galega obríganos a explotar ao máximo outros medios de contacto cos nosos cidadáns como é, por exemplo, a cartelería. Así, a colocación de folletos informativos –de man e para pegar– en centros de reunión como locais sociais, centros de reunión de amas de casa, lugares de ensaio de grupos musicais ou coros, tendas, paradas de autobús, igrexas, bares, gasoleiras, centros catequéticos, autobuses de liña regular, cooperativas, escolas, institutos, centros da terceira idade, centro de saúde ou bancos ten moitas posibilidades de impacto directo nos nosos veciños. Son importantes os folletos de man para que poidan levar a información para casa e lles sirva de recordatorio enriba da neveira ou na mesa do salón. A información de goteo cada día pode proporcionar máis resultados ca unha noticia aparecida na prensa.

A importancia deste tipo de medio como canle de comunicación obríganos a non desprezar o deseño do folleto. Non é calquera papel escrito a man de calquera maneira. Deberá ser rechamante, conter os datos fundamentais do acto, ter algunha frase que convide explicitamente á súa participación e contar cun identificativo que, dende lonxe, permita recoñecer que é unha actividade do noso centro. A identificación dos carteis cun logo común a todas as nosas actividades fará que, no caso de abundancia de informacións nun mesmo espazo, os interesados saiban recoñecer as actividades de, poñamos por caso, a Casa de Cultura do Concello ou o Centro Sociocultural e diferencialas da publicidade.

### Importas ti, importan eles

A pesar de todo o que acabamos de sinalar é posible que a nosa información non obteña un lugar salientable nos medios. Pode acontecer que, segundo a axenda, non haxa ningunha convocatoria relevante para o día seguinte pero un acontecemento extraordinario como un altercado político, un

falecemento ou un suceso de magnitude dean coa nosa información na papeleira. É difícil competir co cese do presidente do Real Madrid, co terremoto da Costa da Morte ou a marcha de Francisco Vázquez ao Vaticano. Nestes casos, e se o acontecemento non é inmediato, poderíamos facer un recordatorio aos medios para tentar a súa publicación en días posteriores. Pero existen outras moitas razóns –de índole organizativa, profesional, falta de espazo, tempo, recursos humanos– polas que as nosas informacións non aparecen nos medios. A pesar delas non debemos nunca esquecer:

- A profesionalidade dos xornalistas: Respecto sempre ao labor do profesional que está traballando para os medios.
- Non somos Caixa Galicia, nin Caixanova, nin a Consellaría de Cultura, nin o Ministerio de Cultura. Non temos, probablemente, os seus recursos económicos e humanos para nos relacionar cos medios por iso é absurdo tentar “competir” nos medios coa información de organismos e institucións. Non podemos facer as súas insercións publicitarias nin temos ao noso cargo a varios xornalistas en gabinete para permanecer en contacto constante cos medios polo tanto, conscientes das nosas limitacións, debemos saber como explotar os nosos recursos ao máximo. Temos a vantaxe da proximidade.
- Os medios son unha das formas de establecer unha comunicación fluída entre as institucións e a cidadanía, mais non son a única. Cómpre aproveitar os recursos que nos proporciona a sociedade á que nos diriximos. Ás veces vale máis un cartel colocado estratexicamente nos lugares de encontro dos cidadáns ca unha páxina de información ou publicidade nun diario.
- En relación co anterior, debemos adecuar sempre a mensaxe ao noso público obxectivo. A convocatoria dunha actividade do noso centro sociocultural ou un anuncio publicitario aparecido nas páxinas de El País, El Mundo ou ABC pode parecer moi importante pero resulta inútil –en moitos casos– para chegar ao noso público. A relación custe-resultado é totalmente desproporcionada e, por tanto, absurda.
- A pesar da nosa boa vontade, non esquezamos que existen xornalistas expertos no traballo de gabinete de comunicación e que, na medida das nosas posibilidades, deberemos botar man da súa profesionalidade para levar a cabo as relacións cos medios.

Finalmente, e pechando o círculo inicial, debemos concluír que o éxito dos nosos actos non se mide pola súa repercusión nos medios senón pola asistencia e participación dos cidadáns e cidadás. Eles e elas deben ser o obxectivo final da nosa relación cos medios. A prensa, a radio, Internet e a televisión deben ser entendidos como o medio para lograr os nosos fins, nunca como un fin en si mesmo.





dikoff@terra.es

# Moïse Dikoff



# Os blogs como ferramentas



# comunicativas

**Ana Belén Fernández**

Universidade de Vigo

O constante desenvolvemento dos servizos e aplicacións que hoxe nos brinda Internet, lévanos cada vez máis a unha profesionalización do lector como usuario interactivo que, día a día, participa de foros, de chats, utiliza o correo electrónico, o Messenger, visita os portais corporativos e, nos últimos meses, acode masivamente aos blogs ou bitácoras.

## Do concepto

Segundo a Wikipedia<sup>1</sup>, un blog é “un sitio WEB onde se recompilan cronoloxicamente mensaxes dun ou de varios autores sobre unha temática particular a modo de diario persoal, sempre conservando o autor a liberdade de deixar publicado o que crea conveniente”.

A isto debemos sumar que os weblogs usualmente están escritos cun estilo persoal e informal, feito este que contribúe a que se caractericen pola interactividade, especialmente se os comparamos cos sitios web tradicionais, xa que a súa actualización permanente permite aos visitantes responderen en tempo real ás novas entradas.

Este é o motivo que leva a que moitas veces os blogs acaben sendo considerados como ferramentas sociais e de encontro, utilizados para coñecer e contactar con persoas que se dedican a temas similares, de forma que acaban funcionando como unha verdadeira comunidade. De feito, os blogs poden resultar moi interesantes para o usuario de cara á procura de información, xa que incorporan contidos, suxestións e recursos que as persoas usuarios poden vincular á súa vida diaria de intereses, motivando que nas bitácoras se consiga unha colaboración mutua entre persoas con intereses comúns, que ofrecen e constrúen información de forma colaborativa.

A este aspecto, que xustifica en gran medida o éxito social dos blogs, debemos sumar tamén o fácil acceso e manexo, así coma o efecto dominó que causa o feito de os lectores se animaren mutuamente a participar das bitácoras e a crear unha propia, chegado o caso.

## Da situación actual

En España este fenómeno, que en decembro de 2004 acadaba en EEUU os 5'5 millóns de páxinas, foise desenvolvendo fortemente durante o 2005 de forma que a xa denominada “blogosfera” española totalizou a día de hoxe máis de 800.000 sitios. Este boom vén xustificado polo feito de que o 80% dos blogs españois que están en activo se crearon en 2005, segundo datos ofrecidos por Microsoft<sup>2</sup>.

Fundamentalmente, estas weblogs están orientadas a comunidades de interese que permiten compartir información, experiencias etc. entre perfís similares, de aí que existan blogs persoais, profesionais, corporativos, temáticos, multimedias e outros que se limitan en exclusiva a ofertaren ligazóns, por exemplo, de webs interesantes que os navegantes achen na rede.

En Galicia, calcúlase que hai perto dun milleiro de blogs, estando a maior parte delas escritas en galego<sup>3</sup>. Neste sentido, lembraremos que xa se pode visitar o primeiro buscador de bitácoras en galego: blogalego.com, que a día de hoxe abrangue 280 bitácoras na nosa lingua.

## Os bloggers

Segundo a I Enquisa para webloggers e lectores de blogs, realizada en 2004 co propósito de analizar o perfil de uso destes weblogs no ámbito da fala hispana<sup>4</sup>:

- Os weblogs persoais son os máis lidos, seguido polos tecnolóxicos. Entre os webloggers esta tendencia é a máis acusada, mentres que os lectores non webloggers prestan tanta atención aos temáticos sobre internet e á tecnoloxía como aos diarios persoais.
- Os webloggers e lectores procuran as súas pequenas doses de información tratada de “ti a ti” todos os días, mesmo varias veces ao día, a calquera hora e preferentemente desde o seu fogar.
- O tempo diariamente dedicado ao weblog é de media hora, aínda que é importante o número de webloggers que reservan unha ou dúas horas ao mantemento do seu diario, xa que o grao de compromiso cos lectores é moi alto.

- O weblogger é un internauta veterano, con máis de cinco anos de usuario ás súas costas e amante dos *gadgets*. A maior parte dos lectores de bitácoras naceu a finais da década dos 70 ou principios dos 80, polo que teñen entre 20 e 30 anos e son fundamentalmente homes.

### As bitácoras e a revolución mediática

Ademais das características sinaladas ata o de agora, os weblogs tamén son utilizados como ferramentas de fidelización polos medios dixitais e no mundo xornalístico<sup>5</sup>.

Tanto é así que este novo tipo de medios ofrece notables potencialidades para a diversidade informativa, xa que para moitos cidadáns os blogs se están a converter na súa canle preferida de información debido á perda de credibilidade dos medios tradicionais<sup>6</sup>, -no caso español isto foi algo especialmente subliñado desde os atentados do 11 de marzo e o tratamento mediático que esta catástrofe tivo-, xa que as bitácoras enfocan os temas desde unha perspectiva ben distinta: con moitas doses de opinión e un pouco de confianza que o público agradece<sup>7</sup> e que contribúe á súa fidelización como lectores e usuarios.

Deste xeito, o poder de publicar esténdese ao público, e os medios tradicionais perden o privilexio de seren os intermediarios exclusivos nos procesos de comunicación pública. Cando os usuarios dos medios se convierten en subministradores de contido e en críticos do sistema mediático, entón o concepto e as funcións dos medios tradicionais e do xornalismo se afrontan a un cambio radical<sup>8</sup>. Tanto é así que, se cada segundo se crea un novo blog, se prevé para o 2021 que os "cidadáns xornalistas" producirán a metade das noticias mundiais, sen que isto leve a significar a desaparición dos medios tradicionais tal e como hoxe os coñecemos. Lonxe da morte dos mass media, estes terán que se adaptar ás novas circunstancias socio-culturais e incorporar ao seu labor diario o traballo desenvolvido nas bitácoras.

### Os blogs e o peso dos consumidores fronte a organizacións públicas e privadas

A todo isto, non debemos esquecer que estas bitácoras están a cambiar as relacións entre consumidores e organizacións, xa que se están a converter en fontes fiables de información para os consumidores, ao actuaren como fonte complementaria ás notas de prensa das compañías e á información publicada nos medios tradicionais e revistas profesionais.

Os blogs permiten aos consumidores dun produto ou servizo expresarse libremente sen ningún tipo de censura, o que os converte no medio adicional idóneo para obter información e compartir opinións sobre unha organización e os seus produtos ou servizos, exactamente aquilo que non ofrecen os sitios corporativos tradicionais<sup>9</sup>.

Efectivamente, esta canle de queixas dos consumidores vén simplificar o proceso existente ata o momento, en que a presentación de "follas de reclamación", ou a queixa personalizada atopan un punto de desafogo en que os consumidores se agrupan e definen as súas forzas como tales, para adquiriren máis peso social e económico fronte ás empresas e institucións.

A pesar deste aspecto que brindan os blogs ás organizacións como canle de queixas sobre os seus servizos e produtos, tamén teñen outras vertentes para elas.

Así, o pasado 6 de abril presentouse o primeiro estudo sobre o papel que os weblogs teñen na comunicación empresarial en España. Na presentación, levada a cabo polo grupo BPMO estudáronse como está a cambiar o modo en que as empresas se comunican e interactúan cos seus públicos coa chegada das novas tecnoloxías. É por iso que este fenómeno está a conseguir que empresas de todo o mundo estean atentas a este novo espazo de comunicación en que un cliente enfurecido pode expresar libremente o seu descontento a milleiros de persoas. Así, algunhas compañías que apostaron pola creación de blogs externos, como é o caso de Benetton, Sanitas, General Motor ou Tele5, atopan nos seus weblogs unha vía de comunicación idónea para se relacionaren cos seus públicos obxectivos<sup>10</sup>.

Mais existe outra vertente dos blogs de certo perigo para as organizacións que non é outra que exercer de vixías dos contidos neles incluídos. Efectivamente, contar cun blog corporativo pode subliñar unha imaxe de preocupación polos clientes por parte da organización, mais se esta bitácora non está coidada, actualizada de forma permanente, e estruturada pode converterse nun verdadeiro motor de boicot para a organización, deitando á luz rumores, problemas de fabricación, ou problemáticas laborais sobre as que a organización -polo motivo que for- non poida facer declaracións públicas nin desmentidos. Un exemplo deste uso dos blogs, ocorre na planificación e na xestión das campañas electorais, en que os blogs poden acabar por se converteren en medios de destrución da imaxe do/a candidato/a ou do seu grupo político. Este, principalmente, é o motivo polo que aínda hai moitas empresas e institucións que amosen as súas reticencias á hora de deseñaren, xestionaren e poñeren en marcha un blog corporativo.

### En definitiva

Nos nosos días, os blogs están a acadar cada día un maior espazo informativo e cultural na nosa sociedade xa que, baseándose no seu fácil acceso e no seu simplificado manexo, os usuarios acudimos a eles para coñecermos distintas opinións sobre informacións que resultan do noso interese, ben sexa sobre temas específicos que de forma persoal nos parecen relevantes, ou para participarmos de foros e entrarmos en contacto con outras persoas que teñen intereses comúns.

Mais aproveitando estas circunstancias, os blogs tamén están comezando a ser obxecto de estratexias de imaxe e relacións públicas de mans de organizacións públicas e privadas (empresas e institucións, en que tamén incluímos os mass media tradicionais) que vén neles un medio para chegaren aos seus públicos obxectivo e xerar neles unha imaxe interesada de preocupación por temas específicos, polo avance tecnolóxico (no que as organizacións non queren quedar anquilosadas) e polo propio usuario, que no momento actual ou no futuro acabarán consumindo o produto ou servizo que oferta esa organización.



<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org>, consultado o 27 de abril de 2006.

<sup>2</sup> *Mujer de hoy*, n.º 365, 8/04/2006, páx. 25.

<sup>3</sup> *Código Cero*, revista de novas tecnolóxicas de Galicia, n.º 43, marzo 2006, páx.36.

<sup>4</sup> A.A.V.V., *Digiworld2005*, Telecomunicaciones, Internet, Audiovisual. Los retos del mundo digital, edit. IDATE Foundation, Madrid, 2005. Páx. 265.

<sup>5</sup> IBIDEM.

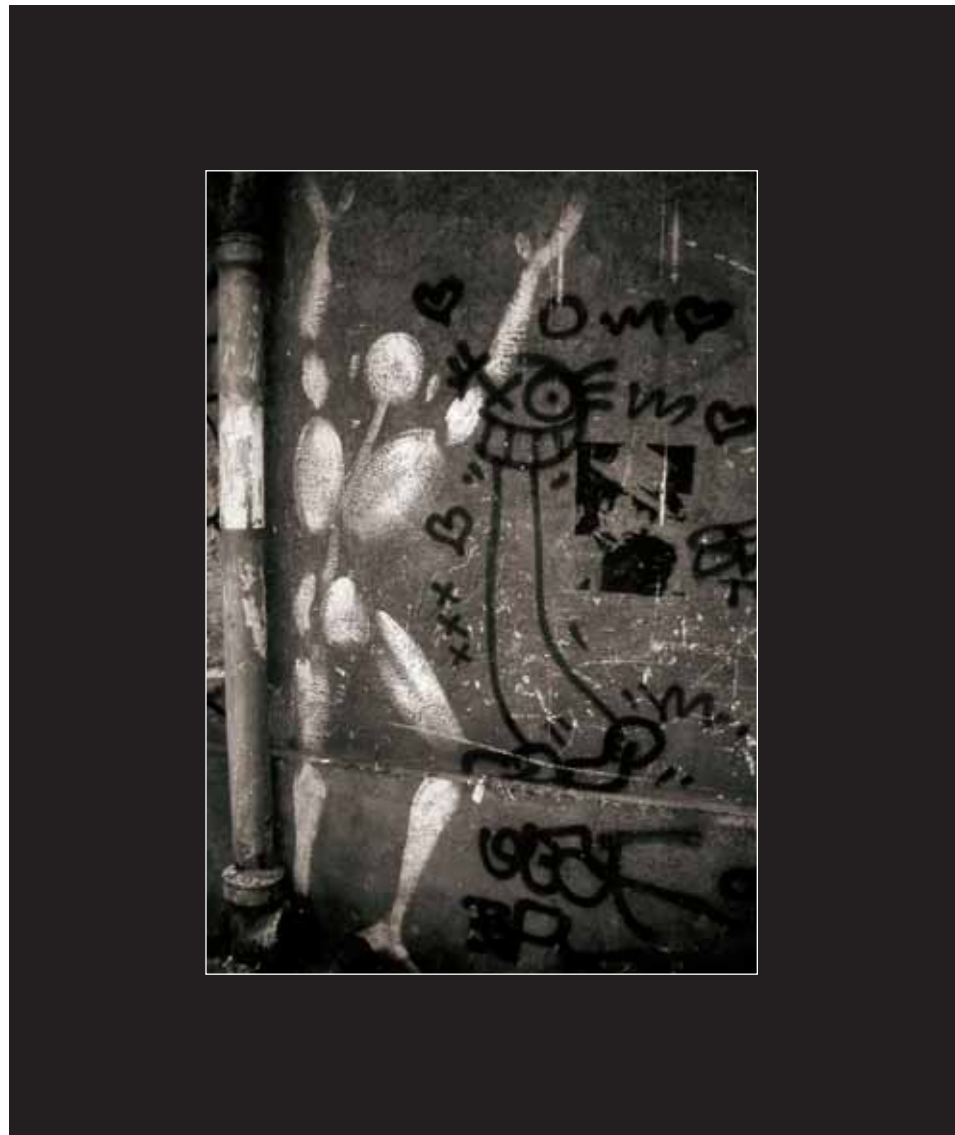
<sup>6</sup> [www.dosdoce.com](http://www.dosdoce.com) (17/03/2006).

<sup>7</sup> ABC, 6/02/2005.

<sup>8</sup> ABC, 6/02/2005.

<sup>9</sup> [www.dosdoce.com](http://www.dosdoce.com) (17/03/2006).

<sup>10</sup> [www.comunicar.info](http://www.comunicar.info) (10/04/2006).



**Stéphane Lutier**

Serie: "Grafs en París" - 1997  
Fotografía en branco e negro - 20 x 25 cm.



# SEMPRE EN RIANXO

## un proxecto de innovación e comunicación cultural a ceo aberto

### Barro Salgado Santana

Deseñadores

Ambición intelectual, coñecemento rigoroso e mecenado empresarial xúntanse nunha iniciativa municipal. A exposición “Sempre en Rianxo, sempre en Galiza” foi o resultado de actitudes e intereses que fixeron posible a innovación cultural nun proxecto inaugurado en 2001.

Á ser o centenario dun importante persoeiro nacido alí e en Rianxo pensaron en facer unha exposición. “Se reproducides unhas fotos con algún pé explicativo, poderíase facer itinerante”. Isto foi a encomenda que recibimos do alcalde e concelleiro de cultura. A exposición podería circular por bibliotecas municipais que tiveran algún espazo no corredor, quizais podería visitar algún colexio e se cadra algunha casa da cultura...

Pero, ¿Por que non dar un paso máis, ou dous? ¿Por que non redefinir a encomenda? Os deseñadores sabíamos que Rianxo é un prodixio e, como dí o seu alcalde na presentación do libro da exposición, “posiblemente non haxa na xeografía universal outro caso coma este: sen saír dos estreitos lindes dun concello pódese explicar a historia literaria dun país, sempre con plumas senlleiras”. E aínda máis: se o concello vai facer un esforzo, por que non tirar máis partido; mostremos a obra dos rianxeiros todos coma un todo coherente. Sabíamos tamén que para esta tarefa podíamos contar co coñecemento rigoroso e o entusiasmo todo do noso amigo, o académico rianxeiro Xosé Luís Axeitos. Compre decir tamén que na nosa redefinición da encomenda municipal contábamos con que a técnica avanza e xa daquela, ano 1999, era posible a impresión de grandes formatos en plóter para exteriores. Se os montábamos sobre un soporte axeitado poderíamos plantexar unha exposición a ceo aberto. Se non podemos mostrar pezas, obxectos e documentos orixinais, se todo van ser reproducións, tanto ten que choiva por elas como que lles bata o sol. Poderíamos levar aos rianxeiros ilustres por rúas e prazas de Galiza, saíndo ao encontro do público, sen agardar por ninguén que entrara a visitalos nalgún recanto pechado.

E a esta nosa ambición profesional, incentivada, todo hai que dicilo, por vínculos afectivos coas terras rianxeiras, o alcalde Pedro Piñeiro respostou con igual ambición na xestión: o mecenado dunha empresa privada podería facer realidade aquel proxecto que ía tomando forma e forza polo camiño da innovación cultural. Aluminios Cortizo, por medio de Xosé Manuel Cortizo, presidente do seu consello de dirección e ligado a Rianxo por motivos afectivos e mesmo empresariais, entendeu axiña que o alcalde estaba a demandar un socio para unha iniciativa senlleira que pretendía sobordar o ámbito local e que xa desde o seu título —Sempre en Rianxo, sempre en Galiza— pretendía interesar a todos os galegos. A ilusión compartida con concelleiros e técnicos municipais de cultura fixo posible a complexa xestión, produción e organización deste artefacto cultural.

### Sólido e versátil

Unha estrutura resistente e sólida, un volume nído e un módulo versátil. Estes foron os obxectivos que se propuxeron acadar os arquitectos Alfonso Salgado e Francisco Liñares, proponendo tamén diferentes disposicións dos sete cubos de 2,50 m de lado, que sustentan e organizan o discurso expositivo.



O cartaz da exposición recolle a pluma de Castelao sinalando a vila de Rianxo

### Saír ao encontro

Os visitantes pasaban por alí. Moito do público que veu a exposición non pensaba vela. A curiosidade, incentivada por textos e imaxes conseguiu reter algúns minutos ao viandante; xa é moito. Outros, mesmo coa sorpresa do encontro no medio da rúa, disfrutaron co paseo entre os cubos e fixeron unha visita demorada. Vigo, Pontevedra, Marín, Boiro, Santiago e, como nón, o propio Rianxo, foron algúns lugares que visitou a exposición, sempre co concurso do concello anfitrión no traslado e montaxe.



A exposición "Sempre en Rianxo, sempre en Galiza" instalada na cidade de Pontevedra.







### O libro que queda

A exposición foi verquida ao papel e axeitada para libro segundo as técnicas "visuais" das editoras británicas. É un modelo acaído para poñer en valor un importante patrimonio gráfico, con poder abondo para seducir e convencer aos lectores da importancia da obra rianxeira na definición de Galicia. Son sesenta e catro páxinas ategadas de reproducións de fotos e documentos, moitos practicamente descoñecidos ou que se mostran en público por primeira vez.



# A cultura dixital, cara a un modelo de comunicación descentralizado e distribuído

**Pere Báscones**

*Creador, consultor e profesor da UOC*

*Unha nova tecnoloxía non quita nin pon nada, cámbiao todo*  
Neil Postman



A revolución tecnolóxica da chamada sociedade da información supón toda unha revolución dixital non ámbito cultural, transformándoa como tal e renovando, tanto os formatos, como o medio comunicativo en que se asentaba. Xeráronse así novos escenarios e novas realidades culturais que superan os anteriores condicionantes físicos e espaciais vinculando, hoxe máis que nunca, o global co local.

Neste artigo, intentaremos realizar un breve percorrido evolutivo polo proceso de dixitalización da cultura, que nos permita reflexionar sobre algúns dos aspectos que están a empurrar a un cambio de paradigma na sociedade da información e do coñecemento, onde o público pode acceder aos contidos motivado polo seu interese e por un novo papel activo que supera a reacción da anterior cultura de masas (en realidade, para as masas).

## Da cultura dixitalizada á cultura dixital

Para comprender mellor o fenómeno que nos ocupa, apuntaremos dúas fases no proceso de implantación da cultura dixital: na primeira, a chave reside nunha tradución da cultura material existente a un novo formato, mentres na segunda, a chave reside nun tipo de cultura que xorde desde o propio contexto dixital.

## A cultura dixitalizada

Nos seus inicios, o proceso de dixitalización, baseouse nunha tradución ao sistema binario dos catálogos e inventarios (inicialmente só a nivel textual) de museos, bibliotecas e arquivos. O obxectivo era xestionar mellor os fondos destes, xa que se comprendeu rapidamente o potencial que os “novos medios” ofrecían para estas tarefas. Nesa primeira etapa, as aplicacións informáticas de institucións culturais, bibliotecas e



**Stéphane Lutier**

Serie: "Grafs en París" - 1997

Fotografía en branco e negro - 20 x 25 cm.

museos non se pensaron tanto para o público como para a xestión interna e a catalogación das súas coleccións (Carreras e Munila, 2005, 19). É máis tarde cando a rápida implantación da informática xera novas dinámicas que cambian o xeito de funcionar, consultar e facer que o público se relacione cos fondos dos devanditos centros. Os primeiros inconvenientes que hai salvar tiveron que ver coa procura de modelos de estandarización das bases de datos, de cara a uniformizar os inventarios para a súa distribución e intercambio. Co tempo, a información fíxose máis complexa, pasando dunha información puramente textual a unha de tipo multimedia. A este nivel, podemos referenciar algúns sistemas, como o ASSI (Arger Scale System Initiative) con máis de 500 requisitos referenciados para a descrición da colección dun museo, e o CHIN (Canadian Heritage Information Network) e linguaxes como XML (Carreras e Munila, 2005)

### Un proceso de desmaterialización

Desde a situación actual, aquel paradigma da cultura dixitalizada para uso público levounos a unha progresiva desmaterialización da cultura antes obxectual ou material... Dixitalizáronse textos, imaxes, documentos, vídeos e sons. O acceso a ela é, en moitos casos, unicamente a través da copia dixital da obra. A cultura así formulada pode entrar agora na nosa casa, a través dun CD, dun DVD, ou chegar por un cable telefónico. Como dato de referencia, cabe apuntar que o contido dun DVD pode albergar algo máis dun millón de páxinas de texto impresas.

Mais en todo caso e, a raíz do anterior, podemos afirmar que a nosa era supera a da reproducibilidade técnica (Benjamin, 1936) e sitúase no terreo da simulación electrónica. Asistimos a un diálogo entre o real e o virtual que nos sitúa nos dous ámbitos á vez.

### De Internet á cibercultura

Internet, a rede de ordenadores (e tamén de información e de usuarios) volveuse o ciberespazo que contén nova cultura dixital ou cibercultura. Neste ámbito prodúcese unhas condicións inmejorables para comunicar a cultura porque se democratiza dun xeito real, e para facer que se converta, grazas ás TIC, nun proceso de comunicación bidireccional, onde o público destinatario pode agora establecer tamén canles de resposta e de interacción converténdose en suxeito activo que navega e busca na rede.

### Os valores da cultura dixital

Algúns dos valores definitorios da natureza da nova cultura radican na facilidade de propagación, o intercambio e a participación. Jesús Carrillo recolle toda unha serie de características dos novos medios, que xustificaron o proceso de

dixitalización da cultura. Estes son a capacidade infinita de almacenaxe, a súa doada accesibilidade, a súa combinabilidade, a convertibilidade, a variabilidade dos datos, a automatización consecuenta dos procesos de reprodución, combinación, alteración ou conversión, a produción de simulacións, a apropiación, modificación ou interacción por parte do usuario e o progresivo cambio no patrón discursivo da información, que pasa da narración á base de datos.(Meixela, 2004, 62).

Un dos debates actuais é se o novo patrimonio dixital, virtual e intanxible será rendible e representará ou non un competidor para o patrimonio cultural real. Segundo o informe digiCULT<sup>1</sup>, que recolle unha análise de sector entre 1996 e 2006, esta non cumpriu moitas das súas expectativas, e algúns modelos de negocio cultural que tiñan que ver coa comunicación non funcionaron aínda na rede tal como esperaba. Tal vez é porque a vocación de dominio público coa que naceu fixeron que sexan poucos os dispostos a pagar por contidos culturais dixitais.

### O cambio dos medios de comunicación

A transformación dos medios de comunicación de masas a partir dos cambios tecnolóxicos ampliou o seu radio de acción e de influencia: é a chamada mediasfera en que á nosa sociedade actual vive inmersa. Os diarios dixitalízanse asumindo os novos retos do chamado xornalismo dixital; a TV pluralízase precisamente coa ampliación de canles que permiten a TDT (Televisión Dixital Terrestre) abrindo a posibilidade de interacción e de TV á carta; por outra banda, a radio globalízase ao se transmitir por Internet, liberándose así do limitado alcance das ondas. Con eles, cambia tamén o xeito de acceder aos contidos; o seu acceso resulta agora moito máis doado e personalizado, xa que depende moito máis do noso xeito de buscar a cultura que nos interesa, cando e onde queiramos.

### Do real ao virtual

Centrarémonos de novo nos núcleos culturais tradicionais: os museos (sexan públicos ou privados) e os centros de cultura contemporánea están a xerar tamén museos e centros virtuais paralelos, normalmente portais web que conteñen grande parte do seu patrimonio dixitalizado. Posibilitanse así diferentes tipos de accesos aos seus fondos desde calquera parte do planeta. Mais o acceso desde a casa e a través da pantalla implica outro tipo de visita, outro tempo e outro espazo, e en definitiva outras condicións de atención e de percepción. Mais en todo caso non se trata de substituír o museo físico senón de potencialo e complementalo. En ocasións, trátase de crear redes de investigación, vinculándose ao ámbito universitario, e noutras, de fomentar a visita presencial, aspecto que vai ligado á creación de documentos tanto divulgativos como educativos que poden preparar a visita e ampliála unha vez realizada.

No caso do *Museo de historia de la Inmigració de Catalunya*, pódese dicir que naceu primeiro o proxecto de museo virtual (web) encargado ao grupo de investigación Òliba da UOC<sup>2</sup>. Esta web permitiu ao equipo iniciar o proxecto de museo e darse a coñecer tanto como centro de documentación e de recursos como como entidade investigadora e xestora de proxectos. O obxectivo da web era crear unha identidade e unha presenza na rede para complementar, desde os novos medios, a misión de recoller, por unha banda, a memoria histórica, e reflexionar pola outra, sobre a inmigración en clave de presente. Un tempo despois o primeiro edificio do museo ampliou o marco de acción no espazo real sen afectar o papel que o museo na rede xa cumpre<sup>3</sup>.

Aínda que o certo é que a rede se converteu na grande biblioteca global, onde a comunicación asíncrona permite novas maneiras de aproveitar a oferta cultural, e a interacción entre persoas desde calquera punto do planeta. Un museo virtual está aberto as 24 horas do día e o seu material comunicativo e educativo pódese consultar en calquera momento desde o instante que 'é colgado' na rede.

### **A cultura dixital xurdida da nova realidade dixital**

Nunha segunda fase a cultura dixital xérase desde e para a nova esfera dixital ou o chamado ciberespazo. Tras algo máis de 12 anos, Internet, tal e como a coñecemos, logrou xa implantarse xeralizadamente entre a poboación do estado, feito que está a permitir unha mellor interacción cos núcleos sociais de base, fomentando e permitindo así unha cultura xurdida da propia poboación, máis que unha cultura xerada polas institucións ou unha cultura mediatizada e convertida en espectáculo a través dos medios ou das industrias culturais. As TIC fomentan procesos e redes que vinculan tanto nodos locais como globais tanto a nivel de individuos como de colectivos. Establécense así novas dinámicas nas cales se dá saída ás manifestacións culturais máis *underground*, como as contraculturais, as alternativas, ou mesmo as de resistencia e oposición. En determinados casos chéganse a esvaecer tamén as fronteiras entre o mundo físico e o virtual, xerando novas comunidades e novas oportunidades de acceso a un tipo de cultura distante no espazo ou no tempo.

Exemplo diso podémolo atopar nos grupos activistas que están a xerar novos procesos culturais desde a cultura alternativa e que grazas a Internet poden ser seguidos por

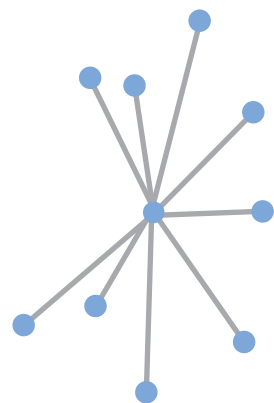
centos ou miles de persoas. É o caso dos Indemedia ou *Independents media centers* que dende a contracultura difunden e defenden a verdade oculta, a través de xornalistas con cobertura non-corporativa<sup>4</sup>. Desde o activismo na rede, o poder enfróntase a un contrapoder no 'non-lugar' que representa a rede, redefinindo así o contexto informativo, controlado e manipulado en maior ou menor medida polos medios e pola política.

### **A interacción entre o mundo real e as comunidades virtuais**

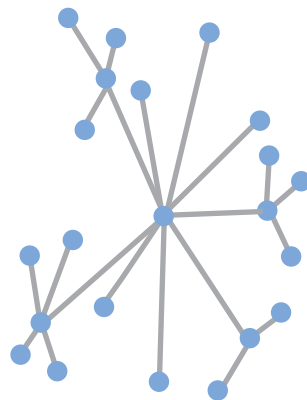
O campo da fotografía dixital bríndanos un exemplo perfecto de ata que punto nos cambia a tecnoloxía potenciando aínda mais se cabe a crecente cultura visual respecto á textual. Por un lado a progresiva baixada de prezos no terreo da imaxe dixital permitiu non só un acceso masivo á fotografía dixital, senón que popularizou e abaratóu de tal xeito a toma de imaxes, que nos cambiou o xeito de as disparar, de as almacenar, e de as mostrar. Por outro, Internet creou un novo espazo onde compartir e difundir as imaxes a escala global. Un exemplo deste novo tipo de dinámicas no campo da fotografía dixital é 'flickr'<sup>5</sup>. Trátase dun portal en que miles de usuarios de todo o mundo atoparon o espazo autoxestionado ideal onde ensinar o propio traballo e ver o dos demais a partir dun sinxelo mais efectivo sistema de clasificación. En 'flickr' cada usuario pode crearse un perfil e crear unha listaxe de contactos que conformarán así unha comunidade virtual. Non obstante, non todo queda aquí, a xente que se coñece a través de 'flickr' e crea grupos xeográficos próximos, poden quedar tamén para facer fotos ou tomar unha cervexa. Xéranse así comunidades por intereses ou afinidades que interseccionan o espazo real co virtual.

### **Da cultura centralizada á cultura distribuída**

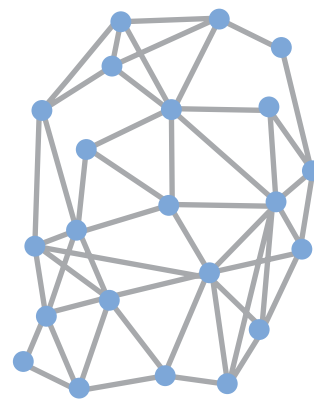
En resumo, podemos establecer que a cultura grazas á Internet se descentralizou chegando a un modelo distribuído da información que afecta ao seu acceso e á comunicación desta. Desde esta perspectiva e grazas á globalización, o coñecemento pluralízase, esténdese a múltiples dimensións, a aínda que se continua fragmentando, ao mesmo tempo, tamén se fusiona e se mestura volvéndose mestizo e intercultural, aspecto que lle confire continuamente valor engadido en canto que o renova e o interconecta.



sistema centralizado



sistema descentralizado



sistema distribuido

Gráfico 1: modelos de sistemas operativos segundo Andrew S. Tanenbaum que permiten establecer unha correlación coa cultura

Esos nodos culturais, distribuidos e sen centro, permiten a xeración de espazos alternativos que van creando unha cartografía complexa da cultura contemporánea. É certo que non deixa de haber certo centralismo nas cidades, mais máis pola concentración de nodos e capital humano, que non pola falta de posibilidades tecnolóxicas na periferia urbana para a creación de novos nodos.

Esta situación permite un alto grao de independencia na produción e na comunicación da cultura chegando a advertir que esos nodos culturais (habitualmente simples portais web) se convierten en verdadeiros motores sociais en tanto que equipamentos virtuais, a partir do que estes ofrecen para os colectivos: listaxes de correo, weblogs, boletíns dixitais participativos onde se poden deixar comentarios e votar a información, arquivos de documentos, proxectos virtuais, publicacións e revistas dixitais...

A este nivel as comunidades tamén se interconectan creando redes temáticas ou de intereses. Os novos sistemas de información estándares permiten a sindicación (redifusión) a portais de noticias subscribíndose así á información sen necesidade de visitar a páxina. Sistemas como ATOM ou RSS 2.0 (Realle Simple Sendication) baseados en XML son un exemplo. Sen dúbida o escenario cultural cambiou, mais o futuro preséntase -aínda hoxe- cheo de interrogantes, retos e expectativas...



## Bibliografía

- Busquets Duran J. (2005): *Els escenaris de la cultura, Formes simbòliques i públics a l'era digital*. Barcelona, Tripodos.
- Castells, M. (1997): *L'era de la informació (economia, societat i cultura)*. 2 vol. Barcelona, UOC.
- Benjamin, W. (1936). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductivitat tècnica*. Barcelona, Edicions 62.
- Carreras, C.; Munila, G. (2005): *Patrimoni digital*. Barcelona, Editorial UOC.
- Leve P. (1997): *La cibercultura, el segon diluvi?* Barcelona, Editorial UOC.
- Carrillo, J. (2004): *Arte en Red*. Madrid, Edicions Càtedra.
- Lessing, L. (2004): *Free Culture*. The Penguin Press

<sup>1</sup> <http://www.digicult.info>

<sup>2</sup> <http://oliba.uoc.edu>

<sup>3</sup> <http://www.mhic.net>

<sup>4</sup> <http://www.indemedia.org>

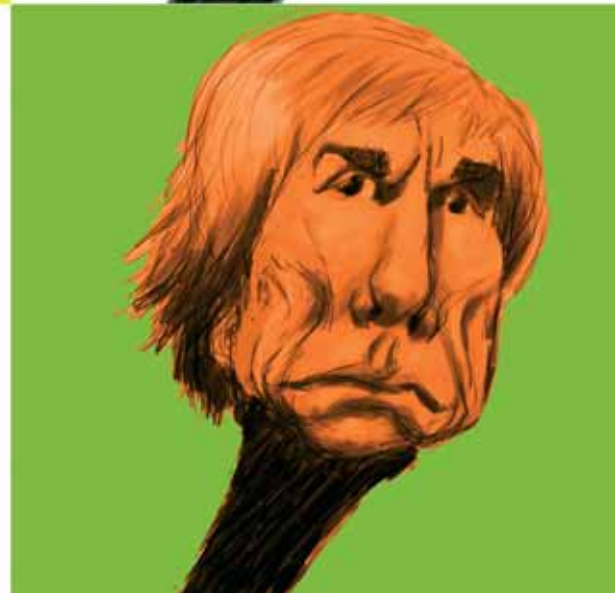
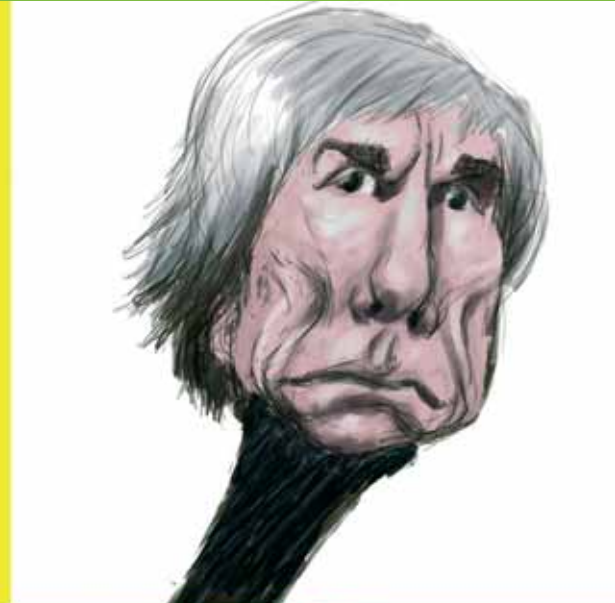
<sup>5</sup> <http://www.flickr.com>

Ilustración banda deseñada

# daniel montero

Nacín en Catoira pero son máis de Cangas que de ningún sitio. Na miña traxectoria profesional estiven como caricaturista nas Xornadas organizadas pola EGAP durante un ano enteiro, ademais de en Carballo, Fene (no Museo do Humor), Lalín, Lugo e Silleda. Fixen traballos de ilustración para libros de texto e diversos carteis para concellos.

No meu corazón teño a Banda Deseñada e devezco pola animación. Actualmente traballo en Dygrafilms [www.dygrafilms.es](http://www.dygrafilms.es) facendo shading, texturas e fondos 2d, ademais de compartires estudo con 3 ilustradores máis. [baobabestudio.blogspot.com](http://baobabestudio.blogspot.com)



# Breves apuntamentos de comunicación cultural

estilo propio  
con deseño

formatos  
uniformes  
que identifiquen  
o servizo

fotos con xente  
e coidando os pes de  
foto, a poder ser,  
dos creadores locais

textos áxiles  
sen tecnicismos  
nin siglas

titulares  
suxestivos e  
implicativos

as cores  
gama de marca

subtítulos curtos,  
emocionantes

uniformidade  
nos tipos de papel

logos  
se non son  
moitos, sempre

**comunicar...**

non é un gasto, é un investimento a idea ou o que ofrecemos: mostralo claramente seducindo, insinuando utilidades, sen tópicos desmotivadores por manidos buscando unha identidade de marca, de estilo propio, de rápida identificación por parte da cidadanía apostando polo risco comunicacional, por sorprender para non só informar, tamén implicar un labor do equipo técnico municipal, corresponsabilizándose da comunicación propia. Saber difundir para gañar complicidades e fidelizar, é tan importante como o deseñar actividades decidir que e como comunicar debe realizarse en comunión cos deseñadores gráficos que traballen co municipio ou servizo, o cal deben coñecer e entender mimar as relacións públicas

**sportes...**

apostar máis polos canles informais: mobiliario urbano, transportes, merchandising, correos electrónicos, postais, patrocinio, presentacións... webs interactivas, exhaustivas, integrando a información que xeran os demais axentes locais o escapatismo: apenas os hai nos equipamentos de proximidade e, se existen, non son atractivos as periodicidades e frecuencias son importantes. A información perece atención ás diversas audiencias e as súas linguaxes a dispersión na ocupación do territorio, a fenda tecnolóxica, a diferenza formativa, o desigual acceso á oferta cultural das persoas esixen sensibilidade comunicativa



Maruxa  
Fernández  
LLamazares

# Cultura, comunicación e castración

**Julián Hernández**

*Escritor e membro de Siniestro Total*

A nai de *Marcel Duchamp* comentoulle ao seu fillo o día que lle deu por lle poñer bigotes á *Gioconda*:

-Pero, que fixeches, badocas?

Cantaruxaba *Coco* de "Barrio Sésamo": *alrededor, alrededor, alrededor, alrededor, arriba, abajo y entre...* E mentres tanto, o medo cultural burgués é o medo do porteiro ante o penalti. Ese penalti que *les cuelean* de cando en vez e converte a cultura oficial nunha floríña de *pitimín* temerosa de Deus. Cal tremente xelatina, a comunidade asiste asombrada ao Traxe Novo do Emperador. Está espido, si, mais, quen é o ousado que llo di en

voz alta? E non por nada, mais é que xa metemos o zoco unha morea de veces e non é cuestión de seguir insistindo. Na estrea en París de "A consagración da primavera" de *Stravinsky*, as nosas bisavoiñas patearon até a apoplexia o que consideraron unha tomadura de pelo; e máis tarde, cando souberon -por terceiros- que aquilo era chupiguai, arrepentíronse e fixéronnos xurar a todos os seus descendentes que xamais contariamos a ninguén que se esgorxaron tal que así:

-Rusos tiñades que ser! *Nijinsky*, maricón! *Igor*, a currar con *Frankenstein*! Que é ese ritmo de once por catro? Exíliate, *capullo*! *Diaghilev*, isto vaino bailar *tu p... madre*!



Ai... (suspiro). Se o retransmitiran en directo ninguén movería a tibia, ninguén movería o peroné. Mais *Göbbels* aínda non aparecera polo panorama da comunicación. Outro galo lle cantaríaa á miña bisavoa. Probablemente ao ouvido, probablemente unha canción de *Jacques Brel*. Coitada muller. Coitada Europa. Xa o dicía *Tristan Tzara* nun imposible "reality show" que tivo lugar no Cabaret Voltaire en 1917:

-Dadaístas tiñamos que ser e así nos vai...!

Agora vai vir o nazi baixiño, cabrón e chulo a nos ensinar o que é Cultura e Comunicación. Mentres, chupamos o dedo e deixamos que tiren de pistola (aínda que, a verdade sexa dita, ás veces teñen parte de razón) cando escoitan a palabra "cultura". Boa xente non son, non o foron, nin serán; mais metéronnos os códigos dobrados, o barullo, os micrófonos e os altosfalantes. Para matalos! Mágoa! (je!) que se vaian suicidar en 1945, que o sei de boa fonte...

Ai... (suspiro). *Göbbels* inventou os medios. Como para sospeitar. A tecnoloxía estaba servida. O viño do Rhin tamén. A servidume estaba cantada. A "Cabalgata das Valquirias" xa planaba sobre Vietnán antes de que se reencarnasen os seus apocalípticos cabalos en forma de helicópteros. *Charly* non facía surf daquela. Tampoco fai surf agora. Se é que *Charly* non sabe nin mergullar. Que vietnamita pode surcar as ondas californianas -ou as de Mundaka- subido a unha táboa feita de eucalipto?

Mirando mellor desde fóra que desde dentro, Occidente, a súa Cultura e a súa Comunicación poderían ser unha boa idea. Comezaron (comezamos) matando e rematarán (remataremos) morrendo. Porque funcionamos a base de medios e non de enteiros. Porque mediamos a base de funcionarios e non nos decatamos. Porque nin sequera hai un porqué. Ese porqué que nin sequera fai falta, porque, se é Medio É a Mensaxe (*McLuhan dixit*), o mensaxeiro sobrevive a tempo parcial, a media xornada non ten contido, a incontinencia manda unha mensaxe a medias. Hai quen se masturba mirando os presentadores do telexornal. Hai quen non.

A mensaxe -o contido- adoita ser importante. Emisor con mensaxe, mensaxe con medio, receptor receptivo. Aquí vai haber máis que palabras. As palabras, cando se escriben, son como sagradas: "escrito está...". É como o sagrario e a hostia. A hostia (o contido) é pequeniña, redonda e úsase en repostaría. O sagrario (o continente) é grande, dourado, cheo de pedras preciosas, espectacular, requetebriillante e aparece en medio dos megaescenarios papais sen que a ninguén lle importe o que conteña. *Sánchez Ferlosio* falaba disto non hai moito. A hostia exterior ("hostia" en sentido groseiro e figurado) é máis grande que a hostia interior (hostia no sentido do pan que foi sometido á transubstanciación, vehículo literal do sacramento que instituíu Cristo).

Contido, continente e incontinencia. Nin cultura nin comunicación. Ensamblar e/ou variar: velaquí o dilema. Hai asasinatos verbais, virtuais, verdadeiros e virxes. A letra "V" no código *Morse* é --- (punto, punto, punto, raia). Ou sexa, o tema da V Sinfonía de *Beethoven*, que xamais soubo o que era o telégrafo mais deu no cravo: cha-cha-cha-chaan... Foi utilizado (sen as notas de *Ludwig Van*) como sintonía das noticias da BBC en medio dos bombardeos alemáns da II Guerra Mundial para denotar V de Vitoria, V de Vinganza, V de *Vou montar un cristo que nin diola* e, si, tamén, por que non?, V de *Vendetta*. Variar e ensamblar: un dilema da modernidade. Como o collage, como o *sampler*, como o apropiacionismo diletante dunha banda deseñada ou dun filme de *Roger Corman*. E, sen ir máis lonxe, como os discursos da política posmoderna que nos fan tragar con petróleo e rodas de muiño. Ou como as grandes áreas de venda de mobles (Ikea, vaia idea!): eu varío e vostede móntao. Sairalle máis barato. E así o propuña *Julio Cortázar* en "62, modelo para armar". Todo un kit, todo un puzzle, todo un artefacto por entregas nos quioscos á volta do verán. Toda unha montaxe posmoderna: eu desvarío e vostede móntao. Se quere, se pode, se sabe, tal que así: *ad nauseam, ad infinitum, ad carallum*. Uhm...!

A comunicación necesita unha cultura -por moi pobre que sexa- e a cultura necesita medios de comunicación -por moi *soplagaitas* que sexan. Para esta interdependencia, fan falta uns monstros asumidos por todos e que se resisten a seren analizados: os *Formatos*... (brrrrr...!). Os formatos, ás veces, devoran contidos mais esta cuestión non ten que ver coa vella discusión entre o fondo e a forma. Ou o sentido e a idea. Ou a realidade e o desexo. Parece evidente que vivimos rodeados de vellos costumes: un filme dura hora e media (se dura máis, xa pode ser bo!), unha novela ten trescentas páxinas (se ten máis, xa poden xustificar o escritor e o editor o prezo!), un disco pop dura arredor de corenta ou corenta e cinco minutos (unha canción de máis non a tolera nin o máis pintado!). Ás veces non está tan claro. Por exemplo: cal debería ser a extensión deste artigo que está vostede lendo neste preciso instante, audaz lector/a? Haberá que lle preguntar a *Manolo Rúa*. Os formatos, etimoloxicamente, teñen que ver coas formas (a educación, claro) e con "A Forma". Mais son formas a tempo e espazo parcial. Un formato é, pois, un sucedáneo dun contrato lixo? Formato-contrato é a fórmula degradada do obxecto-proxecto (*object-project*) de *Frank Zappa*?

Así, pasiño a pasiño, dúbida tras dúbida, chegamos ao *punk*. Ou, para nos entender, á intervención nos medios, á intervención descarada e por sorpresa. Vén de moi atrás; non só de finais da década dos setenta do século pasado. Dando xa por suposto que "a mensaxe é o medio", no caso da idea *punk* poderíamos estar falando de que "a mensaxe é o asalto ao medio". Se for así, xa houbo xente antes que o fixo:

opinión

*Rompente, Dadá, Orson Wells, Batman, Fluxus, a "Nouvelle Vague"...* E aínda máis vellos: *Edgar Allan Poe, Rabelais, Quevedo, El Bosco, San Xoán Evanxelista o Heráclito...*

-Xa te pasaches, badocas...!

Si e non. O problema é a aceleración da historia; ou da historieta, segundo se mire. Os *Sex Pistols* fixeron o que fixeron, interviñeron como interviñeron e conseguiron o que conseguiron porque os medios de masas non estaban preparados para eles. Quizá como *Xoán Pablo II*: ninguén daba un peso por un papa modelo "rock star" e mira ti o que lle meteu ao mundo cun mesmo escenario repetido en cada continente que pisou e soltando un discurso tremendamente aborrecida (temos que crer que así foi, que de verdade o fixo porque o vimos na tele, como *Neil Armstrong* na lúa ou como *Louis Armstrong* en Nova Orleáns). A diferenza é que os *Sex Pistols* eran tremendamente divertidos. Repetimos: o divertido non é o contrario do serio senón do aborrecido. Por iso gañan os *Sex Pistols*, así mírese por onde se mire neste caso. A brevidade era inevitable: golpearon, saquearon, comunicaron, miraron, gañaron, choraron e fóronse. Todo iso nun pis-pás. Unha guerra-lóstrego -unha *blietz-krieg*, outra idea alemá-programada e executada con pouca precisión mais cunha efectividade que os sitúa como a encarnación da efectividade mesma. Pouco tempo despois, o sistema -os medios- xa estaban blindados e a historia non se ía repetir. Tiveron un *San Pablo (Malcolm McLaren)* tan histérico como aquel que foi viaxante de *Cristo* sen o coñecer xamáis, mais nunca tiveron un emperador *Constantino* que os enxalzaría como ferramenta do Réxime.

Uns *berzotas*? Habería que velo. Sempre houbo xente que fixo ben o seu traballo: no bando dos bos e no bando dos malos. Visto así, *Ben Laden* (que, como todo o mundo sabe, non existe) é un xenio da comunicación aínda que non da cultura nin da ética mínima que se esixe no século XXI á estética da mensaxe. Desde hai tempo chéganos o seu discurso a través de gravacións pésimas e as fotos ou os vídeos brillan pola súa ausencia. É un *Moriarty* sen creatividade policíaca ou un *Joker* sen gargallada paranoica. Isto xa dá que pensar. En Palestina andan ás labazadas *Hamas* e *Al Fatah* mentres o bo de Bin Laden chama á unidade para a Yihad Islámica. Contradición na comunicación dunha cultura milenaria? Quen o sabe! É o suposto xefe de *Al Qaeda* un emisor real ou axustado á realidade? Haberá algún día subastas en Sotheby's ou Christie's das casetes orixinais de don Ben enviadas a *Al Jazeera*? E quen é o experto que verifica a súa autenticidade en medio de tanto guirigai e bombardeo? O emisor está en paradoiro descoñecido mandando mensaxes con remitente sen enderezo coñecido. Onde se lle devolven as cartas se o destinatario está fóra da casa?

Podemos converter calquera cousa nunha cousa calquera con tal de nolo propoñer. E viceversa: unha cousa calquera vale para calquera cousa con tal de que se venda nas grandes superficies. Mesmo a Fin do Mundo está á volta da esquina nunha canción de *Mecano* ("Hoy no me puedo levantar") ou nun poema de *Antonio Gala* ("Si todo acabó ya..."). A xeneralización do subxénero comeza a parecer unha clasificación filolóxica. Hai mesmo quen xulga que o último premio Planeta é literatura.

Aínda se, o adestramento tamén é cultura: "A illa do tesouro", "20.000 leguas de viaxe submarina", "A aventura de Arthur Gordon Pym", "O can dos Baskerville", "O home que foi Xoves"... *Elvis Presley* está vivo, pero aos guións de "Aquí no hay quien viva" non lle quedan nin dous telediaros. Neste sentido a Cultura Popular baixa de intensidade de dous en dous chanzos. Os *Beatles*, por exemplo, conseguiron sorprendentes resultados con intencións mal interpretadas. *Paul McCartney* pretendeu gañar polo salvaxe aos *Who* e só compuxo unha canción sobre tobogáns ("Helter Skelter") que, curiosamente acabou provocando a masacre de *Sharon Tate* e os seus amigos a mans de *Charles Manson* e os seus, porque este iluminado creu interpretar na letra da canción un anuncio da revolución negra en Estados Unidos. Como as caras de Bélmez, vaia. Os *Who* non foron tan bestas nos resultados: ao fin e ao cabo, *Pete Townshend* só rompía guitarras.

Agora que imos de finolis, agora que todos catamos o viño en escudelas de prata e que ulimos os cigarros cubanos con delectación antes de lles prender lume na voda da nosa curmá, xa non temos criterio. Hai cocíñeiros que afirman ser artistas, hai perruqueiros que se dan a man con *Francisco de Goya y Lucientes*, hai estilistas que pouco máis ou menos que estiveron apañando a escena das Meninas e hai decoradores que (nos) confunden (con) a velocidade, o touciño, o cu, as catro témporas e o budismo zen para aparecer nas páxinas dos suplementos semanais. Onde queda a Arte no medio de tanta Propaganda?

O medo do porteiro ante o penalti é paralelo á soidade do corredor de fondo. Os que non fan deporte non teñen por que temer a pena máxima nin a resopraren sós monte a través. Albedrío pouco libre o do tafur que fai trampas nun solitario! Pois iso, que "this is the end", como dicía *Jim Morrison*. Está o *Triplo A* en verbos: *Advertimos, Avisamos* e *Axustizamos* ("Astigmatizamos" tamén valería) . Están os *Tres Bés* en adxectivos: *Bonito, Barato* e *Badocas* ("Bo" queda fóra). E quedannos os *Tres Cés* en substantivos: *Cultura, Comunicación* e *Castración* ("Coherencia" non aparece por lado ningún). Mestúrense as letras ao gusto do consumidor.



# Manexados

**Xulio L. Valcárcel**

Poeta

Manexados. Controlados. Programados. Comemos o que nos mandan, lemos o que nos mandan, mercamos o que nos mandan. Somos moi obedientes. E escravos. Do Consumo, deus supremo, e do seu axente, o sistema publicitario, encargado de crear necesidades inexistentes. O gran baleiro existencial, a grande creba emocional, familiar, sentimental, o fondo desnorte das nosas vidas, resulta salvado polo deus Consumo. Un deus insaciable. Conseguido o piso haberá que ir polo chalé, conseguido o Renault haberá que ir polo B.M.W. Sempre devorando e sempre insatisfeitos. Catrocentas marcas de viño, douscentos tipos de iogures, leite gordo, meio e estonado, productos de productos a extremos dunha sofisticación innecesaria e absurda. Escravos de nós mesmos e das nosas neuras, manipulados, dirixidos polas modas, agora ven ancho, agora vai estreito. E nós como borregos dicindo amén Xesús. O gran mostro de inmensas fauces enchendo sempre, a toda hora, en toda causa, o seu bandullo disforme e dilatado. As marcas e o seu culto e por riba de pagar o que no vale –virán as rebaixas a metade de prezo- por unha determinada prenda, o comprador convértese en “home anuncio” dese deseñador, ao parecer un verdadeiro “artista”. E pode que o sexa na arte de facer cartos. Doble abuso: ao que abono demáis pola prenda, engado o facerme instrumento ao servizo dunha empresa que se lucra da propia publicidade. O mesmo acontece nos espectáculos de masas. Pago a entrada e ademáis debo contribuír con gritos e cánticos á configuración do espectáculo que sen público non tería sentido,



**Moise Dikoff**  
Unión - 2005  
Madeiras - 12 x 17 x 14 cm.

non existiría. ¡E que dicir dos chamados programas “do corazón” nos que láparos, mexericas e choqueiros nos abafan coas súas insufribles miserias !

Cada vez é máis clara a conciencia de sermos manipulados, sobre todo a nivel informativo. A miúdo desde as altas esferas do poder. Agora sabemos que as imaxes iniciais que se nos dixo eran do comezo da invasión de Iraq, correspondían en realidade a unhas manobras militares nun deserto americano. Os telexornais mesturan perigosa e sibilamente mortes reais con mortes de película. Á final ningunha nos resultará verdadeira, narcotizados fronte á dor allea, ensaiando xogos de morte e de violencia en videos e consolas. Estamos, ou queren que esteamos, manipulados. Controlados. E cómpre reaccionar, ser lúcidos, sermos conscentes do que pasa e actuar en consecuencia. Desde esa perspectiva, a presenza dos intelectuais nos medios de comunicación de masas, debería ser unha constante, exercendo como guías e como referentes, sempre desde a liberdade e desde a pluralidade. Sen dogmas nin prexuízos. Non se trata tanto de orientar, nin de sacar conclusións, como de informar, de asesorar, de ofrecer datos e coñecementos, valoracións e reflexións en voz alta ante un determinado suceso ou acontecemento para que en base a esa información aberta, plural e complexa, a cidadanía esperte, opte, decida e se exprese desde a madurez e desde a tolerancia. En definitiva que teña opinión de seu, que sexa conscente para poder ser libre.





# Roi Paz Collazo

roipaz@hotmail.com



2006 Accésit en la Bienal de Caricatura de Ourense. 2006 Primer premio en el concurso de comics de Arteixo. 2005 Tercer premio en el concurso de Comic de Arteixo. 2004 Accésit en la Bienal de Caricatura de Ourense. 2003 Accésit en el concurso de comic Alfayate. 2002 Segundo premio categoría adulto en el certamen de comic de Arteixo.

# As políticas culturais na administración local galega: a situación dos municipios da Comarca da Mariña Central

**M<sup>a</sup> Pilar López**

*Lic. en Pedagogía e Técnica de Cultura do Concello de Foz*

Recentemente celebrado o aniversario dos vinte e cinco anos do importante e fundamental cambio estrutural que supuxo o paso do réxime da ditadura á democracia atopámonos nun bo momento para volver a vista atrás e facer unha análise do camiño percorrido nos entes locais. Esta análise xustifícase, ademais, porque a andaina a que nos estamos a referir se realizou partindo dun substrato caracterizado principalmente por un escurantismo cultural froito do peche da porta ás correntes que circulaban por Europa.

No ano 1979, coas primeiras eleccións municipais, a situación herdada causada polo desinterese do goberno franquista por Galicia reflectíase en todas as áreas; total carencia de infraestruturas de primeira necesidade sobre todo nos concellos rurais e semiurbanos: abastecementos de auga, saneamentos, iluminación pública, recollida de lixo etc. As primeiras corporacións locais democráticas recibiron uns concellos sen recursos humanos, tecnolóxicos e financeiros, que se viron na necesidade de emprenderen importantes proxectos de futuro para os cales carecían de coñecementos e experiencia.

Por iso, as institucións estatais tiveron que realizar un tremendo esforzo poñéndose "mans á obra" para traballar a reo cara ao desenvolvemento social e cultural do país co fin de acadar as cotas dos nosos veciños europeos. Os municipios galegos menores de 10.000 habitantes de condición eminentemente rural ou semiurbana experimentaron un proceso evolutivo no ámbito

cultural que supuxo un grande esforzo de políticos, administración e, sobre todo, da cidadanía, xa que a cultura, case sempre asociada ao lecer, ficara relegada a un segundo, terceiro e ata a un apenas imperceptible plano, ao ser primeiro preciso acometer as reformas estruturais-sociais máis elementais. Nas cidades, a andaina cultural era ben distinta, con xa significativos orzamentos asignados á cultura aínda que esta fose de escaparate.

Temos claro que a situación de desenvolvemento cultural actual, mellor ou peor, en que nos atopamos é o resultado dese proceso evolutivo que vén deseñado por multitude de circunstancias e factores determinantes que interactuaron durante a transformación acaecida no último cuarto de século. Chegados a este punto e despois deste moi xeneralizado percorrido, a cuestión é: estamos onde pretendiamos?, conseguimos as metas fixadas?, cales son os obxectivos de futuro?...

Como traballadora no eido da cultura na administración local galega, tiven a oportunidade, co motivo da realización dos cursos de doutoramento, de poder realizar unha investigación coa pretensión de dar resposta a moitas das miñas inquedanzas.... Baixo a inestimable, sabia, e moi paciente dirección de D. Antonio Caride Gómez, profesor doutor no Departamento de Teoría e Historia da Educación da Universidade de Santiago, realizamos un traballo de investigación que leva por título "As políticas culturais na administración

chaves



local galega. A situación dos municipios da Comarca da Mariña Central”, un estudo da evolución da política cultural durante estes vinte e seis anos nos Concellos de Alfoz, Burela, Lourenzá, Mondoñedo, Foz e O Valadouro.

Cales eran os obxectivos que pretendiamos acadar neste estudo? Principalmente, obter unha panorámica xeral da política cultural municipal que se estaba a aplicar nos seis municipios da comarca. Ademais, e xa máis especificamente queriamos obter información sobre a tipoloxía desas políticas culturais que se estaban a desenvolver, así como identificar os obxectivos finais e a súa proxección nun futuro inmediato.

O porqué da elección desta unidade xeográfica como obxecto de estudo obedece a varias causas: principalmente, polo meu interese persoal como técnica de cultura dun destes municipios e a situación especial desta comarca, como unha das zonas de Galicia onde máis tarde se deixaron sentir as inxerencias culturais por parte da administración central e municipal, o que pensamos reflectía un proceso evolutivo tardío a respecto doutras áreas xeográficas.

O traballo estruturámolo en tres partes. A primeira correspondente ao marco teórico e que levaba por título “As políticas culturais en Galicia”, a segunda referida aos procesos metodolóxicos e á contextualización da zona da Mariña Central, e a terceira parte onde se expón o traballo empírico propiamente dito e que leva como título “O feito cultural municipal nos seis municipios da Mariña Central Luguesa”.

Debido á amplitude do traballo intentaremos deseguido sintetizar as conclusións o máis posible, pola limitación de espazo que este tipo de publicación implica e que, aínda por riba, tan indulxentemente puxeron á nosa disposición. Seremos o máis breves posibles, comprometéndonos a atender a quen desexar obter unha información máis exhaustiva.

## Política cultural

Establecemos como punto de partida, do noso estudo, a importancia dos municipios como organismos públicos e democráticos máis axeitados pola súa situación estratéxica de proximidade ao cidadán para activar o desenvolvemento cultural dun pobo a través de implementación de políticas culturais estables, comprometidas e responsables.

A transcendencia que cara ao desenvolvemento posúe a implementación dunha determinada política cultural por parte das institucións públicas fai preciso a realización dunha fonda reflexión. Por iso, faise necesario a análise das políticas culturais nas pequenas vilas, para contribuír a paliar a escaseza de investigacións sobre políticas locais, e aproveitar a experiencia acumulada neste campo nos últimos anos para sinalar os camiños que hai que seguir dentro da ampla diversidade local.

A realidade cultural da administración local galega rural e semiurbana é o resultado dunha confluencia de múltiples factores dos que foron especialmente transcendentales: o herdo cultural do réxime franquista e o marco normativo en que se localizou o período democrático constituído principalmente pola Constitución de 1978, influenciada polo modelo de política cultural francesa, e a Lei de bases de réxime local que dotou os municipios de limitada capacidade de actuación, escasos recursos económicos e estruturas ríxidas moi burocratizadas.

Por todo o anteriormente exposto, e de termos en conta que a política cultural municipal é tamén unha consecuencia directa da política cultural nacional, a realidade dos municipios galegos, canto ás actuacións políticas se refire, deu como resultado unha práctica da administración local definida pola tese da nacionalización e a tese xerencialista postulada por Quin Brugué e Ricard Gomá (1998: 16-17).

O resultado pódese simplificar segundo a tese da nacionalización que postula a escasa importancia que se lle concedeu á administración local desde instancias superiores, o dominio dos intereses nacionais sobre os locais, o dominio electoral dos partidos políticos que nacionalizaron e homoxeneizaron a vida política local así como o control vertical e xerárquico que proporcionou escasos recursos. A tese xerencialista coa despolitización dos concelleiros locais que se converteron en operarios ao servizo da comunidade e os partidos políticos actuaron como oficinas de emprego, colocando os seus membros en postos de responsabilidade operativa.

A tese da nacionalización deu paso, a finais dos anos noventa, na maioría do territorio español, á tese do localismo, que supón a revitalización do goberno local e dos seus representantes que deixan de ser elos na cadea de mando para se converteren en actores políticos e económicos relevantes. Esta tese floreceu coa entrada das novas tecnoloxías que permitiron á administración local aumentar a capacidade de actuación e de servizos aos cidadáns xunto cun protagonismo cada vez maior dos entes locais como os máis axeitados para coñecer e solucionar os problemas e ofertar servizos aos veciños pola súa situación privilexiada de proximidade á cidadanía.

A tese xerencialista foi substituída pola tese da repolitización, consistente na redefinición do papel dos partidos políticos que se politizan no ámbito local e a consolidación das estruturas de xestión estables e independentes da actividade dos/as concelleiros/as.

Neste traballo constatamos que o localismo e a politización comezan a se introducir na vida política cultural local aínda que a tese xerencialista está incrustada nas máis profundas raíces locais da Galicia rural.

## Encadramento histórico e actualidade

Así limitados e influídos polas anteriores características os municipios galegos iniciaron dende o ano 1979 unha andadura que imos encadrando historicamente segundo a evolución das políticas culturais locais nos municipios rurais e semiurbanos:

- Unha *primeira etapa dende 1979-1988: o espertar municipal e o comezo do cambio*, coa posta en marcha da democracia e dos gobernos municipais, que tiveron que se enfrontar aos graves problemas infraestruturais herdados do franquismo. Nesta etapa apenas hai tempo para lle dedicar á cultura e moitos menos orzamento.

- Unha *segunda etapa dende 1989-1995: ou da xestión cultural*, co comezo do interese pola cultura por parte da administración, a contratación de profesionais neste ámbito e a implementación das primeiras políticas culturais. É a etapa da democratización cultural para a zona rural e semiurbana e do paradigma da democracia cultural nas cidades.

- A *terceira etapa dende o ano 1995 ata finais de século: ou do consumo cultural*. Son os anos do "boom cultural" dos produtos das empresas e da industria cultural, o supermer-cado cultural dos obxectos de consumo rápido, a cultura do pano de papel, de usar pouco e tirar máis (Puig 2000: 23); son tamén os anos do boom do asociacionismo que enriquece a vida cultural das vilas coa aparición de todo tipo de asociacións (asociacións culturais, deportivas, xuvenís, de amas de casa, de mulleres rurais, de viúvas, folclóricas, musicais, gastronómicas etc.).

Esta terceira etapa é tamén a do *recoñecemento social e transcendencia da figura do xestor cultural*. Os municipios co-mezan a privatizar os seus servizos e a figura do xestor cultural acada unha transcendental importancia como unha estratexia de intervención cultural, en canto técnico planificador e optimizador dos recursos e infraestruturas culturais que comezan a proliferar aparecendo por toda a xeografía galega centros sociais, casas de cultura, oficinas de desenvolvemento local, oficinas de información xuvenil etc.

- *A cuarta etapa dende o comezo do novo século ata hoxe: a eclosión cultural municipal e a nova concepción da cultura como desencadeante do proceso de desenvolvemento*. Agora un novo cidadán, cada vez máis culto e con gustos máis diversificados, esíxelle á administración local unha maior eficacia, un maior rendemento nas súas actuacións e a capacidade para secundar o proceso de modernización que esta non é capaz de atender.

## Metodoloxía

Na parte práctica do noso traballo pretendemos recoller información sobre os medios técnicos, económicos e os equipamentos culturais locais co fin de pescudar as liñas e os programas municipais no ámbito cultural. Para isto realizamos un estudo de campo seguindo catro vertentes xustapostas e utilizando distintas estratexias:

- Investigamos os recursos físicos, teóricos, materiais, humanos e económicos na área de cultura de cada un dos seis concellos da Mariña Central para o cal realizamos unha ficha descritiva dirixida ao responsable político da área de cultura (concelleiro de cultura ou alcalde) de cada concello.

- Determinamos cal é o labor que os técnicos culturais están a realizar e a súa percepción da realidade cultural, servíndonos de enquisas semiestruturadas dirixidas aos responsables técnicos dos departamentos de cultura de cada un dos municipios.

- Analizamos a política cultural proposta nos programas electorais dos grupos políticos que logo accederon ao goberno do municipio, e detivémonos especialmente na análise dos programas electorais presentados polos partidos gobernantes ata a última lexislatura (2003-2007)

- Establecemos cal era a política de equipamentos culturais segundo a evolución sufrida nestas instalacións ao longo destes anos nos diferentes municipios. Para iso, elaboramos cuestionarios específicos para os responsables de cada un dos equipamentos culturais dos concellos.

Alén disto, elaboramos fichas sintéticas de cada un dos municipios relativas aos datos económicos e sociais, aos datos básicos dos equipamentos culturais principais consultando numerosas fontes secundarias, fundamentalmente arquivos das delegacións comarcais e locais dos partidos políticos, arquivos municipais, publicacións locais, anuarios, censos, informes etc.

## Localización e breve descripción

A comarca referida do noso estudo está situada no centro da Área Funcional da Mariña Luguesa e integrada por seis concellos: Alfoz, Burela, Foz, Mondoñedo, Lourenzá e O Valadouro. De todos eles, Burela é o concello máis novo, constituído a partir da escisión do Concello de Cervo no 1994.

Entre todos os municipios que a forman é posible realizar unha clara diferenciación entre os municipios costeiros, Burela e Foz e os de interior, Alfoz, Lourenzá, Mondoñedo e Valadouro. A dualidade terra-mar ou interior-costa son conceptos intrínsecos na historia da Mariña definitorios das súas raíces. A vinculación co mar traza a historia de Foz e de Burela, caracterizada por unha forma de vida, unhas tradicións e uns costumes en que o mar e a súa vinculación con el é inherente na identidade forxada. Por outra banda, Alfoz, Mondoñedo, O Valadouro, Lourenzá, son entidades cun modo de vida e unha tradición vinculados á terra, asentados en dous fértiles vales. O campo, o minifundismo, a gandería, a terra verde e fértil forxaron a súa identidade histórica.



O posicionamento xeográfico costeiro e de interior determina que os municipios do litoral, Foz e Burela, sexan os de máis elevada poboación, preto dos 10.000 habitantes, mentres os outros catro están por debaixo dos cinco mil: Mondoñedo con 4.987, seguido xa moi de lonxe por Lourenzá (2.779), Alfoz (2.398) e O Valadouro (2.371). A suma de poboación dos concellos de Foz e o de Burela representa o 58,66% do total de habitantes da Comarca.

A actividade económica da poboación da Comarca da Mariña Central mercantilízase entre a industria, a pesca, a gandería, o turismo e o sector servizos. O espectro socioeconómico é, maioritariamente, de clase media.

A industria de ALCOA (Alumina-Aluminio), en San Cibrao (Cervo) concentra no seu cadro de persoal gran parte da poboación activa da Mariña Luguesa. A instalación desta fábrica e o crecemento da pesca de altura no Concello de Burela deu o pulo definitivo cara á eclosión e a "terciarización" da economía da Mariña, significando un antes e un despois no sector económico e cultural da zona.

En xeral, o sistema produtivo é moi diversificado cun sector primario moi importante, a pesca ten un peso considerable ao situarse Burela como un dos portos máis importantes da cornixa Cantábrica e o potencial forestal da comarca é un dos piares fundamentais de desenvolvemento dos municipios de interior.

Relacionado cos órganos de goberno políticos dos propios municipios da Mariña Luguesa, cómpre indicar que o panorama político non sufriu ningún cambio durante as últimas tres lexislaturas (1999-2003). Cinco dos concellos están dirixidos por un goberno pertencente ao partido popular e un polo PSdeG-PSOE. Todos os equipos gobernan cunha maioría sólida, sen coalicións con outros grupos políticos e dende hai polo menos dúas lexislaturas.

Polo que atinxe ao nivel educativo da poboación, a metade da poboación da Mariña Central non ten ningún tipo de formación específica, un feito que se agrava no caso do sexo feminino con preto do 54% de mulleres sen ningún tipo de formación. A taxa de analfabetismo rexistra niveis superiores que a taxa media galega e provincial, as dúas do 2,1 %. As taxas de analfabetismo masculino son iguais ou inferiores á media galega e provincial, mentres no caso das taxas de analfabetismo feminino a comarca rexistra valores (3,1 %) superiores ao total provincial (2,9 %) e galego (3,1 %).

Os concellos litorais de Foz e Burela son tamén os que máis porcentaxe de poboación total posúen con estudos (o 53,7% da poboación ten o bacharelato elemental e/ou algunha formación máis) seguidos do Concello de Mondoñedo cun maior índice de estudantes universitarios. É nestes concellos limitados co mar cantábrico onde se concentran tamén os centros de ensino de secundaria obrigatoria, bacharelato ou formación profesional, dándose a maior oferta de formación



profesional regrada no Concello de Burela. É salientable tamén que en toda a comarca non hai ningunha escola de estudos universitarios medios ou superiores.

## O feito cultural municipal nos seis municipios da Mariña Central luguesa

A análise da ficha descritiva de cada un dos seis concellos mariñoos deu como resultado que os recursos humanos dos seis concellos da Mariña son moi escasos nos municipios de Alfoz, O Valadouro e Lourenzá, mentres que son insuficientes nos concellos de Foz e Burela. Polo que atinxe á distribución dos técnicos de cultura é moi desigual nos municipios. Pero é moi salientable que nos concellos con escasos recursos humanos como Alfoz, O Valadouro ou Lourenzá, realicen un esforzo loable e conten con dous traballadores como mínimo na Área de Cultura; os concellos do litoral son os que máis persoal teñen nas súas delegacións culturais con catro traballadores fixos. Todos os municipios utilizan persoal eventual para cubriren moitas das necesidades culturais, sobre todo contratados do Plan Labora da Xunta de Galicia.

Referido ao orzamento, o desequilibrio nas apostas pola cultura en anteriores lexislaturas provocou que na actualidade as porcentaxes do orzamento total municipal investidas nesta área presenten perfís extraordinariamente irregulares. Os concellos que máis invisten en cultura son os de litoral. Así para o ano 2005 Foz dedicou á cultura un 5,82 % do orzamento total anual, Burela un 4,94%, Mondoñedo un 4,95%, O Valadouro un 1,99%, Lourenzá un 0,85% e Alfoz un 0,39%.

Trátase, en xeral, dun exíguo orzamento nas áreas culturais, o que nos suxire unha escasa capacidade no deseño de programas. Esta limitación dos recursos materiais fainos pensar nunha oferta puntual, máis preto do modelo de política de "democratización da cultura" que da "democracia cultural".

## Das áreas de cultura e dos técnicos culturais municipais

A acción da xestión no ámbito cultural nos municipios da Mariña Central caracterízase por ser unha actuación desorganizada onde se mesturan as actuacións políticas e as técnicas, nunha promiscuidade máis transcendente canto máis eminente se fai a acción da política cultural.

Esta realidade repítese en demasiados pequenos municipios galegos como consecuencia, en primeiro lugar, da inexistencia dun marco estratéxico de actuación no ámbito cultural e, en segundo lugar, dun marco operativo; ambos os dous son pasos decisivos para se cumpriren se queremos que as realizacións da práctica cultural teñan un sentido e un fin. Definir un marco estratéxico supón, segundo Gómez (2004: 69), primeiro a política, que non é facer, senón orientar a acción, para pasar despois á definición dun marco operativo, tendo claro onde nos gustaría chegar.

Neste contexto, é preciso diferenciar as funcións do xestor da de político, pois a falta de criterios específicos dentro de cada un dos concellos para establecer esta diferenciación ocasiona numerosos problemas e intromisións. O político non é xestor e o xestor non é político; como sinala Gómez (2004: 69), a política cultural non é unha cuestión exclusiva do concelleiro de Cultura, o técnico de Cultura non é o único xestor e as actividades son medios para un fin non un fin en si propio.

A política cultural con respecto ao perfil esixido para a contratación dos técnicos culturais municipais ofrece un panorama confuso, cunha concepción ambigua e heteroxénea de traballadores "para todo" e con calquera formación. En xeral son escasas as accións formativas e case sempre sen remunerar. Os labores que realizan os/as técnicos/as, son moi diversos, ocupando unha gran cantidade de tempo en quefaceres administrativos propios doutro tipo de profesionais (facer fotocopias, deseño e impresión de carteis ou folletos informativos etc), ademais de realizaren tarefas propias dun secretario do concelleiro de cultura ou do alcalde. Os técnicos teñen un papel máis como xestores que como orientadores ou deseñadores de programas onde se produza a participación.

Pola contra, os departamentos culturais están dotados segundo os/as técnicos/as dos efectivos suficientes para o desenvolvemento do seu traballo. A cantidade, a calidade e a dispoñibilidade dos equipamentos nas delegacións de Cultura da Mariña Luguesa é, segundo os técnicos, axeitada.

Os criterios seguidos no deseño da programación nos concellos da Mariña Central son distintos segundo sexan de interior ou costeiros: en Alfoz, O Valadouro e Lourenzá realiza a programación o/a técnico seguindo criterios de carencias observadas na poboación, pedimentos de asociacións ou grupos de veciños, ciclos festivos cun intento de reparar as carencias culturais e atender os intereses da cidadanía. Os criterios nos concellos costeiros de Burela e Foz quedan supeditados en todo momento ás directrices políticas xa que o protagonismo do deseño da programación da acción cultural correspóndelle ao concelleiro de Cultura.

En referencia ás actividades e aos programas culturais postos en marcha, os concellos do interior, ante a falta de recursos deben botarlle máis imaxinación e realizar actividades de menor custo, como concursos, talleres para a terceira idade e xuventude, charlas, animación á lectura, excursións etc. Nos municipios costeiros, as representacións propias da difusión cultural, teatro, concertos etc., acadan o primeiro lugar na programación seguidas das exposicións organizadas todo o ano. En terceiro lugar, prográmanse actividades propias da tempada como, o Nadal, a Cabalgata de Reis, o Entroido ou as festas de verán. Séguenos os obradoiros, as charlas e conferencias, sobre todo dirixidas á terceira idade, no caso do Concello de Foz e os cursos de formación e de ocupación do tempo de ocio como os de manualidades que se programan uns meses durante o ano e que se dirixen, especialmente, ás amas de casa.

Con respecto ao financiamento, este procede basicamente do orzamento municipal, de subvencións da Xunta de Galicia e, en raras ocasións nos municipios do litoral, dalgúns entidades bancarias. Hai que subliñar a independencia que a Delegación de Cultura posúe ao non se producir colaboración nin programas integrais para o desenvolvemento local. Non existen proxectos culturais con carácter comarcal, nin colaboración, coordinación e intercambio entre os diferentes concellos, algo que si se produce, moi de cando en vez, entre as distintas delegacións do propio municipio.

## Dos equipamentos de cada un dos municipios

Nun período inferior a quince anos, os municipios da Mariña Luguesa dotáronse cos equipamentos considerados pola política cultural dos equipos de goberno municipais necesarios para o funcionamento e o desenvolvemento da cultura local; así, na década de 1990 e nos primeiros anos de 2000 prodúcese nos municipios da Mariña Central unha auténtica eclosión equipamental de infraestruturas dedicadas á actividade cultural.

A política cultural dirixiuse en dúas direccións paralelas: en fornecer de infraestruturas culturais os núcleos urbanos para uso da propia administración local, etapa da profusión dos equipamentos de centralidade; e a etapa dos equipamentos de territorialidade, orientada á solución dos problemas derivados da falta de locais das asociacións.

En primeiro lugar, dotáronse os municipios de edificios centralizados situados nos centros urbanos e máis emblemáticos culturalmente, como é o caso das casas da cultura, e que cobren necesidades básicas emerxentes na sociedade. En segundo lugar, a política cultural equipamental dirixese á provisión de infraestruturas diseminadas no territorio para uso das asociacións culturais e cunha área de influencia limitada á parroquia.

Esta política está en pleno auxe de execución e consiste na dotación de infraestruturas culturais en todo o territorio municipal, durante moito tempo reivindicadas polas asociacións aproveitando, en moitos casos, os edificios das vellas escolas unitarias, que se atopaban, na súa maioría, en situación de auténtico abandono. Isto dá como resultado un total de corenta e nove equipamentos totais da Mariña Central, doce (24,49 %) están situados nos centros urbanos ou nos principais núcleos poboacionais. Alfoz, Burela e O Valadouro contan cun único equipamento principal, mentres que Foz, Lourenzá e Mondoñedo posúen tres centros culturais de distinta índole en cada un dos seus respectivos centros urbanos.

Temos, por tanto, un balance positivo canto á dotación de equipamentos e de infraestruturas mais negativo canto á planificación puntual en función da conxuntura política, ao non existiren programas a longo prazo. A política cultural dos municipios cumpría un duplo obxectivo; por unha banda

solucionaba a débeda coas asociacións de base na asignación de locais e, por outro, cumpría co compromiso da descentralización da cultura, aínda que non dos servizos, por parte do municipio.

Polo que atinxe ao control dos equipamentos da Mariña Luguesa, esta está en mans da administración local nun 81,63 % e só o 18% restante depende das asociacións que son as propietarias dos equipamentos. En ningún caso dependen de ningunha outra administración que non sexa a local. A postura da política cultural con respecto aos equipamentos é de control, cun importante dominio municipal sobre as infraestruturas.

## As propostas e actuacións da política cultural nos programas electorais

En xeral, ao observar os obxectivos formulados por cada un dos partidos políticos que optaron a rexer un destes municipios, podemos decatarnos de todo o que queda por facer nas áreas de cultura nesta zona da Mariña Luguesa, unha situación perfectamente extrapolable a outras zonas rurais de Galicia. Comprobamos que non existe ningún tipo de deseño nin de perfil das políticas culturais locais, así como ningunha liña de acción coordinada que programe e posibilite un desenvolvemento cultural parello ao desenvolvemento social.

A política cultural oríentase cara a criterios de xestión, con programas individualizados e independentes dos enfoques sociais, educativos, xuvenís e de ocio. As actuacións en política cultural nestes concellos céntranse, por unha banda, na promoción de programas orientados ao consumismo e, por outra, na potenciación das prácticas socializadoras. Mestúranse, por tanto, os dous modelos de política cultural clasificados por Bouzada (2000: 23) como "modelo popular participativo e sociocultural" ou da "democracia cultural" e "modelo do consumo individual ilustrado" ou o da "democratización cultural".

## Prospectivas

Nestes poucos anos foron moitos os avances conseguidos. O balance é positivo e optimista con respecto ás infraestruturas, multiplicáronse os servizos, os equipamentos e tamén os recursos. Os municipios foron pezas claves na recuperación do atraso no ámbito cultural local. Pero queda moito por facer, a fachada da cultura local é prometedora, agora hai que encher o interior abastecéndoo de programas e de proxectos impulsados por unhas políticas culturais con obxectivos claros.

Temos claro que as estruturas ríxidas dos entes locais deben substituírse por un sistema máis próximo á empresa privada que leve parella unha maior profesionalización, debendo mudar a súa estrutura de organismo pechado por unha organización que permita os procesos fluídos de negociación e financiamento, para así se adaptar aos cambios económicos e sociais do século XXI.

Por outra banda a coordinación dos tres sectores organizativos, administracións, empresas e asociacións, inexistente na Mariña, é fundamental na procura de satisfacer e/ou despertar as necesidades culturais nos cidadáns establecendo unha postura de diálogo e de cooperación coa sociedade. É preciso estimular a demanda cultural e facer a sociedade partícipe da creación da cultura.

Vese a necesidade urxente dunha reformulación da política cultural con respecto aos equipamentos e aos seus ocupantes, onde o municipio abandone o papel de promotor e de liderado para se converter nun colaborador. Por outra banda, tamén é imprescindible a creación dunha rede de equipamentos, tanto dentro do municipio como intermunicipal, cunha planificación conxunta e após o proxecto e o estudo das necesidades e das carencias.

A formación é unha das materias pendentes, pero a formación é tan necesaria para os técnicos como para os políticos. O plano que se debe seguir queda perfectamente resumido por Álvarez (2003: 164):

*[...] o que agora urxe son gobernos con ideas claras e proxectos solventes. Que dirixan no canto de xestionar. Que prioricen no canto de confundir. Que articulen os intereses sociais e resolvan os conflitos da comunidade. Que recuperen a expresión democrática do poder político local e a sitúen en niveis semellantes aos que teñen outros gobernos. A iso chámasele repolitiza-la institución municipal. Algo así como pór as cousas no seu sitio.*



## Bibliografía

- Álvarez, C. (2003): *A rebelión municipal. Unha esperanza para Galicia*. Vigo: Editorial Xerais.
- Gómez, R. (2004): "Políticos e Técnicos Municipais: metodoloxías e linguaxes para unha acción común". En Pose, H. (coord.) (2004): *Interea 2004. A formación na acción cultural local. Actas Interea 2004. Documentos de Cultura*. A Coruña: Deputación da Coruña, pp. 69-73.
- Quin, B. e Ricard G. (coords.) (1998): *Gobiernos locales y políticas públicas. Bienestar social, promoción económica y territorio*. Barcelona: Ariel Ciencias Políticas.
- Puig, T. (2000): "Las nuevas relaciones entre asociaciones y municipio para la cultura de la ciudadanía. O como plantearse la gestión relacional de la cultura en el milenio" en Bouzada, X. (coord.) (2000): *Cultura e Concellos*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, pp. 21-33.
- Bouzada, X. (coord.) (2000): *Cultura e Concellos: as estratexias da promoción cultural no ámbito local*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.



**Moise Dikoff**  
Escrito con el viento - 2005  
Madeiras, cobre, bronce e plumas - 27 x 85 cm.



Aí están, tan solemnes; con esa mirada altiva, case ameazante... de súpeto, fan gracia, mais xustamente ata o intre en que percebes a burla e a caricatura que fan da sociedade, coa súa aparencia de persoas, con ese mirar directo e profundo que non te pode deixar indiferente.

É a crítica ao enmascaramento ao que esta sociedade está realmente afeccionándose, a adorar o envoltorio e primalo por encima do contido. Así, o intento dunha aparencia conséguese con pequenos matices e o contido transfórmase como se de maxia se tratase.

Aínda que as galiñas están mortas e sen a súa plumaxe semellan estaren aínda vivas, posuír unha personalidade especial que as diferencia e que lles ven dada pola caracterización, as roupas, as perrucas, as xoias... En que se distinguen de nós?

maruxa fernández llamazares

# A xente non quere teatro: unha breve reflexión sobre como estimular a asistencia de público aos espectáculos teatrais

**Marcos Lorenzo**

*Economista e antropólogo.  
Xerente da Asociación de Actores, Directores e Técnicos de Escena de Galicia.*

Que eu saiba, hai cando menos dúas vías para a superación dun problema. Os problemas pódense superar por arriba ou por abaixo. Isto vén a colación porque hai uns días un grupo de profesionais da escena laiábase de que o teatro galego estaba en crise, que a asistencia a espectáculos decrecía e que non sabían como atallar esta sangría. Ante este panorama, repliquei eu, ocórrense dúas posibilidades. Ou ben se aposta por campañas masivas de difusión, grandes investimentos en contedores culturais e procura de atraccións internacionais, é dicir, desde arriba, ou ben se opta por traballar coa cidadanía, desde a cultura de base e os recursos comunitarios, é dicir, desde abaixo. Neste artigo imos explorar esta segunda vía.

## Inicialmente...

Pois ben, se do que se trata é de animar a unha maior asistencia da poboación ao teatro, eu diría, seguindo os postulados da mercadotecnia, que o primeiro que habería que facer é coñecer a demanda potencial, ou sexa, os hábitos de ocio daquel sector de poboación que nunca acode ás representacións teatrais ou que só o fai puntualmente. Seguindo este razoamento, a primeira das cuestións non sería tanto como facer que a xente vaia ao teatro senón como facer que o teatro vaia á xente. Isto é o que poderíamos denominar, se cadra un tanto ampulosamente, "perspectiva da demanda", e consiste en deterse, saír dos avatares cotiáns da creación e baixar do escenario, para, a continuación, observar os comportamentos e os consumos culturais dos colectivos que se quixesen captar.

A primeira regra de ouro para coñecer o que a xente quere é xustamente advertir da inexistencia da xente ou do público. Non existe xente nin público: existen xentes e públicos, existen grupos sociais de diferentes idades, niveis formativos, referentes vivenciais ou capacidade adquisitiva, e de entre os cales, algúns terán unha maior propensión a gozar de certas manifestacións artísticas, e outros serán mesmo refractarios. Así, as estratexias de captación nunca poden ir dirixidas á totalidade da poboación, senón desde unha óptica de círculos concéntricos: comezando polo núcleo, en que se sitúan aqueles grupos máis receptivos, para posteriormente continuar cos aneis externos, onde se atopan os máis esquivos, nun efecto progresivo de bóla de neve.

A segunda regra de ouro para coñecer o que as xentes queren é acudir onde elas están, aos seus centros de traballo, onde viven, onde se divirten, para desde aí recoller a información necesaria. Non lles quixera aburrir cunha explicación detallada de como organizar un traballo de campo sociolóxico. Se acaso só mencionar que, de entre as técnicas que nos proporcionan as ciencias sociais, as cuantitativas, é dicir a enquisa, pódenos achegar un coñecemento arredor dos potenciais volumes de público segundo afinidades estéticas, e que as técnicas cualitativas, é dicir a entrevista, pódenos achegar a un coñecemento máis profundo das súas preferencias, desde as linguaxes, os formatos, as temáticas ou os xéneros. Por último, as técnicas participativas irían un paso alén, conformando grupos de composición mixta en que investigadores, profesionais do teatro, representantes da Administración e cidadáns/espectadores debaten en igualdade, elaboran diagnósticos e medidas de

mellora e implícanse todos na súa implementación. Esta última metodoloxía parte da consideración de que as persoas non son simples consumidores ou simples informantes, senón que tamén son activos transmisores, difusores e mesmo xeradores de espazos culturais. Sobre isto falarei máis adiante.

De todo o que acabo de mencionar xa se podería extraer unha primeira conclusión: para captar novos públicos para o teatro é preciso coñecer a realidade, plural e heteroxénea, do que desexan os diferentes grupos sociais neste ámbito, para, a continuación, deseñar e pór en marcha medidas de aproximación á demanda que permitan atraer os grupos sociais máis proclives. Para isto sería imprescindible realizar algunha forma de investigación e de planificación, co grao de profundidade e o rigor metodolóxico que se prefira ou que se estea disposto a pagar, mais en todo caso hai que facer algo neste sentido.

referimos ás grandes tendencias da opinión pública, e só visto dun modo agregado. Explícome. Calquera pode observar un incremento da espectacularización do audiovisual e das artes escénicas, entendendo por 'espectacularización' unha combinatoria entre ritmos vertixinosos, competición, morbo, efectismo e sensacións de brocha gorda, sen matiz nin ambigüidade, e todo iso proxectado diante dun espectador entalado no sofá do seu salón. Aí está tanto *Hollywood* como, ao meu xuízo, *La Fura dels Baus*. E porén, en paralelo a ese proceso, hai outros movementos de menor dimensión, ás veces reactivos do anterior, que propugnan modelos máis austeros, máis sofisticados, ou pretendidamente alternativos, ou máis achegados ás realidades locais, desde referentes da vida cotiá. Por exemplo, certas *series de televisión galegas ou españolas*; por exemplo, o fenómeno dos *contacontos*; por exemplo, *Cineuropa*; por exemplo, a *Mostra de Teatro de Cee*; ou por



**Moise Dikoff**  
Vide - 2006

Madeiras e estaño - 56 x 19 x 12 cm.

Se se fixaron ben, todo o que aquí mencionei foi sempre partindo da base de que a demanda é un dato e non unha variábel. Até o de agora consideramos que a xente quere o que quere, e non está nas nosas mans modificar esas apetencias influindo nas persoas para que prefiran xustamente o que nós lle ofrecemos, ou sexa, que só podemos adaptarnos a esa demanda ríxida e inamovíbel e nunca incidir nela. Mesmo alguén pode pensar que o dito até o de agora non serve de moito, porque a xente ou ben non quere nada definido, ou ben xa ten o que quere, que é nin máis nin menos que aquilo que lle ofrecen os grandes consorcios audiovisuais, que son os que teñen os recursos e a capacidade de influencia para xerar a demanda e modificar os hábitos e as preferencias do público.

### A xeración da demanda

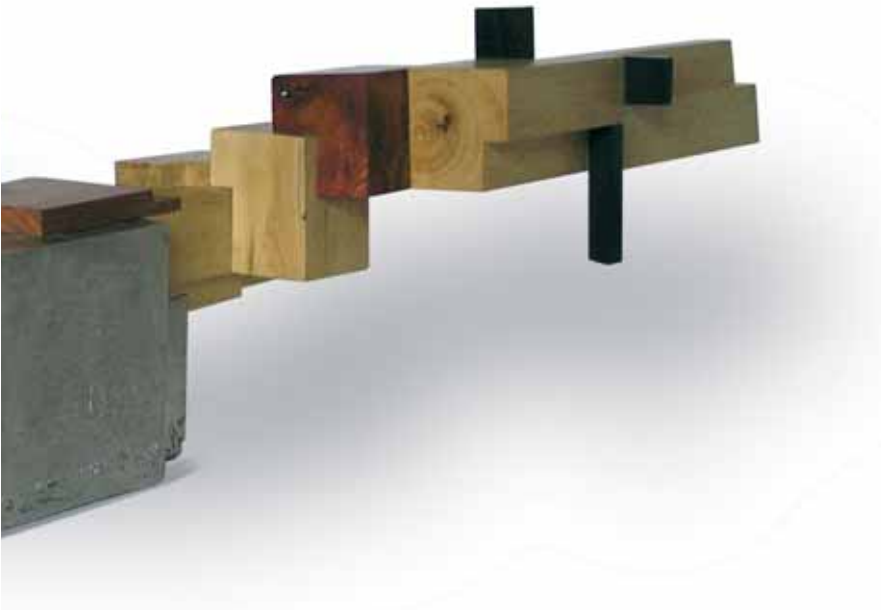
Non o vou negar: quen pense que a grande industria do entretemento ten unha formidábel influencia nos gustos das persoas non está equivocado. Ten razón, mais ten razón se nos

exemplo, a *blogmanía*. Do mesmo modo que non hai un só público, non hai un só círculo cultural nin unha única tendencia de ocio. En moitas ocasións, eu diría que na maioría, as persoas combinan uns hábitos de consumo cos outros sen maior trauma nin contradición. Se sumamos todas esas manifestacións alternativas, poderíamos sorprender do volume de persoas e de recursos que mobilizan. Por suposto que a demanda se pode crear, e os profesionais da escena, na súa escala e coas súas ferramentas tamén a poden crear, pero moito me temo que dificilmente se non é desde unha estratexia concertada entre as empresas, os propios profesionais, as administracións públicas e a cidadanía, polo menos aquela parte da cidadanía que está vertebrada socialmente a través do tecido asociativo. Hai preto de 45 anos un grupo de artistas, co apoio do movemento asociativo e con axudas puntuais dos poderes públicos, creou na cidade do Porto a *cooperativa de servizos artísticos Árvore*. Hoxe ten milleiros de asociados de todas as pólas da cultura, xestiona programacións e circuitos culturais estábeis en numerosas cámaras municipais do país veciño, imparte formación nunha

infinidade de disciplinas artísticas desde preescolar até o ensino superior, dispón de espazos propios e versátiles para a exposición e a representación, ten produtoras, distribuidoras, editoras, librarías, en definitiva, é un potente axente xerador de opinión, de tendencias e de dinamización do panorama cultural portugués, e, xunto coa *Fundación Barrié* e a *Calouste Gulbenkian*, un dos maiores complexos culturais da Península. E todo iso, repito, cun bo proxecto, aproveitando recursos comunitarios e asociativos e con apoios puntuais da Administración. Con todo isto non quero dicir que se poida replicar aquí e agora unha outra cooperativa *Árvore*: só digo que hai experiencias exitosas que parten da interrelación entre artistas, cidadáns e administración, e que habería que analizar as claves desas boas prácticas para tirar todo o coñecemento posíbel e afastar o fatalismo conservador en que estamos en risco de caer. E tamén digo que a demanda se pode crear.

conseguiremos atraer a atención e o interese das persoas no feito teatral, e os profesionais poderán recompilar información arredor dos gustos dese público.

O segundo consello para potenciar a demanda é, ao igual que no caso da investigación ou da formación, ir alí onde están as persoas no seu tempo de ocio, sacar o teatro do teatro e levalo alí onde a xente se socializa, aproveita o seu ocio e xera referentes de identificación. Alí os e as *contacontos*, o *Festiclown* ou *En pé de pedra* pódenos servir de referencia orientativa. Enténdaseme ben, non insinúo que haxa que periditar a obra teatral sobre un escenario fixo e substituíla por estas outras manifestacións: só indico que algunhas prácticas a pé de rúa permiten achegarse ao común da poboación e xerar novos espectadores casuais, co de positivo que isto ten para o conxunto do teatro galego. Para iso os pequenos formatos, con baixos custes de instalación, son decisivos.



E como? Como crear unha demanda cultural estábel e sustentábel que dunha vez ofrezca mellores perspectivas aos nosos creadores até propiciar un desenvolvemento cultural en Galicia que non dependa exclusivamente do talento e o empeño puntual de certas individualidades? Como facer que oferta e demanda se retroalimenten? Pois eu entendo que primeiramente depende da formación da cidadanía na cousa artística, ou sexa, en xerarlle á cidadanía a necesidade do consumo cultural e en dotala das capacidades para poder aniñar novos valores. Esta formación non só debe centrarse no ensino regrado para os máis pequenos, senón que debe achegarse o máximo posíbel a onde está a maioría da poboación, por exemplo nos barrios, a través dos locais das asociacións de veciños ou dos centros socioculturais, espazos que en ocasións están infrautilizados e que precisan de novas actividades que enchan de vida as súas instalacións. Se a formación desemboca na creación e na representación dunha obra, tomando como leitmotiv as propias temáticas dese barrio, e desde unha linguaxe estética intelixíbel polos veciños, mellor que mellor:

O terceiro consello, en liña co anterior, sería o de non llo pór difícil ao persoal. Canto máis se consolide un circuío de representación, canto máis continuidade no tempo teña unha iniciativa cultural, canto máis claro e sinxelo sexa o motivo desa actividade, canto máis se unifique e simplifique o proceso de publicitación (por exemplo: un único boletín permanente ao modo da cidade do Porto), mellor que mellor: facilítase que o público interiorice ese evento e axuda a xerar imaxes de marca fortes e nítidas. Por exemplo, eu sei que en novembro é *Cineuropa*, e sei que é cinema europeo, lonxe das pautas de *Hollywood*, e até sei que é un acto de socialización.

Recapitulando o comentado até o de agora, eu diría que habería que actuar sobre ambas as fronteas, o coñecemento da demanda e a xeración de público, e que estes dous grandes obxectivos non son contraditorios senón complementarios, e mesmo que pode haber propostas de síntese. Unha proposta de síntese, moi en liña coas técnicas participativas que antes mencionamos, sería a de crear nas cidades *Mesas de Traballo* entre os

profesionais do teatro, representantes dos movementos asociativos e técnicos da Administración Local para analizar a situación existente e deseñar circuitos culturais de base que puidesen ser testados periodicamente e, no seu caso, reorientados. Así, non só lograríamos involucrar os recursos asociativos e comunitarios na implementación de novas propostas culturais (estimulando a creatividade social, dispoñendo de locais de ensaio e representación, habilitando canles de difusión informais), senón que obteríamos información periódica dos gustos dos consumidores, ademais de facilitar a irrupción de novos creadores na esfera máis local, achegando a cultura á vida cotiá da xente. Esta proposta fundaméntase no que desde hai tempo vén denominarse '*arte colaborativa*', e que consiste en rachar coa idea romántica do artista como un individuo tocado polos deuses e imbuído polo xenio, para traballar nunha nova arte máis colectiva, máis laica, cunha maior utilidade social e implicada nas problemáticas da cidadanía. Poderán achar exemplos desta corrente no traballo do grupo de artistas madrileños '*La Fiambrera Obrera*', que xa levan uns anos poñendo a súa creatividade a disposición de diferentes movementos sociais ao tempo que elaboran estratexias de fomento da expresividade da cidadanía. Unha das actividades que poderían impulsar estas mesas de traballo, e agora falo a título estritamente persoal, como unha ocorrencia do momento, sería a de promover cursos de teatro nas asociacións de veciños que resultasen na creación de obras con temática local, con actores seleccionados entre os veciños, e que desemboquen nunha competición teatral entre os diferentes barrios dunha cidade. Obviamente debora rematar coa concesión dun premio. O porque da competición é que resulta un forte estímulo inicial gravado a ferro en todos nós, un anzol que unha vez tragado poderá revertir promovendo unha cultura da cooperación, como ben saben os técnicos que traballan nos diversos planos sociocomunitarios que hai en funcionamento en Galicia.

## Referentes

No eido cultural, e nomeadamente no musical, Irlanda e Brasil son unha referencia. E non son unha referencia porque alí se investisen cantidades mareantes de fondos públicos en enormes contentores de cultura. Son unha referencia porque alí onde vaias, en calquera casa, en calquera bar, sempre haberá alguén con coñecementos musicais para improvisar unha melodía, o que representa un enorme caldo de cultivo de propostas musicais que logo se traduce nunha formidábel produción e nun público expectante e inquieto. Ese traballo de choiva fina, desde a comunidade, no día a día, é o que despois permite que eses países irradien coma focos vivos de creación, e o que fai que alí a música sexa un factor relevante no seu desenvolvemento social, económico e cultural. Aquí, ao igual que noutros lugares, pódese facer, sexa a través do teatro ou de calquera outra disciplina artística. Só se precisa unha boa idea e un proxecto cooperativo que aglutine os profesionais, a cidadanía e a Administración, e que mire máis alá do curto prazo das seguintes eleccións. Trátase de facer políticas estruturais.





**Diego Seixo**

*Deseñador gráfico*

Os planos de comunicación aplicados á xestión cultural constitúen unha proposta de modelo de comunicación integral entendido como o conxunto homoxéneo e coordinado de ferramentas da comunicación corporativa na procura dun efecto sinérxico. Reflexionar a catro voces sobre a existencia ou inexistencia destes planos e os métodos de comunicación e difusión das programacións culturais foi o obxectivo desta mesa de traballo coas paredes do Instituto Galego da Información como testemuño.



**Luís Álvarez Pousa**

*Xornalista e editor da revista "Tempos novos"*



**Daniel Romero**

*Xestor cultural do Concello de Fene*

Texto:

**Daniel Romero**

Fotos:

Xaime Boubeta

Transcrición:

Pablo M. Souto ("Interea edicións")



**José Luis Estévez**

*Editor e director da revista "Vive Galicia"*





**Pregunta (P). Dende a perspectiva das institucións e referíndonos á comunicación cultural, ¿existe entre técnicos e políticos a consciencia da necesidade de elaborar planos ou estratexias de comunicación para a xestión cultural?**

**Diego Seixo (DS).** Como deseñador, pola parte que a min me toca, dende logo que non. Nunca ou case nunca me encargan un traballo que se encadra nunha estratexia preconcebida. Demandan un traballo puntual para unha programación ou actividade inmediata que, normalmente, hai que levar a cabo "para onte". En resume, nas máis das veces non tes directrices, tes que saír do paso inmediatamente, cuns orzamentos moi escasos e sen enmarcar ese traballo nun proxecto de actuación digamos a medio e longo prazo.

**Luís Álvarez Pousa (LAP).** Nesa liña entendo que os tempos da política e os tempos da cultura son moi contraditorios. Calquera tipo de proxecto cultural require dun tempo máis ou menos longo, en tanto que os políticos están suxeitos a un ritmo fundamentalmente ligado aos intereses partidarios e electorais que se abren e se pechan cada catro anos. Eu teño a experiencia de cando fun Director Xeral de Cultura, hai bastantes anos, pero creo que non cambiou absolutamente nada. Dende o punto de vista da política, os tempos son distintos, os ritmos son distintos, e mesmo os obxectivos son distintos. E polo tanto,

cómpre artellar un tipo de alianzas na sociedade, que impliquen unha presión sobre os políticos para que se aveñan ao mundo da cultura, que é un mundo moito máis tranquilo, moito máis lento, moito máis longo, moito máis social e democrático.

**Daniel Romero (DR).** E que estamos falando de planos de comunicación cultural, cando realmente o que se habería que preguntar é se hai planos de acción cultural a longo prazo, explícitos, articulados, con obxectivos, coa súa vertebración conceptual e ideolóxica acorde coa forza política que os promove e cuns medios e uns prazos para levalos a cabo.

**LAP.** Si, creo que ese é un problema, pero un problema xa non só dos políticos, senón un problema da sociedade no seu conxunto, e dos axentes culturais. Tamén é certo que vimos dunha etapa política na que non tivemos a oportunidade de participar, nin sequera se nos escoitou cando formulabamos a necesidade de articular fórmulas de participación e de coparticipación da sociedade na vida tanto social como cultural. O fraguismo neste sentido foi mortal, mortal porque non destruíu pero tampouco deu facilidades para avanzar. Por iso digo que o problema do fraguismo e o que significou o goberno do PP, e concretamente de Fraga, foi que mantivo o país en "stand by". Porque se destruíse aínda podía haber un xermolo de rebelión. Pero non foi así porque non se atrevían a facelo e tampouco houbo a posibilidade de participación.

**José Luís Estévez (JLE).** Habería que tratar de esquecerse un pouco do tema político e centrarse en que a sociedade ten que ir por diante dos políticos, como acontece en moitos outros ámbitos. En cultura pasa un pouco igual, porque ao final se nos fixamos un pouco na incidencia que pode ter ... o Ministerio de Cultura na vida cultural española é mínima, e cada vez seguramente vai ser menor. E ademais creo que no mundo, actualmente, moitas veces son as institucións privadas as que actúan como puntas de lanza. E mesmo aquí, en Galiza temos algúns exemplos de institucións privadas que están realmente facendo política cultural.

**P. Que institucións privadas pensas que poden ser referente dunha política cultural?**

**JLE.** Non sei se como referente, pero por exemplo, neste momento, Caixa Galicia está facendo política cultural. Gustará máis ou menos, pero a está facendo. E como Caixa Galicia poño Caixanova, o Banco Pastor... Citei Caixa Galicia porque agora está abrindo unha serie de centros en distintas cidades, está a traer exposicións que son de interese. Que ao mellor o podía facer mellor, si, podémolo discutir, pero...

**LAP.** Aí discrepo e creo que bastante porque xa non é cuestión de que o fagan mellor ou peor, senón que o problema está en que esas entidades crediticias utilizan a cultura non para dinamizala, ou para abríla a campos diversos, para facilitar a participación, para democratizala, no sentido de dar acceso a un maior número de xente, senón que a fan realmente por imaxe, por marketing. Por

suposto que cada quén ten liberdade para ir ao que queira. Pero creo que o problema está en que estas entidades, que son as que teñen máis recursos que ninguén, están realmente dirixindo os gustos, controlando as dinámicas culturais cara onde a elas lles interese, por mor dos seus intereses financeiros e de imaxe pública, e iso a min parécese tan malo como se o fan os políticos. Nese sentido, eu creo que o que si ten que haber é un campo de xogo moito máis plural, moito máis aberto onde as entidades crediticias sexan unha de tantas.

**P. Xuntámonos para falar de “comunicar en cultura” e estamos escorando cara á análise das políticas culturais. Ao fío do que comentabades e volvendo sobre o eixe da conversa, Caixa Galicia organiza unha exposición de Fridha Kalo e acaba tendo gran éxito social porque tamén ten éxito de venda. Sen embargo, vemos que diferentes institucións públicas promoven actos con tanto ou maior interese e non acaban de ter esa relevancia social. ¿Non será que as administracións públicas teñen aínda grandes eivas á hora de comunicar a súa programación cultural?**

LAP. Agora mesmo as institucións públicas teñen esa materia pendente. Nunca lle deron un valor esencial a por en marcha un proxecto de comunicación ao redor dos proxectos culturais que os moveran e os deran a coñecer. Con todo, hai sinais de cambio e algunha iniciativa xa empeza a haber. Vemos que comezan a montar gabinetes de comunicación, gabinetes que teñen unhas limitacións moi fortes, porque acaban estando máis ao servizo das persoas que están á fronte, que non das institucións, e consecuentemente dos obxectivos que deben defender.

DR. Indo á dinámica cultural dos concellos medianos e pequenos, a viabilidade, o éxito, a transcendencia dun determinado proxecto ou dunha programación vén determinado tamén pola capacidade de comunicar, de transmitir, de chegar aos destinatarios potenciais.. ¿Estase comunicando? Luís ve síntomas de cambio coa creación dos gabinetes de comunicación. A min acórdaneme moitas consideracións sobre como funcionan os gabinetes e os medios de comunicación que promoven as propias administracións e as súas interrelacións cos departamentos de cultura.

JLE. De tódolos xeitos, eu tampouco vexo grandes diferenzas entre as formas de funcionar dos gabinetes públicos e dos privados. A diferenza nótase en que, por exemplo, na exposición de Fridha, encheuse todo de carteis. A parte tiña un interese tamén obxectivo, aínda que tamén tivo esa repercusión mediática. Pero hai formas de lograr unha repercusión mediática sen gastar tantos cartos.

DS. Voltando sobre os concellos pequenos e medianos, moitas veces os gastos son moi elevados e todo e sae todo excesivamente caro precisamente porque hai unha falta de

programación e de previsión. Normalmente hai unha dispersión tal das actuacións en xeral, que iso eleva unha barbaridade os custos de promoción.

LAP. Hai que diferenciar o que sería un proxecto de comunicación sobre unha grande exposición que monta unha iniciativa privada e o que sería un proxecto de comunicación sobre un determinado acontecemento cultural do que é responsábel unha institución pública. Porque unha institución pública non pode montar esa estratexia de comunicación en base exclusivamente a propaganda para multiplicar o número de receptores e dicir que o éxito disto foi redondo porque pasaron non sei cantos milleiros de persoas. Eses proxectos de comunicación estaría fracasado e habería que criticalo se así fora.

**P. Cando falamos de “comunicar en cultura”, ¿credes que as administracións públicas están á altura dos tempos que corren ou hai unha persoa que se encarga de todo, incluída a comunicación da programación cultural e o deseño do cartel?**

DR. Non, non estamos á altura dos tempos. Evidentemente, hai que establecer diferentes niveis porque non é igual a situación na administración autonómica, nas deputacións provinciais, nos concellos das sete grandes cidades e nalgunhas vilas grandes e na grande maioría dos concellos galegos. Voltando sobre unha idea



que formulaba ao comezo, parto da premisa que na maioría dos concellos non hai políticas culturais entendidas como tales e, polo tanto, tampouco unha estratexia para comunicar cultura ou simplemente comunicar. Para min, unha grande parte das administracións locais non teñen unha idea do que queren ser como organización, de cal é o seu proxecto de futuro e esta carencia tradúcese a tódolos niveis, incluíndo naturalmente no xeito de comunicar. Xa que logo, a “comunicación” redúcese a un conxunto de actuacións inconexas. Hoxe encargan o deseño dun cartel -que non vai ter continuidade nin estética, nin doutro tipo- e mañá outro que fai un amigo ou o técnico que programa co que esta nova “venda” volve ser moi cara porque non ten continuidade, non se encadra nun proxecto de comunicación e non permite a identificación con quen a promove. Tampouco se teñen en conta os soportes a utilizar; isto é, cales son os máis acaídos por custes, público destinatario, efectividade..... ¡E xa non falemos de como utilizan as administracións as súas propias canles ou medios de comunicación! Se botamos unha ollada ás páxinas web dos concellos en xeral e, nomeadamente, para como comunicar en cultura pois como que acabamos botándonos a chorar. Nin se utilizan axeitadamente as posibilidades que ofrecen estas tecnoloxías para a difusión -por exemplo, son moi poucos os webs que contan con axenda actualizada de actos-, nin para a participación e interacción -outro tanto podemos dicir dos foros, listas de correos...- e xa non falemos de propostas arriscadas a nivel de creación e promoción cultural.

**DS.** É que o que acontece é que nos concellos pequenos hai un descoñecemento absoluto dos medios de promoción e de canalización da información, en función do tipo de campaña. Despois hai unha falta de visión de obxectivos, das dimensións das campañas... e se nos metemos a falar das novas tecnoloxías, pois... é falar de palabras maiores.

**LAP.** Hai que ter en conta as particularidades de cada lugar, as súas características de poboamento, o modelo de sociedade e de tradición cultural.... Por iso non podes dar unhas normas fixas para que todas as institucións locais sexan quen de facer eficaz unha determinada campaña ao redor dun proxecto X, porque require dun estudo de caso en función das necesidades e, sobre todo, das características que teña o ámbito de recepción ao que se quere chegar con esa campaña. E logo depende tamén dos recursos. Non é igual se quen ten que deseñar a campaña é un concello que conta cunha emisora de radio pública, que é un instrumento importantísimo, sobre todo en zonas vilegas e rururbanas, porque así como a prensa ten escollos -en Galicia temos uns índices de lectura moi baixos- a radio é un instrumento poderosísimo, moito máis incluso que a propia televisión, que require de tempos e de espazos de lecer moi concretos. Polo tanto o dos recursos tamén é importante. E logo que se saiban aproveitar as novas tecnoloxías. En primeiro lugar porque son baratas e non implican grandes custes, sobre todo en concellos que teñen un orzamento absolutamente raquíptico. Entón, eu creo que aí os concellos deberían contar con técnicos culturais profesionais que, á marxe de saber outras moitas cousas, saiban tamén valorar e utilizar estes novos instrumentos.



**DR.** É evidente que non podes facer un manual totalmente aplicábel aos trescentos e pico concellos galegos. Pero si podes elaborar unha serie de orientacións do que serían boas prácticas. E aí non é que haxa unha regresión, é que nunca houbo avances substanciais en canto a boas prácticas comunicativas no campo da cultura. Téndese a asociar boa práctica cun cartel que sexa vistoso pero non coa necesidade de buscar estratexias comunicativas acaídas a cada un dos proxectos que estás desenvolvendo e para os públicos obxectivos aos que van dirixidos.

**LAP:** Cando planificas un proxecto deste tipo debería ser un proxecto global. Ti tes que introducir aí unha compoñente comunicativa. E logo viría a segunda parte, que sería como crear simpatía nos propios medios por ese proxecto. No aspecto da prensa creo que hai algo no que non se ten traballado o suficiente. E é o contacto persoal con determinados xornalistas, que dalgunha maneira o xornalista se sinta próximo ao técnico cultural porque sabe que haxa o que haxa sempre vai a ter unha información previa e ademais ampla. Que se cree unha sintonía.

**P. Con todas as deficiencias do mundo, ¿non pensades que esa compoñente relacional é a que máis se atende? ¿Non habería que centrar máis a atención en explorar outras formas de comunicación que van dende a xeración de medios propios das administracións, procurar que estes medios propios non reproduzan a mesma dinámica perversa dos comerciais ou non se transformen no voceiro no grupo de goberno en lugar do medio da administración? ¿Non estaremos demasiado anquilosados en cartel, catálogo e rolda de prensa sen pensar, por exemplo, como implementamos pois unha base de datos que nos permita mandar por correo electrónico información en función de preferencias ou intereses?**

**JLE.** O que dis é moi certo, pero o problema que hai, e xa non só en concellos pequenos, é que moitas veces o que diseña e está ao mando diso non é un xornalista. Iso pasa moi a miúdo.



Ou está un xornalista pero non lle deixan facer. O problema non é que non haxa un xornalista no gabinete de prensa, que ás veces o hai, senón que o que fai a revista na que se comunica tal cousa, non é un xornalista, ou se o é ten tantos embolados que meter na revista, que...

**LAP.** De todas maneiras, hai un tipo de información que os políticos non lle van impedir aos xornalistas que teñen ao seu servizo que expoñan nas súas páxinas web, por exemplo, a documentación sobre o artista, non so os datos principais, senón a súa vida, a exposición última etc. E iso é algo que non só facilita o labor dos profesionais doutros medios de comunicación, senón que lle aforra ao técnico ter que lles enviar esa información e, ademais, chega ao público que consulta o web.

**JLE.** Por desgraza, por experiencia, os webs que hai agora mesmo son malísimos, pésimos. Pero ademais creo que é por falta de dedicación, porque non se dedican a iso.

**LAP.** É porque non se pensan os webs precisamente para iso, para conseguir estes efectos.

**DR.** É que a maioría dos webs nin sequera se contemplan como un medio de comunicación! Afondando nesta idea, creo que imprescindible introducir mecanismos de participación cidadán e control social dos webs –consellos de administración, consellos sectoriais...- ao igual que si se constitúen para outros medios de comunicación públicos como as radios e as televisións locais. Por último, como medios de comunicación que son, é conveniente que haxa profesionais que se dediquen a eles.

**JLE.** E tamén a mala concepción e a falta de actualización da información.

**LAP.** Sería interesante ao mellor configurar un modelo de páxina web concibida como medio de comunicación para concellos.

**DR.** Coñezo algún de fóra, concretamente de Cataluña que me parece moi interesante. Fixen algunha cala sobre o uso dos webs por parte dos Departamentos de Cultura dos concellos galegos e, en fin... Queda moito por facer.

**DS.** É que a páxina web aínda non se contempla como un medio de comunicación importante e poderoso. Aínda se mira como ese inventiño que agora está ben ter, pero non somos conscientes aínda do poder que ten.

**LAP.** Á marxe de que, con outra concepción, acabaría creándose unha rede moi interactivada, que non só serviría para algo concreto. Eu estou pensando agora, por exemplo, na Deputación da Coruña, que acaba de facer unha aposta de convenios con todos os concellos para desenvolver actividades culturais, con cantidade de grupos, etc. Eu creo que non faría ben deixando todo agora nas mans de cada concello, senón que a Deputación podería ter a súa propia estrutura, o seu propio medio de comunicación na rede, que se encargase de ir informando permanente do día a día na provincia. E ao mesmo tempo de ir facilitando toda a información, porque hai concellos que teñen técnicos, pero hai outros que non os teñen.

**DR.** Neste momento o web da Deputación tería que mellorar substancialmente para ser un referente de comunicar en cultura. Destaca en comparanza con outras deputacións pero con todo me parece unha mostra de como un organismo, que ten unha aposta por un proxecto cultural, non utiliza axeitadamente todas as potencialidades do seu propio medio para comunicar dun xeito efectivo ese proxecto cultural.

**JLE.** De todas formas tamén hai un perigo no tema dos webs, non hai que pensar que as webs son unha panacea nin o único medio, porque hai moita xente que non ten acceso.

**DR.** Pero con todo, o acceso se vai estendendo. Ademais, cando falamos de comunicar en cultura, estamos falando de que nos diriximos aos sectores máis máis dinámicos. En fin, que xa non é que haxa máis posibilidades de acceso físico dende os propios domicilios, porque se abaratan os custes, se estende a conectividade... senón que hai máis posibilidades de acceso desde espazos públicos. Na provincia da Coruña, en tódolos concellos hai unha aula de informática, nos centros de ensino practicamente todos teñen acceso, outro tanto nas redes dos centros sociais de entidades financeiras ou de telecentros da Xunta de Galiza...

**JLE.** Díciáo, por exemplo, en base a unha decisión que tomaron aquí no concello de Santiago: substituír o posto que tiñan no aeroporto por un punto de información, que é unha pantalla. Claro, non repararon en que moita xente chega ao aeroporto e non se pon a ler unha pantalla, a xente marcha. Se hai un folletinho agárroo e lévao... É o papanatismo das novas tecnoloxías... entón, é que aí o tes todo, si, pero eu non me vou a parar a velo. Non houbo alguén que saiba do tema e que lle dixera, non o fagas, porque te vai a pasar isto.

**P. Como adoita pasar nestes casos, aínda queda moito por falar. Moitas grazas por participar nesta mesa de traballo e vémonos noutro número.**





dorda74@hotmail.com

YOLANDA MARTÍNEZ DORDA

#### EXPOSICIONES

BOMOB DE A CORUÑA Y VIGO, 2002-2003

CASA DE LA CULTURA SALVADOR DE MADARIAGA, 2006

EL CORREO GALLEGO (SANTIAGO DE COMPOSTELA) 2006

#### EXPOSICIONES COLECTIVAS

ESTACIÓN MARÍTIMA (A CORUÑA, 2000)

SUPERMERCADO DEL ARTE (BILBAO, 2003)

PORTAS ÁRTABRAS (A CORUÑA, 2003)

GALERIA ARCO ROMANO (MEDINACELI, SORIA, 2003)

CENTRO GALEGO DE LISBOA (2003)

FERIA ARCO (MACUF, MADRID 2004)

GALERIA XERIÓN (2006)



#### CONCURSOS

JÓVENES ARTISTAS GALLEGOS ABSOLUT 2001 (SELECCIONADA)

BALCONADAS DE BETANZOS 2002 (SELECCIONADA)

CERTAMEN DE CAMBRE 2002 (ACCESIT)

CONCURSO DE LA REAL ACADEMIA GALLEGA DE BELLAS ARTES

NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO 2002 (SELECCIONADA)

CERTAMEN ISAAC DIAZ PARDO 2003 (ADQUISICIÓN DE OBRA)

CERTAMEN MONFORTE DE LEMOS 2004 (SELECCIONADA)

SALÓN DE OTOÑO NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO 2004 (2º PREMIO)

CERTAMEN NOVOS VALORES DE PONTEVEDRA 2005 (SELECCIONADA)

CERTAMEN ISAAC DIAZ PARDO 2005 (ADQUISICIÓN DE OBRA)

CERTAMEN DE CAMBRE 2005 (MENCION DE HONOR)



# Familia

## Anxos Sumai

Papá recibiu, hai un mes, unha carta da única muller que recoñeceu como amante. Mirouna, posuído dun pracer que nos era descoñecido a mamá e mais a min. Mamá quedou caladiña, só dixo:

-Pensei que estaba morta.

E non volveu dicir nada máis sobre aquela carta que papá agochou no despacho. ¿Para que ía dicir nada? Ela sabía moi ben quen era a muller que chegara dentro.

O meu pai nunca abriu a carta. Non quería abri-la, era certo, pero non por non facerlle dano a mamá senón por demorar o desexo, porque sabía que todo o tempo en que o sobre permanecese cerrado sería posible materializar á súa antiga amante, soñala, posuila, gozala. Mamá, dende aquel día, volveu atopar manchas de semente nas sabas que compartía con papá e sabía que non eran universos que nacesen para ela nin por ela. Púxose triste, apagouse ó principio como unha candea gastada pero, ó cabo dunha semana, empezou a mostrarse eufórica e vital. Volveu aviarse e ría como non rira durante anos.

-Sonvos orgullosa -dixonos a noite anterior a que se producise tan extraordinaria transformación-, aínda que leve unha pregaría escrita na fronte todo o tempo, sonvos unha muller orgullosa.

Sentada na cociña ó lado da ola onde cocían as verduras, mamá presentía que a tristeza que lle facía buracos na boca do estómago debía nacer da terra, da terra e coa mesma dor que lle produce unha cebola, unha cenoria, unha pataca cando a esgaza para saír á superficie. Papá acariñoulle o pelo pero ela rexeitou a man como se a ofendese e foi para a cama. Deixounos a papá e a min mirando as cereixas estampadas no mantel que cubría a mesa da cociña, mentres a ola fervía e ocupaba cos seus estertores o silencio que caeu sobre nós.

-Xa sabes a historia -dixo o meu pai de pronto-. Sábela, ¿non si? A túa nai pensaba que ela morrera.

-E eu tamén, papá. Eu tamén pensei que estaba morta.

Miroume, abriu o caixon onde gardaba os cigarros e marchou ó seu despacho, pero antes aínda me acariñoou a barriga sen mirala, sen mirarme. Eu quedei alí, na cociña, coa ola burbullándome na caluga e as verduras arrolándome co seu ulido morno e doce, sonoro como unha contundente mexada de vaca. Puxen a man sobre a barriga, xusto onde papá pousara a man, e sentín o apracible descanso do meu bebé.

Mamá, esa mesma noite, viu por vez primeira ó home do periódico. Foi para a cama pero non puido durmir. Mamá nunca tivera a ocasión de comprobar o que era levar unha vida normal, simplemente porque nunca puido durmir máis de tres ou catro horas seguidas. Só podía conseguilo se tomaba varios somníferos e, mesmo así, erguíase polo menos un par de veces cada noite. O seu corpo rexeitaba o sono como rexeitaba abandonar a cama demasado cedo. Esa noite, mentres as verduras cocían sobre nós, papá e mais eu desexamos que ese momento non fose a nosa eternidade, sobre todo porque, a pesar

da ola a ferver, ela fixo nacer entre nós as fendas dun silencio infinito. Durante un tempo, papá e mais eu escoitamos os rúidos de mamá ata que se meteu na cama. Despois, todo quedou en silencio. Eu fun á miña casa, a esperar que o meu home volvесе do traballo. Cando cheguei había ben unha hora que mamá deixara caer a súa dentadura postiza nun vaso de auga, e había polo menos media hora que papá acariñaba a carta da súa única amante recoñecida.

Cando o meu home chegou eu xa estaba na cama. Mamá, a esa hora, facía que durmía porque papá, por fin, se deitara ó seu lado e intentaba abrazala. Ela volveulle as costas, esgotada e ofendida. Papá quedou mirando o teito na escuridade, atrapado na lembranza da súa antiga amante. Lembrouna núa, apoiada no couzón da porta do cuarto, cun coitelo nunha man e unha mazá na outra. Reviviu o momento en que ela se lle sentou, coas pernas abertas, nos xeonllos e o momento en que a bicou, dobrándolle a cabeza cun doloroso tirón de pelo. Ela suspirara e díxalle: "Son para ti. Son só para ti e para sempre". Cando papá, crendo durmida a mamá -sobre a mesiña de noite estaba aberta a súa caixa de somníferos-, acariciaba o seu vello sexo ata facelo explotar, o meu home estaba deitado ó meu lado, apagara o último cigarro do día e aloumiñábame o ventre avultado, enorme. Arrastrouse, a modiño, ata á horizontalidade e ata a calor das miñas coxas, e eu gocei das lentas caricias dunha lingua que me gateaba ata os peitos. O meu home durmiu tempo despois, coa boca pechada sobre as miñas mameas e sentíndose culpable do pracer que lle producía chupar nelas como se fose o bebé que moneaba apracible dentro do meu corpo. Mentres, papá facía nacer un novo universo nas sabas entre as que mamá non durmía.

Mamá esperou a que papá acabase e durmise. Esperou e entón notou un arrepío e despois unha cálida explosión no ventre. Creu que morrera. Intentou s aberse morta pero non puido. Pensou que o mellor sería beber un pouco leite morno. Ergueuse e foi á cociña. Entón foi cando o viu por vez primeira, sentado diante da mesa, cun xornal despregado sobre as cereixas do mantel. Era un home duns setenta anos, grande, con gafas e sombreiro. Ó principio mamá tivo medo, un medo que lle chegaba dende dentro das zapatillas, dende os pés secos e quentes. Incluso berrou cun grito escuro e profundo como unha caverna. Un grito que non recoñecía como saído do seu estómago. Pero iso foi ó principio, despois ofreceulle un prato de verduras e o home apartou o xornal e fíxolle, a mamá, un oco debaixo do seu brazo dereito. Mamá acochouse naquel niño garimoso que só existía para ela e quixo ser do home do xornal, dende entón e para sempre.

Dende entón, e para sempre, mamá e papá déitanse á mesma hora. Mamá fai que dorme esperando a que papá durma, para erguerse e entregarse á única ilusión que a mantén viva: o home do xornal na cociña. E papá, cando mamá vai para a cociña, revive en soños o amor da súa única amante recoñecida, asustado de sentir tanto pracer e de que volvan nacer universos entre as sabas mentres mamá está ausente.

Mentres, a carta segue sen abrir.



# Fundación Pedro Barrié de la Maza

A Fundación Pedro Barrié de la Maza é unha entidade sen ánimo de lucro, de carácter privado, dedicada a promover o desenvolvemento sostible de Galicia desde unha perspectiva global. Desde a súa creación en 1966 por Pedro Barrié de la Maza desenvolveu a súa actividade nas áreas da investigación, a cultura, a educación e os servizos sociais. O seu obxectivo foi deseñar iniciativas e proxectos que, ao se adiantar as demandas sociais, abrisen camiños que máis adiante fosen seguidos por outras entidades, tanto públicas coma privadas.

A Fundación Pedro Barrié de la Maza é polo seu patrimonio e traxectoria unha das fundacións patrimoniais privadas máis importantes de Europa. Aos 19,83 millóns de euros aportados en 1966 por Pedro Barrié de la Maza sumáronse en 1980 o capital deixado en herdanza pola súa irmá Gertrudis Barrié de la Maza e, en 1981, a doazón da práctica totalidade da súa fortuna por Carmela Arias y Díaz de Rábago, Condessa de Fenosa, impulsora da obra do seu esposo como Presidenta da Fundación desde 1971. A Fundación é a principal accionista do Banco Pastor, co 40,71% do seu capital.

## Sedes e construcións educativas

Nos seus comezos a Fundación atendeu de xeito prioritario as necesidades educativas básicas da sociedade galega, deixando para o futuro o feito de se dotar dun espazo de seu no que

desenvolver a súa actividade fundacional. Desesa maneira, ata a década dos oitenta os esforzos concentráronse en conceder bolsas de estudos para segmentos de ensino non cubertos pola administración e na procura de crear as primeiras escolas técnicas para Galicia. Neste contexto construíronse e equipáronse as seguintes infraestruturas educativas, que ao mesmo tempo supuxeron o futuro xerme das universidades da Coruña e Vigo:

- Escola Universitaria de Arquitectura Técnica "Pedro Barrié de la Maza", A Coruña, 1975
- Escola Técnica Superior de Arquitectura "Pedro Barrié de la Maza", A Coruña, 1980
- Escola Técnica Superior de Enxeñeiros Industriais "Pedro Barrié de la Maza", Vigo, 1984

Houbo que esperar ata 1995 para que a Fundación tivese a súa propia sede e desde entón a Fundación ofrece unha programación cultural diversa e estable. Situada no centro da Coruña, é un edificio construído en harmonía co medio urbanístico da cidade e os seus elementos arquitectónicos característicos.

Desde outubro de 2005 a Fundación conta cunha segunda sede situada no centro de Vigo, ubicada no edificio que o arquitecto vigués Manuel Gómez Román construíu, no ano 1919, na rúa Policarpo Sanz. O establecemento da Fundación en Vigo responde á súa vocación de entidade ao servizo de todos os galegos. O proxecto de rehabilitación, ampliación e





reforma, realizado polos arquitectos Emilio Tuñón Álvarez e Luis Moreno Mansilla, dá unha resposta contemporánea, equilibrada e precisa, á construción arquitectónica existente, cuxa disposición de ocos en fachada condiciona, e posibilita, a resolución do programa da nova sede, desde criterios de "flexibilidade e versatilidade funcional". Esta sede fai posible unha mellor calidade de servizo no sur de Galicia para todos aqueles programas da Fundación onde a proximidade constitúe un valor apreciado polos usuarios desas actividades.

### **Educación**

A Fundación, na súa aposta a longo prazo polo desenvolvemento de Galicia, ten investido na mellora dos seus recursos humanos a través da concesión de bolsas e axudas de estudo para todos os niveis de ensino. No ámbito educativo foron máis de 13.800 as bolsas de estudos concedidas. Entre as convocatorias en curso cabe salientar a de Bolsas para fillos de emigrantes galegos nas universidades de Santiago, A Coruña e Vigo, en colaboración co Banco Pastor e a de Bolsas para estudos de posgrao no estranxeiro, un programa que conta con 313 bolseiros e que este ano ten unha dotación de 1.000.000 euros.

En 1996 constituíuse a Asociación de Bolseiros da Fundación Pedro Barrié de la Maza, co obxectivo de colaborar coa Fundación no desenvolvemento de Galicia e constituír un foro de intercambio e apoio mutuo entre os bolseiros.

### **Servizos sociais**

A Fundación desenvolve os seus programas sociais en colaboración con entidades que realizan un comprobado e eficiente labor asistencial, e apoia a aquelas persoas e colectivos máis necesitados. En particular débense salientar as axudas a centros da terceira idade, de educación especial, de rehabilitación de drogodependentes e presos. No 2006 a convocatoria de axudas a proxectos socioasistenciais, dotada con 357.000 euros, é dirixida a colectivos de afectados por enfermidades neurodexenerativas ou de persoas maiores con dependencia.

### **Investigación**

A actuación da Fundación no ámbito da investigación científica, técnica e histórico-artística artículase por diversas canles que van desde a concesión de bolsas e axudas a investigadores, ata o financiamento de proxectos plurianuais de investigación. A Fundación creou, ademais, en colaboración con outras entidades, cinco centros de investigación:

- Instituto de Estudos Económicos de Galicia Pedro Barrié de la Maza (Banco Pastor), 1994
- Instituto de Electrónica Aplicada Pedro Barrié de la Maza (Universidade de Vigo), 1990
- Instituto de Ciencias Neurolóxicas Pedro Barrié de la Maza (Universidade de Santiago), 1971

referentes



Cantón Grande, 9  
15003 A Coruña  
Tel.: 981 22 15 25  
Fax: +34 981 22 44 48



Policarpo Sanz, 31  
36202 Vigo  
Tel.: 986 11 02 20

info@fbarrie.org  
www.fbarrie.org

- Instituto da Lingua Galega (Universidade de Santiago), 1971
- Centro de Cálculo Pedro Barrié de la Maza (Universidade de Santiago), 1969

No marco do seu programa de patrimonio cultural e natural de Galicia, a Fundación dedicou atención preferente á recuperación e difusión do patrimonio de Galicia, tanto a través dos programas e proxectos que xestionou de maneira directa como mediante a concesión de axudas a entidades activas neste campo e quixo dar un paso máis no seu compromiso ao renovar a súa "Convocatoria de Proxectos en Colaboración" que pretende estimular a iniciativa de entidades sen ánimo de lucro neste ámbito. A III Convocatoria, dotada con 400.000 euros, está aberta ata o 31 de outubro de 2006.

## Cultura

A Fundación incrementou a súa participación na área cultural, de acordo coa demanda social, e de maneira moi significativa desde a inauguración da súa primeira sede en 1995. A súa aposta é dobre: recuperar e proxectar cara ao futuro o patrimonio cultural de Galicia e achegar a Galicia propostas culturais do máximo nivel.

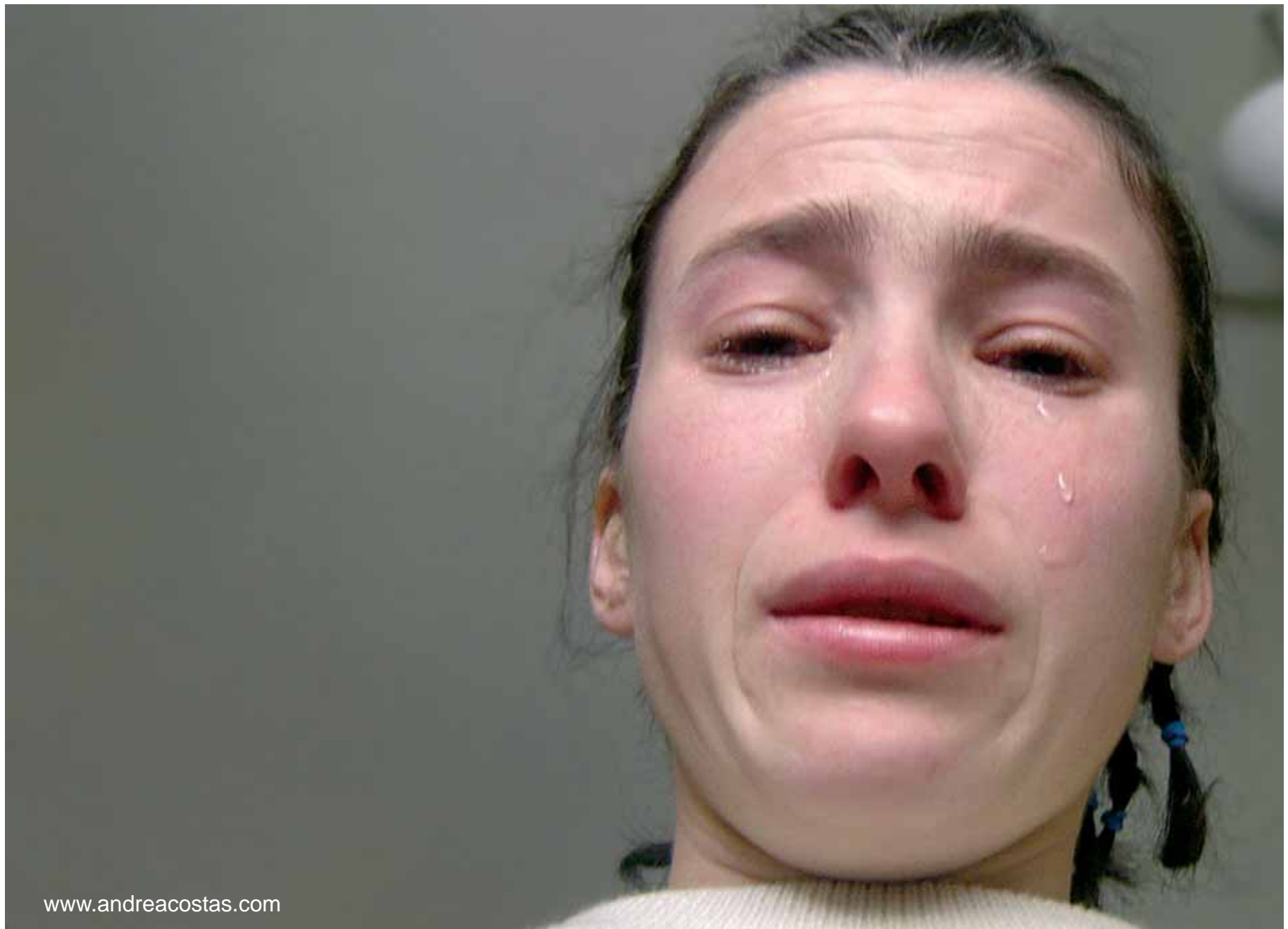
As artes plásticas, a arquitectura, as artes decorativas e a fotografía teñen cabida na súa programación de exposicións temporais. Outro campo de actividade é a música e educación musical, a organización de seminarios, conferencias e simposios sobre temas relevantes, con atención especial á economía e a cultura de Galicia.

O Servizo de Publicacións da Fundación editou máis de catrocentos títulos sobre arte, arquitectura, arqueoloxía, historia, musicoloxía, economía, etc.

A Biblioteca da Fundación Pedro Barrié de la Maza responde á preocupación da propia fundación por preservar e espallar o patrimonio bibliográfico e documental de Galicia. A súa misión é a de fomentar a investigación e o coñecemento da cultura galega. Entre os seus fondos destacan de maneira especial a biblioteca Martínez-Barbeito, a biblioteca García-Sabell, o arquivo Saíd Armesto, o arquivo multimedia das actividades desenvolvidas na Fundación e o seu fondo editorial. Na actualidade conta cun catálogo con rexistros correspondentes a 40.000 volumes de monografías e publicacións periódicas.



## Fundación Pedro Barrié de la Maza



[www.andreacostas.com](http://www.andreacostas.com)





# A Nasa:

## unha *aproximación* ás *salas alternativas*

A NASA é unha sala pioneira en Galicia, xa que foi a primeira sala alternativa en abrir as súas portas ao público. Isto ocorreu en 1992, e agora cumpíranse 14 anos de actividade escénica ininterrompida. Un feito especialmente relevante non só polo que implica de consolidación do proxecto orixinal, senón porque se trata dunha das poucas salas que contan cunha compañía de teatro residente.

A NASA demostrou que hoxe en día tamén é viable a existencia dun teatro estable de iniciativa privada, aínda nunha cidade pequena e cunha importante concentración de oferta cultural pública. E isto é así porque a sociedade o demanda. Neste sentido, a NASA deixou ben clara a súa vocación de servizo público, tanto cara aos creadores como aos espectadores. Aos primeiros ofrecéndolles un centro de recursos artísticos ben equipado, cercano e funcional. Aos segundos garantíndolles unha oferta teatral e cultural distinta e plural, que se estende ao longo de toda unha tempada (de outubro a xuño) con espectáculos todas as semanas, e que se converteu nunha das principais ofertas escénicas da cidade de Santiago.

A NASA centra a súa actividade no teatro, a danza e o circo, con prioridade para as producións propias e as novas creacións, alternándoa cunha esixente programación musical, ademais de ciclos puntuais de performance, poesía, cine, vídeo e intervencións plásticas. Pero a NASA é tamén un centro de recursos artísticos e culturais, que ofrece unha infraestrutura e un servizo moi útiles a artistas e compañías e a outros axentes culturais (institucións, asociacións, promotores, empresas, etc.)

### O alternativo como actitude

Que significa ser alternativo? O risco, a innovación, a implicación na produción, a potenciación de núcleos creativos e producións propias, a presenza de novas linguaxes, de novos autores e das compañías máis novas, a promoción de intercambios con outros artistas, etc. son os sinais de identidade das salas alternativas. Algo común a todas elas é a vocación compartida de garantir a existencia dun teatro comprometido artística e socialmente, independente, rigoroso e atento ós problemas e formas da sociedade contemporánea. Porén, trátase dun teatro que prioriza o interese artístico e cultural por riba da súa rendibilidade política e económica e que coída especialmente o carácter artesanal da creación artística máis ca súa dimensión industrial e comercial.

Ademais, o pequeno formato nestas salas non é visto como unha simple limitación de tamaño ou de orzamento, senón como unha forma moi útil e enriquecedora para a comunicación teatral. Por outro lado, outra característica das salas alternativas, é a súa implicación na produción de espectáculos que permitan o desenvolvemento dunha personalidade artística en cada unha delas.

En definitiva, as salas alternativas constitúen unha oferta que, sendo xurídicamente de carácter privado, teñen uns obxectivos que responden ó interese público. Un feito que xa non se discute nin por parte do conxunto do sector teatral, nin por parte de case ningunha administración pública. De feito, e isto é algo recoñecido por toda a sociedade (espectadores, medios de comunicación, profesionais do sector, cidadáns e administracións públicas), un dos elementos máis dinamizadores da escena galega da última década foi a irrupción destas salas.



Texto: **Xesús Ron** Fotos: **Mon22sa**

Malia a relativa consolidación das salas alternativas en Galiza, isto non significa que sexa posible, nin necesariamente desexable, que a súa actividade sexa rendible desde unha perspectiva económica. O intencionado carácter alternativo que marca a súa programación limita as posibilidades de difusión: unha programación de risco non pode máis que aspirar a atraer a atención dun público minoritario (desexando sempre que esta minoría sexa o máis ampla posible, como demostra o tipo de programación aberta e plural que defende a NASA). Doutra banda, conscientes deste feito, estes teatros adaptaron as súas estruturas e dimensións e ofrecen uns aforos reducidos que, en definitiva, constitúen tamén unha limitación ós seus ingresos potenciais.

En calquera caso, o modelo de funcionamento dunha sala como a NASA ven demostrar que é posible atopar un equilibrio entre os seus criterios artísticos e económicos, é dicir, asegurar a súa viabilidade a medio e longo prazo sen renunciar ós seus ideais. Sen embargo, todo isto ha de facerse desde o recoñecemento técnico e obxectivo de que non é posible unha actividade como a das salas alternativas sen o apoio das administracións públicas. Pero tamén partimos da idea de que estas axudas públicas poden estar condicionadas a unhas garantías tanto desde a perspectiva da xestión como da calidade e coherencia da programación artística.

### **Unha oferta especialmente ampla e plural**

Un dos obxectivos da NASA desde a súa creación foi o de achegarse ó mundo das artes escénicas desde unha perspectiva o máis ampla posible, coa convicción de que as artes do século XXI non entenden xa de compartimentos estancos e fan da contaminación de xéneros e linguaxes unha das súas razóns de ser. Por isto, a concepción e o deseño do espazo interior garanten un uso polivalente da sala, que ten unha especial capacidade para adaptarse ás necesidades de cada montaxe: escenario á italiana, central ou cos espectadores en grada, a un lado ou a outro da sala, posibilidade de colocar ou quitar cadeiras para os espectadores, etc.

Esta pluralidade de ofertas tamén fixo que se acabasen mesturando os públicos, sendo éste un dos méritos da NASA: conseguir que os espectadores que empezaban asistindo só a concertos, só a teatro, só a comedias ou só a concertos de hardcore, acabasen interesándose por outros tipo de espectáculos. Hoxe en día é un feito a existencia dun público novo e máis heteroxéneo, porque ademais do esforzo de captación inicial, tamén se tratou de fidelizar a estes espectadores. Algo que se nota especialmente na asistencia a teatro, pois é a actividade que tivo un maior crecemento desde 1992, tanto en número de espectadores, como en número de funcións e en tipo de espectáculos (teatro, danza, cabaré, teatro musical, infantil, circo, etc.). Se nos primeiros catro anos houbo unha media de 54 funcións de teatro por tempada (apenas o 58% da actividade total), nos últimos catro anos houbo unha media de 94 funcións de teatro por tempada, que supoñen un incremento do 74% e representan case o 70% da actividade total. O resultado é un amplo abano de espectadores, maioritariamente entre 24 e 40 anos, que foron crecendo coa sala e manteñen unha gran fidelidade, pero que continúan a crecer desde a base coa incorporación de xente máis nova.

### **A vizosidade dinamizadora das salas alternativas**

Moitas das estreas, das producións propias e dos festivais que teñen lugar en Santiago concéntranse nas salas alternativas. Na medida en que abren os seus espazos á creación, promoven as producións propias e ofrecen unha oportunidade a numerosos proxectos para que se presenten sobre un escenario, as salas alternativas constitúen un elemento fundamental de dinamización da carteleira, dunha banda, e de democratización das artes escénicas galegas, doutra banda. De feito, as salas alternativas son fundamentalmente salas de estrea e moitas das estreas que teñen lugar en Santiago son ofrecidas nestes espazos, aínda que non teñan posibilidade de aboar cachés. Na pasada tempada, o 87% dos espectáculos de teatro e danza presentados na NASA foron estrea na cidade e o 77% estreas en Galiza.

As salas alternativas son unha opción para moitos creadores novos e profesionais das artes escénicas de desenvolver a súa actividade. A intensa actividade levada a cabo pola NASA –tanto a nivel de producións, como de estreas, como de funcións en xeral- involucra a un volume considerable de creadores e profesionais do sector das artes escénicas (actores, actrices, músicos, técnicos, directores, escritores, escenógrafos, etc.). Desta maneira, as alternativas constitúen un complemento de oferta laboral dentro dun sector aínda marcado pola precariedade, e constitúen unha vía eficaz para que moitos xoves acaden experiencia e unha formación máis especializada.

As salas alternativas, unha oportunidade para novos profesionais da escena, supoñen unha oportunidade para moitos profesionais da escena galega á hora de presentar os seus primeiros proxectos sobre un escenario. De feito, a NASA combina a programación de creadores, directores e actores xa consagrados coa de artistas novos que inician a súa traxectoria. Os primeiros atopan un marco axeitado para experimentar as súas propostas máis comprometidas, e os segundos, unha oportunidade de entrar no mundo profesional e darse a coñecer tanto ó público como á crítica ata o punto de que, moitos dos nomes que agora ocupan as carteleiras dos teatros públicos, das series de televisión máis populares e das películas máis coñecidas dan os seus primeiros pasos nestas salas que, nun momento dado, son as que apostan e confían neles.

### As novas linguaxes

A atención que merecen as novas linguaxes escénicas no conxunto de Galiza e concretamente na cidade de Santiago, é moi limitada. Só unha mínima parte das programacións oficiais está dedicada a propostas que podemos calificar deste xeito. Polo que a maioría son presentadas en salas como a NASA, espazos que, ademais da programación, dedican grandes esforzos á investigación, divulgación e difusión do teatro, a danza e a música actuais.

A NASA desenvolve con regularidade accións destinadas á difusión das artes escénicas. Por unha banda, dispón dun servizo de publicacións que edita tanto material informativo, como documental e creativo. Aquí podemos enmarcar a publicación do seu Boletín de Información Submariña (BIS), con periodicidade trimestral; os 4 anuarios con toda a información dos anos 1993 a 1998; os libretos de varios espectáculos co texto completo; unha colección de 9 discos que reúne gravacións inéditas doutros tantos grupos galegos; ou dous CD con material sonoro das Ultranoites e do espectáculo “Show Sincero de Ana Pudor”, unha produción propia da sala. Por outra banda, a NASA ten feito un importante esforzo de difusión en internet coa posta en marcha dun sitio propio en abril de 2001, que mantén unha media de 35.000 visitas anuais.

### Decálogo de garantías

- Unha maior diversidade da oferta escénica da carteleira
- A promoción da creación artística contemporánea
- A aparición constante de novos talentos e a promoción de novos valores locais
- Unha maior fluidez na realización de proxectos artísticos
- A interacción entre creadores e espectadores
- A promoción e dinamización do uso da lingua galega
- A pluralidade dos axentes produtores
- O desenvolvemento e a consolidación do sector escénico galego
- A dinamización laboral e económica do sector
- Unha concepción artesanal da creación artística





# *Piares básicos para o funcionamento da FWFF*

**Antonio Montero** *Secretario e director da FWFF*

A creación da Fundación de WFF xorde nun ámbito de amigos galeguistas na cidade de Vigo. Wenceslao, a pesar de escribir moi pouco en galego, foi nas súas primeiras etapas un defensor do galeguismo, xunto con Manuel Lugo, Manuel Casás, Tettamanzi, os irmáns Carré, Manuel Puga e Parga -Picadillo... cos que se formou como xornalista e como defensor da causa galega. Foi posteriormente, dende as columnas do semanario *La Defensa*, de Betanzos (1906), onde vertería escritos contundentes contra o caciquismo en Galicia. Anos despois, en diferentes medios de comunicación e en plena II República, defendería ao propio Castelao nun debate parlamentario chegando a chamalo o *Gandhi galego*. Pero máis recentemente na RAE, presentou Camilo José Cela unha moción a favor da consideración do galego como un idioma e non como un dialecto. A proposta non prospera ata que Wenceslao a abandeira e a promove. Ademais, na prosa do escritor figuran topónimos e nomes propios de personaxes como *Volvoreta*, *Fiz de Cotobelo*, *Marica da Fame* e outros. Son, pois, numerosas as referencias do escritor á súa terra e aos seus intelectuais. Era *correspondente* da Real Academia Galega e membro da RAE.

Wenceslao e a súa familia veraneaban en San Salvador de Cecebre dende o ano 1913, onde alugaban unha casa na aldea de Piñeiro. Alí estiveron durante 30 anos.

Son numerosas as referencias gráficas sobre este feito. Aquí vaixe fraguando na súa cabeza a idea de ter casa propia e compra un terreo para construír unha casa a nome da súa nai. Nace así a actual Villa Florentina.

A Fundación Wenceslao Fernández Flórez toma posesión desta casa, que foi adquirida pola Deputación de Coruña, e por acordo de todos os grupos (PP+PSOE+BNG) cédese en precario á FWFF no ano 2001 para realizar unha experiencia única, é dicir, demostrar que se pode facer cultura activa de base nun lugar illado e rural da nosa xeografía.

A casa debe ser descrita como un lugar vivo onde o espírito e a obra do escritor permanecen presentes en todo momento. É unha casa-museo onde os visitantes se poden sentir como na súa casa ou na dun amigo ou familiar visitando os xardíns e o bosque, xogando ao Cróquet, ou tomando un café ou un té con pastas mentres pasan a tarde dos sábados (*Tardes de lecer na FWFF*). Pretendemos manter unha actividade fixa todos os sábados do ano ás sete da tarde. A actividade consiste nunha conferencia, unha exposición, faladoiro, lectura dramatizada, recital poético ou musical, cinema, teatro..., en definitiva unha incitación ao uso cultural do noso ocio, con temáticas variadas; pero seguindo un fio condutor que é o escritor, os seus amigos e o seu ámbito. Afortunadamente Wenceslao foi un escritor de temática moi diversificada.

## **Pero falemos da casa...**

Ao chegar aos xardíns deste humilde palacete modernista, deseño do arquitecto Antonio Tenreiro, amigo persoal do escritor, construído por xentes do lugar, un penetra nun currunchiño do Bosque animado, xa que se atopa inmerso na fraga orixinal con

árbores centenarias. As pólas dos carballos tocan e acariñan a casa: tamén se poden atopar castiñeiros, loureiros e piñeiros centenarios nunha extensión de 8.000 m<sup>2</sup> de bosque. Ademais, pode escoitarse o rechouchío dos paxaros ou das aves domésticas que se manteñen nas súas dependencias: son faisáns dourados, prateados, paspallás, perdices, coellos, galiñas cos seus pitos,... É un agasallo para os nosos sentidos poder gozar da visión dunha galiña cos seus pitiños escarvando entre a foresta, ou ver un esquío que descende dende a copa dunha árbore para comer as sementes que alí se lle poñen, no que o escritor consideraría o seu restaurante...

Cando se accede á Villa Florentina, éntrase nun recibidor onde nos agardan os trasnos da casa, Teresa, Inés e Alicia. Cada unha ten a súa tarefa, pero elas son as guías que, con denodado esmero, nos van internando no mundo do escritor. Fálannos da súa historia, das súas vivencias, do seu paso por San Salvador de Cecebre, da súa casa, da súa familia e das súas obras. Cando nos achegamos ao Salón Nobre, un pequeno salonciño con cheminea, piano, detalles do escritor, o seu equipo de Cróquet (xogo inglés do propio Wenceslao para facer máis levadeiras as tardes de verán), podemos contemplar toda a súa obra en diferentes edicións, fotografías dos seus paseos por diferentes lugares da aldea, da fraga, a estación do ferrocarril, o río Mero os xogos do verán e a súa familia, etc. Aquí neste mesmo espazo realízanse as conferencias todos os sábados, nun espazo preparado para 40 ou 50 persoas que gozan das tardes de lecer, das cales dá referencia puntual a prensa da Coruña.

Ao pasar ao salonciño de té, de estilo italiano e ligado a un pequeno comedor, vemos unha colección de caricaturas de Rizzo, de Máximo Ramos, de Bartolozzi, de Anxo do Castelo,... e cadros da época ou litografías de Castro Gil, dedicadas ao escritor

Ao acceder ao primeiro andar, atopamos a biblioteca-despacho do escritor que conserva 3.000 libros da súa biblioteca persoal, as súas críticas e algún manuscrito, ou guión de cinema. É unha sala cun sabor a despacho dos anos 50, coa súa máquina para liar cigarros, a súa lámpada de mesa e os seus sofás con oreilleiras. A salíña ten acceso directo á galería, lugar especial para dar uns paseos ou tomar o sol nas hamacas propias do verán, que alí se conservan. Á súa vez, a galería está conectada a outro cuarto interior onde está a cama do escritor sobre a que descansa o seu maletín de viaxe, esa equipaxe que o acompañou a Estoril, á

Habana e quen sabe onde máis... Este grupo de estancias mantéñense separadas do resto da casa a través dunha porta que dá acceso ao corredor central. Isto permítalle ao escritor quedar illado para o exercicio da escritura, pensando serenamente sen ser molestado durante o seu traballo que se prolongaba ata altas horas da madrugada. Nese andar áchase o cuarto de dona Florentina, nai do escritor, un cuarto soleado e talvez o mellor da casa co seu balcón propio.

Finalmente, é preciso falar do último andar, espazo reservado aos convidados: dous cuartos e unha terceira para ese outro trasniño da casa, a gardiá, patroa encargada de manter a calor propia do fogar coas súas especialidades culinarias, reposteiras e a súa cálida e amable presenza, sempre disposta e encantada de atender ao instante os nosos convidados,... e conversando coa pantasma do escritor nas noites de inverniá. A alma da acollida desta casa museo baséase na personalidade de Teresa, quen recibe toda a información e a procesa sabiamente.

Ao rematar a visita á casa condúcennos ao exterior, ao bosque de árbores centenarias, piñeiros, carballos, eucaliptos, loureiros, castiñeiros,... que coas súas pólas e a súa frondosidade crean o ambiente propio do que o escritor plasmou en El Bosque Animado, como a Fraga de Cecebre, un lugar no que se revive e se goza do pracer de ver os animais do bosque: os vagalumes, os esquíos, as toupas, multitude de aves... onde se asenta quizais o único restaurante de animais en liberdade, con mesa e mantel, a onde asisten estes e outros seres que circundan en peregrinación a face da terra.

Pero a razón principal do éxito desta casa está en que se mantén un ritmo de visitas de máis de 4.000 por ano e en que leva a cabo un acto cultural semanal utilizando a técnica de abrir a casa ao mundo cultural, e á cidadanía do ámbito no que está situada para ser non soamente unha casa-museo senón un centro de dinamización cultural, obxectivo que se cumpre amplamente, xa que mantén un nivel de conferencias, charlas, presentacións de libros, lecturas dramatizadas, cinema, documentais, teatro, poesía, música, exposicións... todo iso ao longo do ano

A variedade de temas en que o escritor participou ao longo da súa dilatada vida profesional permítenos pasar polos nacionalismos de comezos de 1900, as loitas contra o caciquismo en Galicia -1906-, ata a defensa do galego como



lingua e non como dialecto nos anos 50 na RAE, ou os seus guiións para películas como El malvado Carabel, filme onde se aprecia unha crítica efectuada con especial estilo contra os medradores en torno ao poder, os especuladores inmobiliarios, a utilización da infancia e os abusos na contratación... ou aqueloutra película titulada Camarote de lujo, onde se critica a permisividade do réxime deixando marchar os mellores homes á emigración. Transcorrían os anos da posguerra e Wenceslao burlaba ironicamente a censura cos seus textos simpáticos... pero tremendamente irónicos e realistas.

## Un museo vivo

O segredo do éxito está na parte afectiva da casa, en que o público que asiste a un dos nosos actos volva con novos amigos e fale do espazo vivo que desexamos ser. Ao final de cada acto cultural, os trasnos da casa transforman a cociña nun obradoiro onde pode tomar té, un café ou un refresco confraternizando co convidado ou cos convidados en xeral, o que provoca un efecto especial de captación e fidelidade: por unha parte nos asistentes ao departir cos convidados e, por outra parte, nestes por ter o público tan próximo e dunha forma distendida. Coa proximidade da cultura ao cidadán ábreanse tertulias que con certa frecuencia se prolongan ata a cea.

O espazo onde se oficia o ritual gastronómico ten lugar nunha cociña ampla con capacidade para 20 ou 25 persoas á calor do fogón, impregnado o ambiente polos aromas das viandas xunto cunha amena charla, un proceso de socialización da cultura que entusiasma aos visitantes e aos asiduos á Fundación pola variedade dos diferentes grupos que se forman e a riqueza dialéctica dos conferenciantes, así como a posibilidade de ter como contertulios a personaxes da cultura que, moitas veces, se ven distantes ou inalcanzables. Non obstante, son persoas próximas e afebles como calquera de nós, tal vez cun maior coñecemento do tema específico que tratan, pero que permiten entrar na conversación e admiten comentarios. A alternancia da respostaría cun aderezo de augardente de froitas da horta e bosque fan que a conversación sexa animada e distendida.

Transcorrido o tempo en que os asistentes á actividade dan por rematada a tarde-noite, a anfitriña da casa prepara a cea mentres o convidado ou convidados rexistran o seu nome no

Libro de Honra da casa, acto que é inmortalizado pola inevitable fotógrafa Alicia, quen deixa constancia da presenza dos nosos convidados, sometidos a un rigoroso protocolo que, á súa vez, en poucos anos se transformará nunha valiosa documentación gráfica dos personaxes que foron pasando por este centro emprendedor, diferente e rico en contidos culturais.

Durante a cea mantense o espírito de tertulia distendida e sempre con algún convidado especial que enriqueza a conversación. Ás veces derívase en temas musicais e retómanse os cantares populares, pastorelas, ou ben unhas pezas curtas de teatro ou monólogos; todo iso nun ambiente propicio para a participación activa de todos os integrantes en noites nas que pode soar o piano ou a gaita etc.

Os cuartos son pequenas estancias que nos trasladan ao espazo vital de Fernández Flórez e da súa familia. Son espazos que nos permiten recrear a estancia modesta dun grande escritor, as noites de verán ou de inverno, os sons que escoitaba, o paso do tren das leiteiras, o son do vento sobre as follas dos carballos ou o canto do bufo,... todo iso acompañado da escuridade nocturna... Un pode gozar dunha noite nunha casa de turismo rural, pero poucos poden gozar de pasar unha noite na casa dun escritor como foi Wenceslao Fernández Flórez.

Esta idea dunha casa-museo viva que é posible grazas á espléndida boa disposición e colaboración da Deputación Provincial da Coruña coa Fundación, fai deste espazo algo singular e pouco frecuente. Estamos acostumbrados a casas-museo con vida cultural pero con espazos non vivibles, con espazos soamente visitables. Neste caso, a proposta e o encargo feito á Fundación pola Deputación é o de xerar un ámbito modélico de emprendedores culturais e de dinamización cultural da zona lindante. Así, nas actividades participan veciños de Carral, de Abegondo, de Bergondo, de Betanzos, de Oleiros, de Arteixo, de Culleredo e, loxicamente, da Coruña e de Cambre. Grazas tamén aos medios de comunicación que informan puntualmente cada sábado das nosas actividades e aos xornais mensuais que dan información, mes a mes, ou a emisoras de radio e televisión locais que falan das nosas actividades, permítesenos poñer no mapa cultural do noso país ás nosas aldeas. Un modelo doadamente extrapolable ás casas de turismo rural, ou a certos pazos ou casas nativas de tipoloxía galega. Se este modelo prendese poderíamos dar un grande avance cultural na nosa paisanaxe.



# xosé cobas

Comeza a ilustrar en prensa nos anos 80, e será a finais desa década cando toma contacto coa Literatura Infantil e Xuvenil. Conta na actualidade con máis de cen libros ilustrados e editados en editoriais galegas, españolas e algunha estranxeira.

Exposicións de ilustración nas que participa:

Galicia Solidariedade (Galix - Xunta de Galicia)  
Tercer Centenario de Caperucita Roja e El Ratoncito Pérez, (OEPLI, Madrid)  
Salón de Comic de A Coruña. Ano 2002.  
Feira Internacional do LIX de Bolonia. Anos 2001, 2002, 2003 e 2004.  
Bienal Internacional de Bratislava. Ano 2003.  
Exposición de Ilustración Infantil española contemporánea en Bolzano, Roma, Nápoles, Cagliari, Génova e Venecia. Anos 2005 e 2006.  
Exposición de Ilustrisimos en Bolonia. Ano 2005.  
Vai de Mar. (Gáliz - Xunta de Galicia). Valencia e Pluguffan (Francia).

Premios:

Premio Lecturas (IV Edición)  
Premio F.E.T.E.N., ao mellor libro de teatro ilustrado no ano 2002.  
Premio Gourmand World Cookbook Awards 2004, ao mellor libro do mundo de Literatura Gastronómica en lingua española.  
Lista White Ravens 2005 da Biblioteca Internacional de Munich.



[xosecobas@terra.es](mailto:xosecobas@terra.es)



# Comunicación e patrimonio histórico: unhas liñas de actuación no Concello de Culleredo

**Carlos Pereira**

*Historiador do Concello de Culleredo*

Unha das tarefas en que o Concello de Culleredo máis se ten implicado é na recuperación da memoria histórica e do patrimonio cultural. O crecemento demográfico experimentado polo municipio nos últimos 15 anos obrigou a que se dedicasen esforzos especiais encamiñados a crear unha conciencia de comunidade, a cohesionar a cidadanía, considerándose unha prioridade que medrase o sentimento de identificación e integración no lugar en que se reside, que se coñecesen e se valorasen as súas tradicións, que se participase nas súas festas comunais, que todos se sentisen partícipes do pasado e do devir histórico de Culleredo.

## A restauración do Patrimonio Monumental

O lamentable estado de deterioración en que se atopaban tres dos monumentos máis emblemáticos de Culleredo, os únicos exemplos conservados de arquitectura civil medieval -a ponte do Burgo, que tiña derrubados a maior parte dos seus arcos-, a torre de Celas, totalmente arruinada no seu interior, e os Muíños de Acea de Ama-, foron obxecto dunha intervención especial. Varias escolas-taller sucesivas restauraron na súa totalidade tanto a ponte como a torre, na cal se axardinou tamén o parque que a arrodea e construíuse un centro cultural. Ambas as dúas obras inauguráronse en 1994.

Novas escolas-taller restauraron a estación do ferrocarril de Bregua, o Centro Cultural "Electo Carballo" do Portádego, a residencia de Andrés Pan Vieiro, no Burgo, destinada a Centro da Terceira Idade, e traballaron na rexeneración das beiras do río Trave. Estas obras foron inauguradas en 1998.

Outras tres escolas-taller construíron o Xardín Botánico Ría do Burgo e a Aula de Natureza "Juan Lembeye Lartaud" (finais do 2001) e rehabilitaron o Pazo de Vilaboa (2006), unha casa-quinta de comezos do século XX, que se destinará a servizos municipais e biblioteca.

A rehabilitación dos muíños da Acea de Ama, construídos polo mosteiro de Sobrado no século XII, rematou hai uns anos. Logo dun concurso de ideas promovido polo Concello de Culleredo e o Colexio de Arquitectos, o proxecto gañador foi presentado ao MOPU, que financiou as obras. Acolle o Museo dos Muíños "Andrés Pan Vieiro" e a Sala de Exposicións "Xosé Rey Lago". Abriuse ao público en xullo do ano 2000.

Paralelamente a estas intervencións, de grande envergadura, restauráronse todos os cruceiros do concello e fixéronse algúns novos; amañáronse algunhas fontes, construíuse mobiliario, en pedra ou madeira, para algunhas igrexas (altares, retablos), preparáronse novas superficies axardinadas, instaláronse esculturas en diversas prazas etc.

Quedan pendentes de execución as obras de adecuación de "Villa Lucinda", un dos mellores exemplos da arquitectura residencial racionalista na comarca coruñesa, da autoría, ao parecer, dos arquitectos Rey Pedreira e Caridad Pita. Trabállase tamén, dende a Área de Turismo municipal, nun proxecto intermunicipal sobre o Monte Xalo, un complexo ecolóxico e prehistórico de alto interese, e unha rota dos muíños de Celas. Recuperouse o trazado orixinal do Camiño inglés de peregrinación a Compostela, que nacera no Burgo altomedieval.

E o grande proxecto pendente, en arquitectura industrial, é o ambicioso plano de rehabilitación das naves da CROS, que albergarán o futuro auditorio municipal.

## Os Seminarios de Historia de Culleredo

Nos concellos da comarca das Mariñas dos Freires non se consideraba, dentro da súa oferta cultural, a posibilidade de escoitar e de debater, con especialistas no ámbito da historia e da arte, sobre temas históricos de interese local ou supramunicipal. A Concellaría de Cultura do Concello de Culleredo, consciente desta

boas prácticas

eiva, reflexionou sobre a posibilidade de organizar uns Seminarios de Historia, na certeza de que esta iniciativa acadaría unha boa resposta nas persoas interesadas na historia, na arte e no patrimonio cultural en xeral. Esta idea concreouse na práctica en 1995, cando se desenvolveron as sesións do I Seminario. Dende ese momento non faltou a cita anual e tratáronse temas como a II República e a Guerra Civil, os Templarios e as Ordes Militares, o Camiño de Santiago, o movemento obreiro, as mulleres, a prehistoria e historia antiga, a narrativa galega, a masonaría..., entre outros. A última edición, nun evento especial, o seminario foi, á vez, o II Congreso da Memoria Histórica, sobre o tema *A II República e a Guerra Civil en Galicia*.

En todas as edicións procurouse que un dos relatorios tivese especiais referencias a Culleredo, co fin de situar o noso decurso histórico no contexto de Galicia.

Ao longo destes anos, pasou por Culleredo profesorado das tres universidades galegas, así como de Valladolid, da UNED, da Autónoma de Madrid, directores/as de Arquivos e Bibliotecas, e destacados/as investigadores/as do panorama galego e español.

Publicouse unha Memoria que recolle as primeiras edicións do seminario, e tamén verán a luz, proximamente, as actas do último seminario.

## Inventario do Patrimonio Cultural

Dado que o coñecemento do patrimonio é fundamental á hora de tratar planeamentos urbanísticos, comezouse hai bastantes anos a traballar no Inventario do patrimonio cultural de Culleredo: monumental, etnográfico e natural. Como consecuencia do novo Plano xeral de ordenación urbana, un equipo de especialistas preparou un exhaustivo Catálogo de Patrimonio encargándose, tamén, estudos arqueolóxicos dalgúns dos xacementos.

## O Camiño de Santiago

Culleredo, como lugar probable de inicio do denominado Camiño de Faro, está moi vencellado aos camiños de peregrinación a Compostela. Por iso, non se descoidou tampouco o traballo na recuperación do trazado tradicional, perfectamente delimitado e sinalizado oficialmente na actualidade, logo de que o Concello presentase unha alegación á primeira proposta, aceptada posteriormente polo equipo redactor.

Nas inmediacións da ponte do Burgo, onde nacería este camiño en tempos altomedievais, instalouse a "Fonte do Peregrino", realizada pola Escola-Taller.

## Actos públicos

Coincidindo coa proclamación da Segunda República, o 14 de abril de 1931, o 13 de abril de 1996 realizáronse uns actos en lembranza da visita do presidente da República española, Niceto Alcalá-Zamora, á Casa Consistorial de Culleredo o 10 de agosto de 1934, durante a súa visita a Galicia. Nestes actos estiveron presentes Tomás Delgado Toro, alcalde de Priego de Córdoba, o

director do Padroado "Niceto Alcalá-Zamora", Enrique Alcalá Ortiz, e familiares de Alcalá-Zamora residentes na Coruña. Entre outros actos, inaugurouse unha avenida co seu nome e abriuse ao público unha exposición fotográfica.

A partir dese ano celébranse, arredor da data do 14 de abril, actos en conmemoración da II República. Na Praza de Galicia do Burgo realízase unha ofrenda floral, contando coa colaboración do Ateneo republicano de Galicia e a Fundación Instituto de Estudos Políticos e Sociais. Con esta última entidade colabórase no Certame Literario "Alfredo Suárez Ferrín" de valores cívicos e morais na sociedade, destinado á mocidade. Ademais, organizáronse diversas exposicións sobre republicanismo, de homenaxe a Pi i Margall, bibliográficas etc., en que colaboraron as entidades antes citadas así como o Ateneo Libertario "Ricardo Mella".

Noutros actos públicos homenaxeáronse persoas como o escritor Alejandro Pérez Lugín (falecido no Burgo) ou o médico Manuel Ladrón de Guevara descubríndose uns monolitos conmemorativos, e outros persoeiros vinculados a Culleredo como Moncho Valcarce (que dá nome ao Centro Municipal de Sésamo) ou Eladio de la Iglesia Doldán.

Tamén nos últimos anos se vén colaborando na conmemoración da Batalla de Elviña, co desenvolvemento na ponte do Burgo dunha serie de actos en lembranza dos acontecementos militares sucedidos nela en 1809.

## Publicacións

Non se descoidou tampouco o campo das publicacións. Hai xa unha década iniciouse a edición duns folletos sobre os monumentos máis representativos de Culleredo: ponte do Burgo, torre de Celas, igrexa de Santo Estevo de Culleredo, ermida de San Cosme de Sésamo, igrexa de Santiago do Burgo ou o Camiño inglés de peregrinación a Compostela, denominado tamén Camiño de Faro. Co gallo da restauración da ponte medieval do Burgo, editouse unha publicación, *A Ponte do Burgo. Visión histórica e arquitectónica*, coordinada por Alberto Valín, e *As Pedras Armeiras do concello de Culleredo*, da autoría de Xosé Antón García González. Por outra parte, no estudo *Análisis socioeconómico y territorial de Culleredo*, realizado polo Módulo de Promoción e Desenvolvemento, varios volumes recollen unha síntese histórica de Culleredo, e unha primeira catalogación do seu patrimonio monumental, etnográfico e natural. Saíron tamén á rúa as dúas primeiras entregas de *Persoas Ilustres de Culleredo*, nas cales se recuperaron para a memoria colectiva as biografías dunha trintena de homes e mulleres, cullerdenses de nación ou adopción, que contribuíron, dende diversas facetas, a que Culleredo ocupe un lugar destacado na historia de Galicia. Así mesmo, os folletos turísticos sobre Culleredo acollen nas súas páxinas moita información sobre a historia, a arte, as tradicións e as festas do noso concello.

Editáronse folletos sobre as aves da Ría do Burgo, os réptiles de Culleredo e os muíños de Acea de Ama, vendo a luz, hai un tempo, grazas á colaboración da Deputación da Coruña, un novo libriño sobre os tres museos municipais.



Patrocínouse tamén o nº 5 da revista *Esculca*, da Sociedade Cultural "Museo As Mariñas dos Freires", dedicado monograficamente a Culleredo e colaborouse economicamente tamén nas publicacións *Sésamo e Sueiro. Dende a Prehistoria á Idade Media e Historia das parroquias de Sésamo e Sueiro*, da nosa autoría, promovidas ambas a dúas pola Asociación de Veciños dese lugar.

Pola nosa parte, tentamos colaborar coas comisións de festas á hora da divulgación da historia de Culleredo; exemplos serían as de Rutis, Celas, Ledoño ou Almeiras.

De comunicar a historia cullerdense trataban tamén os artigos que publicamos hai uns anos nun medio de comunicación comarcal, que recolleamos posteriormente nun libríño titulado *Miradoiro da Ría*, e outros traballos que viron a luz tanto en libros como revistas. Neles, abrangueamos dende historias completas dalgunhas parroquias (Sésamo e Sueiro), ou especialmente na Idade Media (O Burgo) a numerosos traballos sobre a II República en Culleredo (a cultura en Culleredo na II República, o asociacionismo, a visita de Niceto Alcalá Zamora, a proclamación da II República, a represión en Culleredo, actividades deportivas neses anos ou pequenas biografías de alcaldes como Electo Carballo ou Manuel Lastres Abente).

Sobre o mundo da cultura ou persoeiros da cultura (pintura, teatro, ópera), do asociacionismo ou da empresa, temos escrito sobre personaxes como Manuel Romero, Alejandro Pérez Lugín, Manuel Martínez Láuzara "Martinete", Ramón Blanco Rey, Carolina Casanova, Anxo Senra Fernández, os irmáns Ortiz de Taranco ou Amparo López Jeán.

E outros traballos estiveron referidos ao mundo medieval (as dominicas de Belvís en Sésamo, documentos medievais do Burgo, Vilaboa, Almeiras, Celas ou Ledoño, os templarios..), a monumentos como a torre de Celas, ás igrexas de Almeiras ou os muíños de Acea de Ama, ou a temas como o nacemento do Concello de Culleredo ou unha visión das parroquias cullerdenses da ría do Burgo a mediados do século XVIII.

Na Biblioteca Municipal "Miguel González Garcés" hai uns andeis destinados a publicacións sobre Culleredo ou de escritores/as vinculados co municipio.

Tense tamén impulsado que Culleredo tivese unha presenza na narrativa galega. Neste sentido, hai que destacar dúas novelas de Antón Riveiro Coello, *A quinta de Saler* (algún dos seus episodios desenvólvese aquí, e un dos personaxes importantes é natural de Culleredo) e, sobre todo, *As rulas de Bakunín*, novela que rememora a historia do movemento obreiro, do anarquismo e da II República no municipio e na comarca. Con preto de 10 000 exemplares vendidos, é un dos grandes éxitos da literatura galega actual. A raíz da súa publicación, e o éxito acadado nos Institutos de Secundaria e Bacharelato, organizouse, entre a Concellería de Cultura do Concello de Culleredo e a Editorial Galaxia, editora da obra, un programa dirixido a centros de ensino titulado "A rota das Rulas", mercé ao cal alumnos de centros de toda Galicia visitan os lugares en que se desenvolve a novela (e tamén os museos municipais), mantendo un encontro tanto co autor da novela como co historiador municipal.

## Artistas e escritores de Culleredo

Divulgar a obra de artistas e escritores locais foi outra das preocupacións da Concellería de Cultura. Dous proxectos, "Artistas de Culleredo" e "A Literatura en Culleredo", puxéronse en marcha. No caso dos artistas, tentando dar, a través dunha exposición, unha visión ampla da súa obra, complementando a exposición coa edición dunha pequena publicación biográfica que recollese tamén aspectos descoñecidos da súa obra. Foron homenaxeados dous artistas do Burgo, o pintor Ignacio Sabio Garrido, xa falecido, e o escultor e pintor Xosé Rey Lago.

No proxecto "A Literatura en Culleredo", iniciado este ano de 1997, a idea era recuperar as obras de autores locais, para o coñecemento da veciñanza, editándose un folleto en que, á parte da biografía, se recollen partes da súa obra que permanecese inédita. A primeira persoa lembrada foi o poeta de Almeiras Eladio de la Iglesia Doldán, tamén falecido, publicándose varios poemas del baixo o título de *Poemas de Culleredo*.

Este apoio concreouse tamén na organización de actos de presentación de libros, como foi o caso xa citado de Sésamo e Sueiro, da nosa autoría, as novelas *A historia de Chicho Antela*, *A quinta de Saler* ou *As rulas de Bakunín*, de Antón Riveiro Coello ou os poemarios de Xoán Abeleira.

Igualmente no desaparecido Boletín Informativo da Biblioteca Municipal "Miguel González Garcés", de carácter mensual, houbo unha sección reservada a comentar as publicacións de autores e autoras vinculados ao municipio, de calquera época, para que a súa obra fose coñecida fundamentalmente pola xente máis nova, e os reflexos de Culleredo nas obras literarias; e realizáronse tamén entrevistas con autores como Pilar Pallarés, Xosé Cardeso, Xosé María Monterroso, Antón Riveiro Coello...

Co gallo da organización, por parte do Concello de Culleredo, da XVIIª edición do Premio de Novela Blanco Amor, publicouse conxuntamente coa editorial Espiral Maior o libro *Homenaxe a Eduardo Blanco Amor 1998*, e reeditouse, coa Editorial Destino, a súa novela *Los miedos*.

E o Concello promoveu a candidatura do poeta Miguel González Garcés para o "Día das Letras Galegas" (iniciativa apoiada polo Concello da Coruña e pola Deputación Provincial), organizándose paralelamente unha exposición sobre a súa vida e obra e cos libros que célebres escritores lle dedicaron (titulada *Os libros dos amigos*) e un acto no que participaron relevantes personalidades da literatura galega actual.

## Exposicións

A recuperación da memoria visual, a través de fotografías do pasado cullerdense, foi outro dos campos en que se traballou. Culleredo carecía dun arquivo fotográfico que permitise ver a súa evolución a través do século XX, coñecer as súas persoas, os acontecementos relevantes etc. Logo dun período de xestións cos veciños e coas veciñas do municipio, que cederon fotografías da súa propiedade para seren reproducidas, e de revisión de publicacións nas que figuraban imaxes de Culleredo, unha exposición titulada "O Culleredo de onte" percorreu varias



dependencias municipais e centros culturais, para chegar ao maior número de veciños e veciñas estas imaxes, nas que se recollían variados aspectos da vida de décadas anteriores: festas, actos políticos, música, celebracións relixiosas, monumentos, industrias etc. Esta exposición inicial, á que se lle foron engadindo máis fotos segundo ía circulando por Culleredo, tivo como actividade complementaria o desenvolvemento de charlas sobre as historias das parroquias polas que circulaba.

Esta recolleita de fotografías segue en marcha, e prevese, cando o número sexa apropiado, continuar con novas exposicións.

Procurouse tamén que os Seminarios de Historia se complementasen con exposicións relacionadas coa súa temática. Así, estiveron abertas ao público unha sobre "A Segunda República e a Guerra en Culleredo", que foi visitada, nos lugares nos que estivo exposta, por centos de persoas, que puideron revivir, ou coñecer por primeira vez, episodios da historia contemporánea de Culleredo que nos foron roubados por 40 anos de silencio e represión..., e outras sobre a historia da UXT de Galicia, a vida cotiá no franquismo, o castro de Baroña etc.

Tamén na programación habitual das salas de exposicións municipais procúrase que sempre teñan un lugar os artistas residentes no municipio, dende pintores recoñecidos como Tim Behrens ou outros noveis.

### **Dedicación de rúas**

Para o nomenclátor das novas rúas de Culleredo que aínda carecían de nome, ou para os novos núcleos habitacionais que se van incorporando ao trazado urbano, a corporación municipal vén aprobando numerosas propostas, nas cales, á parte de personalidades importantes na historia e na cultura de Galicia, numerosos cullerdenses e benefactores de Culleredo, de todas as épocas históricas, foron honrados, dando o seu nome a moitas destas rúas. Tamén se aplicou o criterio de manter, na medida do posible, a microtoponimia nas novas denominacións, porque ela reflicte a evolución histórica de Culleredo.

### **Colaboración con particulares, con entidades e coa Universidade da Coruña**

A colaboración con centros de ensino, asociacións culturais, veciñais e da 3ª Idade é fluída. A miúdo organízanse charlas sobre temas históricos e etnográficos. En ocasións, cofinánciase a edición de publicacións como foi o caso de Sésamo e Sueiro. Tamén, cando o solicitan, asesórase, en temas históricos ou de patrimonio cultural, a estas entidades. O mesmo faise cos numerosos particulares e profesionais do turismo que demandan puntualmente algunha información sobre o municipio. E, dende hai varios anos, é numeroso o estudantado das facultades de Arquitectura, Camiños ou Socioloxía da Universidade da Coruña que realizan traballos de investigación ou proxectos sobre o

patrimonio histórico ou a sociedade de Culleredo, aos que se lles facilita, na medida do posible, todo o material documental e bibliográfico do que se dispón.

### **Radio e Televisión**

Na emisora "Radio Culleredo" emitíronse, hai algún tempo, programas destinados á difusión da historia e do patrimonio municipal: foron series como "As historias de Culleredo" ou "Persoas ilustres de Culleredo". Na actualidade, con ocasión de distintas efemerides históricas, realízase algunha entrevistas.

Tamén se colaborou puntualmente tanto coa TVE de Galicia como coa TVG para algún dos seus programas ou documentais.

### **Os museos municipais**

Quedarían, por último, os museos municipais. O máis antigo é o Museo Etnográfico Torre de Celas, emprazado na fortaleza medieval sita nesa parroquia. Visitado por milleiros de persoas nos últimos anos, logo dunha recente restauración, ademais de acoller fondos dedicados ao traxe galego tradicional ou a ferramentas de diversos oficios, disporá duns módulos sobre Historia de Culleredo e unha exposición permanente de fondos da pinacoteca municipal.

No Burgo, no complexo museográfico dos Muíños de Acea de Ama, está aberta ao público a Sala de Exposicións "Xosé Rey Lago" e o Museo dos Muíños "Andrés Pan Vieiro"; este último acolle no seu interior un museo dedicado ao mundo da muiñaría.

E no Xardín Botánico "Ría do Burgo" localízase a Aula de Natureza "Juan Lembeye Lartaud". Ademais das visitas ao Xardín, no recinto realízanse actividades medioambientais, cursos, exposicións, concertos...

Todos os museos dispoñen dunha oferta de visitas guiadas, que teñen sido utilizadas tanto por centros de ensino do municipio como doutros lugares de Galicia, así como por asociacións etc. A Concellaría de Educación de Culleredo traballa tamén cun proxecto propio de visitas a lugares emblemáticos do municipio, realizado con persoal propio.

### **Conclusións**

Cremos que esta panorámica que ofrecemos amosa claramente a aposta de Culleredo polo coidado e pola promoción da súa historia e o seu patrimonio cultural. E quedaron sen tratar, por razóns de espazo, outras iniciativas municipais que tocan, aínda que sexa tanxencialmente, estes temas.

Se ben o labor realizado é importante, queda aínda moita agra por arar. Hai novas iniciativas que se concretarán nun futuro próximo. Xurdirán outros retos. Mais os alicerces están ben asentados na terra.





**Branda**  
Lavalunas - 2005  
Acrílico sobre cartulina - 24 x 17 cm.

## A Deputación da Coruña cos creadores locais

**Celestino Poza Domínguez**

*Presidente da Comisión de Cultura, Educación e Patrimonio Histórico-Artístico da Deputación da Coruña*

Anunciábase nos inicios da presente lexislatura, a intención da actual corporación provincial de estender ao conxunto dos municipios da provincia as diversas iniciativas coas que a Deputación da Coruña ven tratando de apoiar aos creadores locais. Cando menos en dúas liñas de actuación complementarias: dunha banda, e de xeito directo, mediante accións de promoción artística habilitadas polo propio ente provincial; doutra, indirectamente, sexa dando cobertura económica aos concellos, aos que dota de subsidiariedade, sexa afrontando certas necesidades de financiamento que teñen diferentes entidades sen ánimo de lucro. Unhas e outras, con criterios asentados nos principios rectores das políticas da Deputación, inseridos transversalmente nas variadas propostas culturais que se están a xerar e impulsar nestes últimos tres anos.

Nesta liña, coñecendo e recoñecendo do inxente potencial creativo existente no noso territorio, emprendemos no seu día un conxunto de programas de apoio ás institucións radicadas na provincia, dos cales xa vós convidara a ser copartícipes no número 03 de interrea visual (publicado en novembro de 2004 arredor do tema: educación en cultura). Convíte que agora reitero aproveitando a ocasión que nos brinda un novo número

da Revista, ampliando –se cabe– a vontade de colaboración a cantos responsables municipais, artistas locais e cidadáns dan vida á cultura da e na provincia.

Totalmente convencido da importancia que ten dotar de suficiente pulo ás políticas públicas, xunto coa imprescindible continuidade e estabilidade que as debe caracterizar no quefacer cultural, cómprenos a quen temos responsabilidades na súa definición, planificación e execución facer unha valoración detida e rigorosa do seu impacto na sociedade. A tal fin, coa transparencia e visibilidade que se require en calquera ámbito das Administracións Públicas, será preciso dotar de criterios e procedementos de avaliación ás actuacións que se levan a cabo, sempre coa mirada posta na cidadanía e no seu dereito a estar informado. Moito do que se expón de seguido, en clave retrospectiva, ten esa intencionalidade.

### Liñas de apoio aos creadores locais

No labor emprendido pola Comisión de Cultura, Educación e Patrimonio Histórico-Artístico da Deputación da Coruña, rexístranse distintas actuacións e iniciativas, entre as que ocupan

un lugar salientable a convocatoria e resolución de un amplo abano de Premios e Certames (véxase cadro axunto), que no seu conxunto responden aos seguintes obxectivos:

- configurar espazos de recoñecemento para os novos valores que inician a súa andaina no campo da creación artística; outorgar incentivos económicos aos creadores e ás creadoras cunha produción artística meritória;
- homenaxear a ilustres personaxes da cultura galega nados en distintos puntos da xeografía provincial;
- favorecer a adquisición de obra inédita por parte da propia institución, a publicación e distribución de textos literarios e a exposición e difusión da obra premiada e/ou recoñecida;
- promover o bilingüismo nas producións literarias, facendo especial fincapé na protección e promoción da lingua galega;
- dar cabida ás variadas expresións e manifestacións artísticas dos membros de calquera nacionalidade que forman parte da nosa pluralidade e diversidade cultural;
- respectar as exploracións e experimentacións creativas nas temáticas, extensións e formatos das obras a concurso;
- favorecer a creación artística tanto individual como colectiva; e, finalmente, prestar atención á promoción da afección literaria na infancia e na xuventude.

Dar pulo á decena de Premios e Certames promovidos pola Deputación da Coruña, na perspectiva que vimos comentando, constitúe un modo de levar a cabo unha das prioridades estratéxicas da Corporación provincial en materia de cultura: apoiar aos creadores locais. Quefacer que tamén se desenvolve a través da convocatoria de bolsas para o perfeccionamento de estudos artísticos nos eidos das artes plásticas, escénicas, musicais e da imaxe; e que, neste ano 2006, acadan unha dotación total superior aos cento cincuenta mil euros.

Asemade, o labor de apoio aos creadores e ás creadoras está igualmente presente no certame de artesanía galega tradicional e contemporánea, como o Antonio Fraguas Fraguas, que celebra en 2006 a súa VI edición, e o no Salón de Outono de Pintura, tamén na súa VI edición, que está aberta a tódalas tendencias e correntes estéticas, cunha dotación en premios que ascende a 30.000 €.

### Interea como expresión de creatividade e iniciativa pública

O proxecto interea, que financia a Deputación Provincial mediante un convenio suscrito coa Universidade de Santiago de Compostela e do que tamén participa a Universidade da Coruña, polo que ten de pioneiro, innovador e vangardista, é unha das manifestacións máis representativas do soporte que fornecemos aos novos creadores; a través do estudo e a investigación das múltiples singularidades que configuran as dinámicas da vida cultural local, da formación dos responsables municipais de educación e cultura no labor de fomento da creatividade; e, sobre todo, da cabida ofrecida aos creadores emerxentes nos distintos soportes audiovisuais dos que se fai uso nas súas edicións

Neste sentido, *interea visual* constitúe, sen dúbida, unha das galerías panorámicas máis representativas da vizosidade artística da nosa provincia, tanto nas obras que presenta como nos estilos e nas estéticas dos acabados e interiores que amosan as páxinas da revista, tal e como nos transmiten moitos dos seus lectores e públicos destinatarios, dentro e fóra de Galicia. De aí que, polo moito que nos proxecta, insistamos en convidar, unha vez máis, a que na súa coprodución participen todas aquelas persoas que desexen dar a coñecer a súa obra artística. E que, dun xeito ou doutro, constitúen o mellor expoñente da creatividade que atesouramos, valedores e mantedores como son da eferescencia social e cultural que vive a provincia.

Como temos manifestado en distintas ocasións, aínda cando o fomento á creatividade é unha constante entre as nosas programacións, temos presente que dar acubillo aos novos valores resulta de primeira necesidade nos distintos eidos da creación artística.



Premios-Certames	Edición	Xénero	Dotación
<i>Torrente Ballester</i>	XVIII	Narativa	25.000
<i>Manuel Murguía</i>	VI	Ensaio	6.500
<i>Miguel González Garcés</i>	XIII	Poesía en lingua galega	6.500
<i>Raíña Lupa</i>	II	Literatura infantil e xuvenil en lingua galega	6.500
<i>Castelao</i>	I	Banda deseñada	6.500
<i>Jesús Núñez</i>	VII	Artes gráficas	6.500
<i>Luís ksado</i>		Fotografía	6.500
<i>Andrés Gaos</i>		Artes musicais	s/d
<i>Rafael Dieste</i>		Artes escénicas	s/d
<i>Isaac Díaz Pardo</i>		Artes plásticas	s/d







**Moïse Dikoff**  
Être Ailleurs - 2005  
Óleo sobre lenzo - 80 x 80 cm

## A Casa da Xuventude de Ourense, unha xestión compartida

**Benito Losada**

*Director*

A Casa da Xuventude é o equipamento máis estándar entre os específicos para a mocidade e, sorprendentemente, carece dun modelo oficial. Cando se fala dun mercado, dun centro de saúde ou dun auditorio, todos sabemos do que falamos e das instalacións que imos atopar, nas casas da xuventude non, case todo é posible.

Aínda que a Casa da Xuventude de Ourense é anterior, como veremos, as casas da xuventude nacen tras as primeiras eleccións municipais, en 1979, un movemento do que curiosamente Galicia queda afastada. Non é a única, unha cidade como Sevilla anunciaba no pasado febreiro que en menos de dous meses estará aberta en Reina Mercedes a primeira casa da xuventude de Sevilla, que atenderá 18.000 mozos e mozas. Fronte a estas escasas realidades temos outras máis vizosas como Zaragoza que conta con 23 casas na cidade, cunha importante presenza no mundo social zaragozano e unha xestión xuvenil importante. Por tanto outra característica é unha irregular implantación.

Volvendo á Ourense, a súa Casa da Xuventude foi inaugurada en 1970. Xorde a Casa como contribución dun ourensán — Eugenio López— á súa cidade unha vez que é o responsable da política de xuventude do Estado como *Delegado Nacional de la Juventud*. Pola razón que fose decidese adquirir un edificio xa en construción que tiña un fin ben distinto; ao longo do tempo pagaremos esta solución engadíndolle ás cinco plantas e mais baixo e polideportivo, ascensor, persianas... De todos os xeitos os seus 1.700 m<sup>2</sup> dan para unha boa casa da xuventude, que, ademais, é a segunda en antigüidade de España, tras a de Pamplona. Nunha primeira etapa non pasará de ser un *"Hogar da OJE"*; malia todo, o nome de *Casa de la Juventud* influirá para que a Sección Feminina, órgano que daquela tiña as competencias sobre as mulleres, crease en Ourense, de xeito

experimental, a *Organización Juvenil Española Femenina*, coa que de paso tentaba atallar a imparabile incorporación das rapazas á OJE, en teoría exclusivamente masculina.

Remata, xunto coa ditadura, esta primeira etapa da Casa da Xuventude de Ourense. Na transición política que segue, o movemento xuvenil, moi politizado e liderado pola Xuventude Comunista, do PCC, reclama o patrimonio xuvenil, en Ourense nun autoproclamado Consello Municipal da Mocidade. Negociarán co primeiro delegado provincial de Cultura, que lles "cede" a Casa da Xuventude, para a que incluso recomendan director entre o persoal que tiña a Delegación. Os primeiros meses dedicáronse basicamente á redacción duns Estatutos que regulamentasen o uso da Casa e as relacións coa administración propietaria. Aprobaranse en 1979, tras laboriosas reunións, primeiro na Casa para fixar a postura unificada dos grupos xuvenís, e logo coa Delegación de Cultura, que en moitas cuestións discutiu as normas que se lle propuñan. Como exemplo, citemos a idade mínima para acceder á Casa da Xuventude, que esta estimaba en 14 anos e a Delegación quería fixar en 10; ao final impuxeron o seu criterio os mozos. Os Estatutos aprobados son, con algunhas modificacións, os que rexen na actualidade. Establecen a xestión compartida.

As casas teñen dúas notas fundamentais: a participación xuvenil na xestión e un territorio concreto ao que servir. A primeira é a que se incumpre na maioría dos casos, a administración titular, concello ou comunidade autónoma, administran e dirixen os equipamentos directamente, converténdoo nun centro de servizos a mocidade e, en moitos casos na concellería de xuventude, directamente. Na web do Principado de Asturias pode lerse: "a Casa da Xuventude de Turón é a única en Asturias que está xestionada polos propios rapaces. A Plataforma Xuvenil asinou un convenio en 1999 co Concello de Mieres polo cal

asume a xestión deste equipamento público". Unha excepción. A xestión compartida necesita da cohabitación de dous "poderes", os mozos, neste caso socios, e os técnicos da administración, que non é fácil mais si posible como demostra o caso ourensán. Hai uns Estatutos pactados que marcan as competencias de cada parte. Para non aburrir reproduciremos os artigos máis específicos de socios e administración. (O texto completo dos Estatutos pode consultarse en [www.casaxou.com](http://www.casaxou.com)). Serían os artigos:

Art.22º.- O Consello de Xestión é o responsable da vida interna da Casa.

Art.23º.- Competencias do Consello de Xestión.

23.1. Elaborar o plan de actividades da Casa.

23.2. Velar para que as actividades da Casa correspondan ás normas destes Estatutos.

23.3. Elaborar xunto coa Dirección os proxectos de presuposto anual de ingresos e gastos para actividades.

23.4. Aprobar a distribución de medios para o desenvolvemento das actividades.

23.5. Achegar fondos por xestións ante particulares, entidades ou autoridades.

23.6. Aprobar as solicitudes de inscrición de novos socios.

23.7. Recadar da Delegación Provincial da Igualdade e do Benestar axuda técnica e económica.

23.8. Informar e adxudicar as solicitudes de variacións de prezos nas máquinas expendedoras de bebidas e alimentos.

23.9. Convocar a Asemblea da Casa da Xuventude.

Art.24º.- O Consello de Xestión está formado polos representantes das asociacións xuvenís e grupos de actividade a razón dun voto por cada decena de socios. Así como o representante dos 'independentes'. Tamén integran o Consello o Presidente da Casa da Xuventude (que contará con voto, voto de calidade, o presidirá, e será elixido do xeito fixado no parágrafo seguinte) e os Vicepresidentes primeiro e segundo, que non terán voto e serán elixidos polo propio Consello na súa primeira reunión tras as eleccións a Presidente, nunha votación conxunta na que cada membro do Consello disporá dun voto, excepto o Presidente.

O Presidente será elixido por sufraxio libre e secreto polos socios coas cotas dos últimos seis meses pagadas e cunha antigüidade non inferior a seis meses. Os demais aspectos do proceso serán determinados polo Consello, supervisando o Director carácter democrático deste.

En caso de empate en calquera elección de cargo, quedará elixido o socio de maior antigüidade.

E os artigos:

Art.30º.- O Secretario do Consello é o Director da Casa da Xuventude que representa á Delegación Provincial da Igualdade e do Benestar. É membro nato do Consello de Xestión.

Art.31º.- Son misións do Secretario:

31.1. Preparar a orde do día de acordo co Presidente, das xuntas do Consello de Xestión.

31.2. Comunicar ao persoal da Casa da Xuventude os acordos do Consello de Xestión para a súa execución.

31.3. Xestionar en exclusiva a administración dos fondos e dotacións da Casa dando conta periodicamente ao Consello de Xestión da situación administrativa.

31.4. Advertir, cando proceda, ao Consello de Xestión que os acordos adoptados non se axustan ás leis e normas, neste caso os acordos non poderán ser executados ata que non resolva a Delegación Provincial da Igualdade e do Benestar a quen se dirixirá o Consello de Xestión para que decida.

31.5. Asistir ao Consello en aspectos legais, administrativos, funcionais e de desenvolvemento de actividades.

Tras vinte e sete anos, a experiencia, cos lóxicos altibaixos, funciona; periodicamente é elixido o/a presidente/a da Casa, nunhas eleccións en que todos os socios son electores e elixibles. Non é un sistema presidencialista, pois facilmente pode estar en minoría no Consello de Xestión, mais a súa habilidade conseguirá ou non artellar maiorías ou consensos para os acordos. Nestes anos veñen decidindo sobre un orzamento nunca menor aos 40.000 euros. O destino destes fondos é exclusivamente para actividades, coa única limitación da súa legalidade, xa que os gastos de persoal, do mantemento, das obras e das reparacións cóbrenos na súa totalidade os orzamentos da Delegación Provincial da Igualdade e do Benestar. O orzamento total da Casa pode andar sobre os 300.000 euros.

Á parte do tipo de xestión a Casa da Xuventude de Ourense ten outras características subliñables, tamén no campo da participación, xa que desde os seus inicios quixo estar presente na cidade e que esta o estivese na Casa, que non se convertese nun gueto. Así foron acollidas numerosas asociación ou iniciativas que requirían locais para as súas reunións ou actividades; a listaxe sería interminable, mais como exemplo citaremos a Amnistía Internacional, o Clube Cultural Alexandre Bóveda, a Agrupación Fotográfica Orensá, A Mesa pola Normalización Lingüística, Amigos do Sáhara, e plataformas como Lástima de Bois. Unha das notas que distinguen as súas actividades é o facelas conxuntamente con entidades e institucións, nalgúns casos con moitas; o exemplo pode ser o Outono Fotográfico, que na súa 23 edición, realizada a finais de 2005, foi desenvolvido por medio cento de entidades e institucións de 15 cidades e vilas galegas, e recollía máis de setenta actividades. O mesmo sucede coas demais actividades importantes da Casa: Maio Xove, Xornadas de Banda Deseñada, Bienal da Caricatura, Concurso de Contos... E ao mesmo tempo a Casa participa en actividades e iniciativas cidadás: a colaboración da Casa é fácil de conseguir.

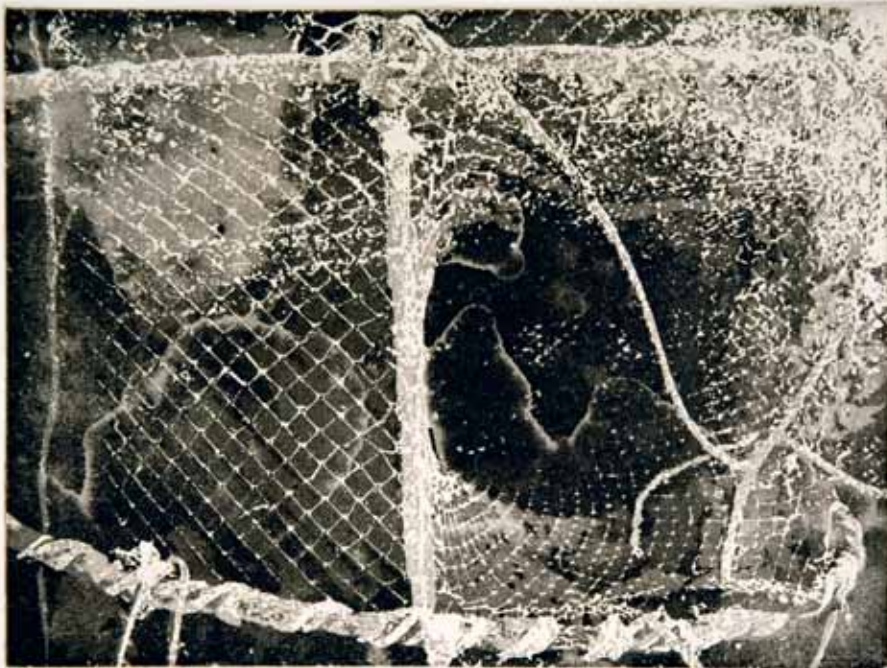
Este primeiro cuarto de século de xestión compartida, foi unha época de claroscuros, momentos en que as distintas consellarías polas que pasou a Casa, non comprendían porque unha das súas —dun total de dezaseis— tiña tal autonomía ou quen era ese tal presidente que non figuraba no seu organigrama, e momentos en que o asociacionismo da cidade promovía conxuntamente a través da súa Casa, actividades, servizos e iniciativas que recibían o recoñecemento e o respecto do resto da cidadanía.



Carmen Cierito  
Sindo Cerviño  
Inma Doval  
Datús Otero  
Lola Oviedo  
Juan Ontategui  
Manuel Bonabal



56 *Lola Oviedo '98*

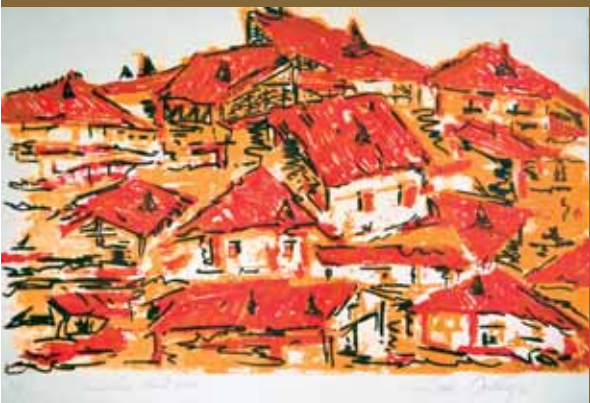


*Manuel Bonabal*

RAVAR



# RAVAR



RAVAR é un grupo de artistas da provincia da Coruña aos que une a técnica de gravado como medio de expresión plástica, ademáis da amizade e unhas inquedanzas comúns por todo o vinculado co mundo da arte. O grupo naceu

entre efluvios nítricos e aromas de amizade. Xuntos acuden a cursos de gravado, experimentan coas diferentes técnicas e intercambian experiencias.

Así, os seus compoñentes comparten risos, talleres, tertulias, tintas, cores e viaxes e tentan non adurmiñar o seu senso máis alá do soño cotián.

# As rutas urbanas animadas

**Ana Judel**

Xefa da Unidade de Programas Educativos do Concello da Coruña

**Laura Cedrón**

Animadora Sociocultural do Fórum Metropolitano

**Alberto Míguez**

Técnico da Fed. Provincial das Anpa da Coruña

*"As cidades educan, deben educar. Nós debemos e temos que as aproveitar"*

Malntbasl

As Rutas Urbanas Animadas son un proxecto que xorde hai oito anos, como unha proposta de carácter experimental promovida desde o Servizo Municipal de Educación do Concello da Coruña e que se pon en práctica, desde hai tres cursos, a través dun convenio de colaboración coa Federación Provincial das ANPA de Centros Públicos da Coruña.

A razón desta actuación municipal, que ocupa cada curso a 1 250 nenos e nenas de segundo ciclo de educación infantil até 2º ciclo de educación primaria é unha forma de entender a cidade como recurso, que implica un sistema multifacético con infinidade de posibilidades que nos permiten reflexionar sobre a pluralidade de cuestións ou situacións que nela se producen a diario. Por isto, o seu tratamento multidisciplinar permítenos tratar elementos de vertebración social, ser fonte de iniciativas e promover a resolución de conflitos.

A cidade ofrécenos dous niveis de recursos: un descritivo que nos permite "educar" a través dela e outro proxectivo que fará que a cidade "deba educar". Por isto, esta proposta vai dirixida a complementar o currículo escolar, xa que as rutas non son propostas illadas senón que convidan a que a cidade nos faga pensar, investigar e interpretar dentro e fóra das aulas.



## Fundamentos da proposta

A cidade precisa dunha cidadanía que saiba desenvolverse nela de acordo ás normas e ás actitudes urbanas que permitan facer dela un espazo onde nos encontremos a gusto e que nos dea a posibilidade de nos comprometer con el.

A base desta proposta está na demanda social que implica a nenos, nenas e xente nova en ser capaces de viviren e conviviren en sociedade e que reclama a súa formación para saber a que aterse e como se comportar. De maneira que a cidade nos dea unha visión global que fomente a formación en valores cun enfoque transversal que nos permita o desenvolvemento da cidadanía partindo de situacións diarias que teñen, na cidade, un escenario real para a súa análise e intervención.

Por iso son necesarias unha serie de medidas que nos acheguen ao desenvolvemento destes valores para a creación dunha cidadanía consolidada e que se aproxime cada vez máis ao medio urbano que a rodea:

- A cidade proporciónanos a selección de contidos necesarios que manifestan o interese dos nenos, nenas e xente nova, co obxecto de os relacionar con conceptos concretos, pór en práctica distintos procedementos, adquirir infinidade de valores,...



- Aproveitar todo o que a cidade xera, quer sexan ofertas culturais, quer sexan informacións, recursos naturais,...
- Integrar a escola na cidade, o que supón sacar á luz situacións que se dan nela e sobre as que debemos intervir de forma activa.
- Facilitar a relación social posibilitando a planificación de tarefas, a comunicación, as producións colectivas,....
- Favorecer a expresión de vivencias utilizando distintos códigos: orais, escritos, icónicos,...

En definitiva, as Rutas Urbanas Animadas son, como o seu nome indica, percorridos animados pola cidade co propósito de entrar en contacto directo con ela para posibilitar unha formación multidisciplinar e mellorar as actitudes cívicas.

## Obxectivos

Os obxectivos xerais que nos propomos con estas son:

- Lograr un adecuado coñecemento da cidade tendo como referencia o estudo do contorno.
- Procurar unha reconstrución dos espazos cotiás, sistematizar as propostas realizadas neles e ser capaces de identificar, contrastar e apreciar diversos aspectos do contorno.



- Establecer as bases para aprender a cidade a través dun ocio educativo, activo, creativo e integral, que implica xogar para descubrir o espazo urbano dunha forma divertida e por medio de actividades innovadoras.
- Impulsar valores e actitudes de convivencia que incrementan a cooperación e a solidariedade, por medio da percepción dos demais, o traballo en grupo como unha forma de se comunicar e de se relacionar, a integración e a tolerancia entre os participantes e coas persoas que aparezan nas rutas.
- Resaltar a importancia que teñen o patrimonio cultural e medioambiental do espazo urbano, participando da súa defensa e conservación e investindo para fomentar o interese e o espírito crítico.

## Criterios metodolóxicos

Buscamos unha perspectiva dinámica e humanística ligada ao sociocultural, ao mundo físico-natural, ao social, ao tecnolóxico e ao económico.

Marcamos como metas que a cidade sexa obxecto de aprendizaxe, promotora de actitudes e un medio para a participación, que nos proporciona infinitos campos de acción. A nosa metodoloxía, por tanto, ten un carácter activo e participativo que implica unha vivencia significativa da cidade.

## Tratamento da transversalidade

A proposta das Rutas Urbanas Animadas como instrumentos para a ocupación do tempo libre cun claro matiz lúdico poñen de manifesto a presenza dun tema transversal como é a Educación para o ocio, entendendo o ocio como un proceso formativo global da personalidade humana incidindo nos seus 3 niveis: cognitivo, socio-afectivo e motriz.

O nivel cognitivo está presente na adquisición de coñecementos a través da exposición oral ou escrita así como a información recibida co fin de que a aprendizaxe sexa significativa para o/a neno/a, e que lle permita elaborar estratexias para seguir construíndo a súa propia bagaxe cultural.

A *nivel motriz* podemos comprobar que todas as probas precisan dunha esixencia motriz variada atendendo as súas diferentes manifestacións (desprazamentos, carreiras, orientación espacial, motricidade fina,...).

O feito de ser unha actividade grupal desenvolvida é un espazo de interacción con outras realidades humanas, así como as directrices propias da ruta (cooperación para a consecución dalgunha das probas) fai que a *vertente socio-afectiva* estea igualmente xustificada, completando así os 3 grandes niveis dun proceso educativo.

O establecemento de normas básicas de comportamento durante o percorrido incide sobre contidos transversais relacionados coa Educación Moral e Cívica, que se ven reforzados polas actitudes fronte á vida que manifestaron no seu momento as diferentes personalidades a que facemos alusión durante o desenvolvemento da actividade, vendo nestas actitudes o reflexo de valores humanos que cremos conveniente transmitir aos nenos e ás nenas.

Baseándonos neste último, e tendo en conta aspectos máis formais en niveis organizativos (redacción das propostas, formación de grupos mixtos,...) ponse de manifesto unha serie de actitudes para unha educación non sexista.

A educación ambiental cobra protagonismo nalgunhas das rutas, xa que os grupos deberán completar cuestións sobre as diferentes especies arbóreas, sentir os elementos que forman parte do medio natural urbano, para alén de reflexionar sobre diversos temas medioambientais.

## Cales son?

As Rutas Urbanas Animadas están secuenciadas por idades e espazos dentro da cidade co propósito de que exista unha continuidade e que en cada una das tres visitas que se realizan a cada espazo (xardíns de Méndez Núñez, praza de M.<sup>a</sup> Pita e Os Cantóns) experimenten diferentes visións e propostas de traballo

As rutas realizadas durante o curso 2005-06 son:

Segundo ciclo de Educación Infantil

\* Méndez Núñez, un xardín de sensacións para EI 3 anos

\* Historias de María Pita, para EI 4 anos

\* Vivencias nos Cantóns para EI 5 anos

Primeiro ciclo de educación primaria

\* Habitantes dos xardíns de Méndez Núñez para 1º EP

\* Tesouros de María Pita para 2º EP

Segundo ciclo de educación primaria

\* Exploradores nos Cantóns para 3º EP

\* María Pita: a praza da liberdade para 4º EP

## Posta en práctica das Rutas Urbanas Animadas

As rutas desenvólense en grupos dun máximo de 50 nenos e nenas divididos en catro grupos atendidos cada un deles por un educador/a urbano/a que desenvolverá o contido total da ruta con este grupo, o que nos permite que sexa un claro referente durante esta. Inicialmente propóñense unha serie de actividades que denominamos pre-ruta que nos facilitan o traballo durante o desenvolvemento desta. Por exemplo se durante a ruta imos realizar unha carreira de orientación é conveniente que no centro traballasen con planos, realicen algunha actividade de orientación,... Facilitanse algunhas destas propostas, mais sempre están abertas para que a intervención do profesorado sexa máis enriquecedora.

Unha vez realizada a pre-ruta levariamos a cabo a ruta, que ten unha estrutura marcada por:

- unha introdución, en que presentamos os/as educadores/as, describimos brevemente o lugar en que estamos e damos paso ao seu inicio.
- o desenvolvemento: propostas variadas tratando en todo momento de fomentar a educación transversal por medio de actividades motrices, de animación á lectura, de dramatización, de lóxica-matemática, de expresión oral ou escrita,...
- a despedida, en que asentamos os contidos tratados durante a ruta e recolleemos as impresións dos nenos e nenas, así como dos profesorado.

Dentro do desenvolvemento destas variamos a distribución e organización das propostas en función das idades, é dicir, traballo por estacións, percorridos guiados, carreiras de orientación con preguntas, percorridos de pistas visuais,...

A temporalización é aproximadamente de entre unha hora e media e dúas horas, entre os meses de marzo e xuño.

Cada unha das rutas teñen material didáctico (caderno, puzzle, taboleiro, mapa,...) que apoia o seu desenvolvemento e dá pé a seguir realizando outra serie de propostas que denominamos post-ruta e que implicarían realizar unha serie de propostas conxuntas ou individuais na aula, que terían por finalidade asentarmos os contidos actitudinais e procedementais desenvolvidos ao longo destas.

## A modo de conclusión

Coas rutas urbanas animadas descubrimos e vivenciamos todos os tesouros que encerra a nosa cidade a través do xogo, fomentando a aprendizaxe e o respecto polo urbano, o medio-ambiental, o cívico e social, o viario, o patrimonial,...

Os/as educadores/as urbanos/as que as leven a cabo son peza fundamental para que as persoas participantes sintan e gocen de todo o que a cidade pode ofrecerlles, ademais de esperar neles novos intereses e afeccións.







## As escolas culturais de Culleredo: da democracia cultural á transformación social

**Pablo Bouza**

*Técnico de Cultura*



No ano 1987, na segunda lexislatura municipal democrática, a corporación municipal de Culleredo comeza a sentir preocupación sociocultural por dotar a cidadanía de equipamentos axeitados en que poder desenvolver programas culturais cos que transformar estruturalmente a sociedade civil principalmente a través da participación, tanto como axentes activos no proceso cultural como na xénese deste.

Facendo brevemente algo de historia, antes da chegada da democracia, no noso concello e no país o acceso á cultura estaba limitado ás clases máis favorecidas e a posibilidade de participar nas transformacións sociais non existía nada máis que para uns poucos.

Esta corporación do 87 pretende transformar estruturalmente a sociedade a través da participación de todos, que todos poidan ter acceso á información, tomar posición e ser responsables da nosa propia evolución participando activamente, organizándose e mobilizándose teren todos acceso á cultura.

O desenvolvemento acadado en infraestruturas, en urbanismo e investimentos de todo tipo realizados nos últimos vinte anos en Culleredo, quedaría incompleto de non ter apostado por unha planificación cultural que permita o desenvolvemento

integral, físico e intelectual dos/as veciños/as de todos os sectores poboacionais nun contorno axeitado que permita incrementar a súa formación enchendo de contidos os cada vez máis numerosos momentos de lecer.

O Concello de Culleredo pode gabarse de acadar nestes últimos anos un dos primeiros lugares entre os municipios galegos canto á cantidade e calidade dos servizos dispoñibles.

As claves do éxito da actuación cultural baséanse nas seguintes premisas á hora de definir as estratexias de planificación e programación das ofertas dos servizos culturais:

- A.- Descentralización das parroquias, tanto das infraestruturas como dos servizos complementarios.
- B.- Acción sectorial, atendendo ás necesidades de cada sector de poboación (escolares, mozos, adultos, maiores...)
- C.- Programación anual de actividades dun xeito continuado, tentando fuxir de actuacións illadas (Programa de Nadal, Encontros Culturais da Primavera, Letras Galegas, Verán Cultural, Encontros Culturais de Outono...).

colaboracións

O programa denominado Escolas Culturais Municipais nace no ano 1987 como un proxecto que case vinte anos despois está fortemente institucionalizado e consolidado e que vén de amosar a importancia que os poderes públicos e sobre todo as administracións locais, como as máis próximas aos veciños, deben de dar á chamada “educación para a participación” e a “democracia cultural”.

Este programa constituíu o xerme fundamental da democracia cultural, a participación activa do pobo, a organización dos sectores cidadáns, o acceso á cultura, non só como maneira de adquirir saberes senón considerando a cultura como algo vivo que se está a facer e se asome, ser protagonista, ser axente activo da nosa propia evolución. Non é so que uns fan cultura e outros a reciben, senón que o espectador, o público, pasa a ser participante e actor.

De súpeto un concello sen apenas actividade cultural chega a unha gran transformación social cun programa en que non só os/as veciños/as poden ter acceso á cultura como acto representativo senón tamén como axentes produtores da oferta cultural.

O programa das Escolas Culturais está dende os primeiros anos constituído por unha serie de módulos formativos que se ofertan tanto para escolares como adultos e que abranguen unha serie de modalidades artísticas e formativas formuladas dende varios puntos de vista:

- 1.-Facilitar o acceso ao primeiro contacto coa actividade artística ou formativa.
- 2.- Favorecer a ocupación do tempo de lecer.
- 3.-Potenciar os grupos de formación como instrumentos para o desenvolvemento persoal.
- 4.-Potenciar as producións artísticas dos/as alumnos/as como forma alternativa de xerar nova oferta cultural.

As actividades ofertadas, que comezan nun principio por proposta do Servizo Municipal de Cultura, van nos sucesivos cursos adaptándose ás necesidades reais dos usuarios e ás súas

demandas ata chegar na actualidade a un total de 17 especialidades culturais situadas en distintas parroquias municipais e en que se imparte docencia de actividades grupais e de carácter artístico, novas tecnoloxías e ocupación do tempo de lecer dirixido á poboación cullerdense tanto en idade escolar como adulta, dependendo das actividades que na actualidade son: Tapiz, Cerámica, Debuxo-Pintura, Óleo, Ballet Danza, Ballet Clásico, Inglés, Informática, Baile Galego, Gaita Galega, Manualidades, Confección Industrial, Tai-Chi, Ioga, Baile de Salón, Fotografía e Guitarra. Estas actividades ofértanse tanto para adultos como para escolares establecéndose distintos niveis e distintas sedes para a súa impartición.

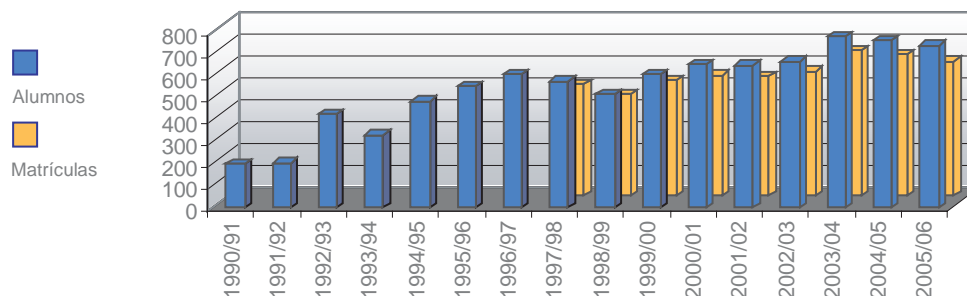
Estas sedes de impartición dos diferentes módulos das Escolas Culturais abranguen nun primeiro momento a case totalidade das parroquias do Concello para ir nun proceso de adaptabilidade situándose en centros de maior concentración poboacional sen deixar de atender en ningún momento as demandas veciñais.

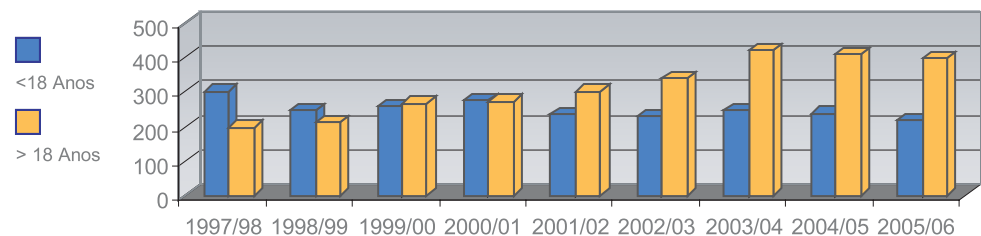
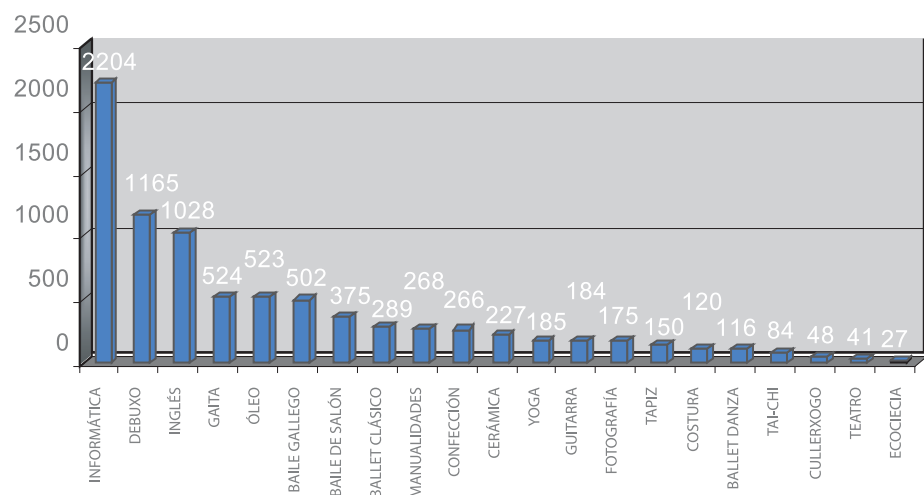
As Escolas Culturais teñen unha duración coincidente co curso escolar e cobren un total de 83 horas semanais impartidas por un cadro de persoal de 15 profesores/as posuídores/as de titulación e experiencia docente contrastada e axeitada ao posto que teñen que desenvolver.

Outra das características deste programa cultural é a súa accesibilidade para todas as persoas interesadas posto que o custo está practicamente subvencionado pola achega municipal nun 90% existindo bonificacións para varios membros da mesma familia, varias actividades e incluso asistencia social municipal en casos concretos de familias sen recursos.

Nos últimos anos o interese da cidadanía cullerdense por este programa vese reflectido no incremento na matrícula e participación nas diferentes actividades pasando como podemos ver no seguinte gráfico de 198 matrículas no curso 1990/1991 a máis de 750 nos anos 2004 e 2005.

CURSO	90/91	91/92	92/93	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06
MATRÍCULA	198	203	425	332	485	555	610	578	521	608	656	649	667	783	765	743
ALUMNOS								507	462	528	551	544	570	666	647	615





Como podemos ver no seguinte gráfico, aínda que nun principio as Escolas Culturais nacen cunha tendencia a atender a poboación escolar, o alumnado adulto máis reticente, nun primeiro momento, a participar neste programa axiña comeza a interesarse por participar nestas actividades coincidindo tamén cunha nova concepción da cidadanía de aproveitar o tempo de ocio e as novas alternativas de formación e entretemento que se lles ofrece dende a institución municipal.

Así mesmo os módulos formativos con máis éxito foron sempre os relacionados co acceso ás novas tecnoloxías: informática, internet...e os relacionados coa actividade artística: óleo, debuxo e pintura, tapiz, cerámica...

Así podemos comprobar como máis de mil persoas asisten a clases de novas tecnoloxías nos últimos seis anos.

Na perspectiva que nos confiren dezanove anos de Escolas Culturais pode parecer que é moito máis sinxelo do que ata aquí lles levo contando, pero non é tal, se analizamos este longo período de tempo poderemos ver como Culleredo e os seus veciños se transformaron grazas á súa propia acción, a unha administración local e unha corporación sensible e consciente das necesidades cidadáns.

E para rematar, e se queren un exemplo, na última exposición dos traballos dos alumnos e alumnas destas Escolas Culturais, preto de 100 veciños/as de Culleredo colgaron na sala de exposicións dos Muíños de Acea de Ama o seu cadro de pintura, fotografía, peza de cerámica ou tapiz sen teren formación previa ningunha antes de participar nas Escolas Culturais. Iso é transformación da sociedade e acceso á cultura para todos. Iso é, en definitiva, democracia cultural.



# LIBROS



BASSAT, L. (1999): El libro rojo de las marcas. Como construir marcas con éxito. Madrid, Espasa.

Unha lectura recomendada para obter unha visión actual de como comunicar hoxe. O seu autor é un dos máis prestixiosos publicistas. Moi claro e práctico.



RIES, A. e L. (2003): La caída de la publicidad y el auge de las relaciones públicas. Barcelona, Activa.

Suxestivo manual arredor das relacións públicas, aspecto moi importante na comunicación.

GRUPO XABIDE (edit.) (2005): La comunicación en la gestión cultural. Xabide, Vitoria-Gasteiz.

A experiencia nas estratexias de comunicación global desenvolvidas polo GRUPO XABIDE avalan unha obra nada a partir das Xornadas Iniciativa Privada e Sector Público na Xestión da Cultura, que periodicamente veñen sendo realizadas no País Vasco.



CELAYA, J. y HERRERA, P. (2006): Los blogs en la comunicación empresarial en España. Grupo BPMP, <http://www.grupobpmp.com/>. O estudo presentado polo grupo BPMP ofrece novas ferramentas de comunicación aos directivos de marketing e comunicación, para axudarlles a determinar o papel que poden ter nas súas respectivas estratexias de comunicación corporativa, nas relacións cos medios de comunicación e nas súas políticas de comunicación interna.



KOTLER, N. e Ph. (2001): Estrategias y marketing de museos. Barcelona, Ariel.

Moi útil para xestores de museos. Repasa as diversas técnicas de comunicación para este tipo de equipamentos.



KOTLER, Ph. (2003): Los 80 conceptos esenciales de marketing de la A a la Z. Pearson, Madrid.

Excelente libro de mercadotecnia. Diáfano e moi práctico para as organizacións culturais.



VERDÚ, V. (2005): Yo y tú, objetos de lujo. El personismo: la primera revolución cultural del siglo XXI. Barcelona, Debate.

Na súa obra máis recente, o xornalista Vicente Verdú amósanos unha particular interpretación da revolución cultural á que asistimos con perplexidade, reflectindo a personificación do obxecto cultural que é paralela á cosificación do suxeito social, ao intercambiar o natural polo seu artificio e a réplica polo seu orixinal.



INNERARITY, D. (2006): El nuevo espacio público. Madrid, Espasa.

Neste título examínase a idea do espazo público e as súas transformacións na sociedade contemporánea, desvelando o actual significado da cultura pública e a súa relación coas esixencias democráticas dunha sociedade capaz de configurar a súa identidade plural no escenario común.



MURGA, M. A. (coord.) (2006): Desarrollo local y agenda 21. Madrid, Pearson Prentice Hall.

Obra impulsada dende a Cátedra UNESCO de Educación Ambiental da UNED, co obxecto de reflectir arredor das contribucións das Axendas 21 ao desenvolvemento local, entendido como un proceso global, económico, social, educativo, cultural e político que procura mellorar a calidade de vida de toda a poboación.



CARIDE, J. A. e VIEITES, M. F. (coords.) (2006): De la educación social a la animación teatral. Trea, Gijón.

Agardada novidade editorial que fornece aos seus lectores dun variado conxunto de materiais cunha natureza teórica, metodolóxica e práctica, de utilidade para poñer en marcha proxectos de animación teatral.

GRUPO XABIDE (edit.) (2005): Acción pedagógica en organizaciones artísticas y culturales. Xabide, Vitoria-Gasteiz.

Obra que reflicte as achegas das ciencias da educación ás diversas entidades que desenvolven o seu quefacer no eido da cultura, e, máis especificamente, nos sectores das artes plásticas, escénicas, musicais, visuais etc.



TEMPOS NOVOS

<http://www.vieiros.com/temposnovos>

Consolidada revista mensual de información para o debate que está dedicada ao pensamento e á opinión. De obrigada lectura.



Sociedade Iberoamericana de Pedagogía Social (2006): Pedagogía Social, globalización y desarrollo humano. I Congreso Iberoamericano de Pedagogía Social, noviembre 2004, Universidade Mayor de Chile.

Unha vez máis, as diversas vertentes sociais, políticas, educativas e propiamente culturais da Pedagogía Social son obxecto de reflexión por cantas persoas conforman a súa comunidade científica.



Raigame

<http://www.depourense.es/web/cultura/vari- os/raigame.htm>

Revista de arte, cultura e tradicións populares editada pola Deputación Provincial de Ourense, dispoñible on-line en formato pdf.



Longueira, M. e Villalta, L. (2006): Papagaio. Deputación da Coruña, Edicións Laiovento. A Coruña.



Revista de Comunicación, Arte y Literatura  
[www.dosdoce.com](http://www.dosdoce.com)

Revista de comunicación, arte e literatura, nada en marzo de 2004, por iniciativa do Grupo Dosdoce de Comunicación, que aspira a converterse nun nexo entre tódolos profesionais do sector da comunicación.



Pernas G. (2006): Final de película. Deputación da Coruña. A Coruña. Premio de Teatro Rafael Dieste 2005.



Revista ñaque

<http://www.naque.es/>

Oferta especializada no sector das artes escénicas onde se dan cita as diversas complementariedades e interrelacións entre teatro, expresión e educación. Para especialistas e amadores.

## REVISTAS



BDbanda

<http://www.bdbanda.com/>

Galardoada en varias ocasións, BDbanda é unha revista galega dedicada á banda deseñada que sorprende pola súa ilustración. Imprescindible!



Animación sociocultural: revista iberoamericana

<http://www.lazer.eefd.ufrj.br/animadorsociocultural/>

Xornal electrónico semestral de recente creación onde son publicadas diversas referencias e críticas bibliográficas, páxinas de reflexión, boas prácticas e demais novas relacionadas co quefacer da Animación Sociocultural no espazo iberoamericano.

# INTERNET



Chasqui  
<http://www.comunica.org/chasqui/index.php>  
Revista Latinoamericana de Comunicación de periodicidade trimestral dispoñible on-line en formato pdf, que dedica parte das súas páxinas as relacións entre xornalismo, cultura e cidadanía, entre outros temas de interese.



Fundación Carles Pi i Sunyer de Estudios Autonómicos y Locales  
<http://www.pisunyer.org/CA/bienvenida.htm>  
Entidade dedicada á análise de cuestións relacionadas co Estado das Autonomías e cos gobernos locais, nada ao abeiro dun conxunto de administracións locais, como unha plataforma de estudo e debate arredor dos gobernos municipais. Con descargas de interese...



Revista Galega de Educación, publicación da Asociación Pedagóxica Nova Escola Galega Sae a rúa o nº 35 desta nova etapa da publicación cun formato actualizado e un amplo sumario que inclúe seccións dirixidas preferentemente ao mundo do ensino, pero tamén incorpora algúns espazos pensados desde e para a perspectiva sociocultural. O tema son Os museos, con distintas achegas, desde os ámbitos educativo e cultural.



Comunicación cultural  
<http://www.comunicacion-cultural.com>  
Bitácora que pretende canalizar o diálogo entre tódolos profesionais do sector cultural, xa sexan xornalistas, libeiros, editores, responsables de comunicación etc.



CADERNOS  
O Equipo interea vén de editar dúas novas publicacións fundamentalmente dirixidas a responsables políticos e técnicos municipais de educación e cultura, que foron tematicamente artellados arredor do planeamento estratéxico na acción cultural local, por unha banda, e, pola outra, da participación cidadá na vida municipal da provincia. Ámbalas dúas obras, elaboradas por diversos especialistas e investigadores, dan continuidade á colección de cadernos temáticos, emprendida no marco do Proxecto interea que vén promovendo a área de Cultura, Educación e Patrimonio Histórico-Artístico da Deputación da Coruña, en conxunto coas universidades de Santiago de Compostela e da Coruña.



FORTE  
<http://www.forteproject.org/eng/>  
Proxecto europeo coordinado pola Fundación Interarts que ten por obxecto de promover a formación, o intercambio e a experimentación no sector da educación cultural da mocidade.



Proxecto-Edición  
<http://www.proxecto-edicion.net/>  
Colaboración multifacética, procesual e evolutiva entre CGAC, MARCO e Fundación Luis Seoane, dedicada a investigar, producir e distribuír traballos centrados na información, na edición e na comunicación como soportes creativos. En marcha...



# asociacionismo e cidadanía

De vós, con vós: a participación social en cultura  
25 de Novembro Paílexco A Coruña



 **interea 2006**  
www.asociacionismoecidadania.es

 DEPUTACIÓN DE A CORUÑA  
www.deputacion-a-coruna.es

 UNIVERSIDADE DA CORUÑA

 USC  
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

## **interea visual. NORMAS PARA A ADMISIÓN DE COLABORACIÓNS**

1. A extensión máxima dos artigos presentados para a revista non poderá exceder en 3 páxinas, en DIN A4 numeradas, dobre espazo, en caracteres Times New Roman, incluídos gráficos, cadros ou bibliografía. As imaxes entregaranse por separado indicando con claridade no texto o lugar en que deben ser incluídas. Xunto a unha copia impresa en papel, enviarase outra en disquete de 3,5 pulgadas, preferiblemente no programa WORD para PC. Na presentación do traballo non se utilizarán tabuladores e sangrías, evitando en todo momento, unha maquetación previa deste, responsabilidade dos editores de interea visual.

2. Cada traballo debe ir acompañado duna páxina que conteña o título do traballo, nome completo do autor/a ou autores/as, centro de traballo, enderezo completo.

3. Para as referencias bibliográficas, os autores mencionarán en texto o apelido do autor, data e páxina, con remisión a unha bibliografía final das obras citadas, sexan libros (Brook, 1993, 32) ou publicacións periódicas (Pérez Rasilla, 2001, 45).

Brook, P. (1993): There are no secrets, London, Methuen Books.

Pérez Rasilla, E (2001): "¿Somos tan malos os críticos?", Revista Galega de Teatro 28, Cangas do Morrazo, pp.44-46

4. Os autores/as poden utilizar notas a rodapé en función das necesidades de exposición, pero as referencias bibliográficas seguirán sempre a norma anterior, incluíndo o apelido ou apelidos do autor/a, ano de publicación da obra e páxina ou páxinas se fose o caso. No caso de varios traballos nun mesmo ano, utilizaranse letras para diferenciala (Brook, 1993, 1993b). Na bibliografía final tamén se incluírá a mesma letra.

5. As citas, cando sexan curtas, irán incluídas entre comiñas no corpo central do texto, precedidas igualmente da referencia bibliográfica (Brook, 1993, 12-13).

6. Os artigos que non reúnan estes requisitos, serán devoltos aos seus autores/as para a súa adecuación ás normas de edición da revista.

7. Os orixinais recibidos serán sometidos a revisión, cando menos, por dous avaliadores do Consello Científico-Asesor, en función dos seus coñecementos sobre a materia de que trata o traballo, garantíndose o anonimato de todos eles. A aceptación definitiva dos materiais depende do Consello Científico-Asesor de interea visual.

8. Os traballos enviaranse ao enderezo da revista: interea visual, Facultade de Educación, Despacho PB08, Campus Elviña, 15071 A Coruña. Tel: 981 167 000 ext. 1897.



interea visual agora  
tamén en formato dixital:  
[www.dicoruna.es/cultura](http://www.dicoruna.es/cultura)

