



# XORNADAS DO IDEGA · 7

**COORDENADOR:**

Dr. Carlos Ferrás Sexto

**ORGANIZADORES:**

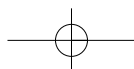
Xosé Carlos Macía Arce

Yolanda García Vázquez

Francisco Xosé Armas Quintá

Grupo de Investigación GIS-T IDEGA  
Universidade de Santiago de Compostela

**NOVAS TECNOLOXÍAS E ECONOMÍA CULTURAL  
II Xornadas SINDUR**





**CONSELLO EDITOR:**

**XO AQUÍN ALVAREZ CORBACHO**

Dpto. Economía Aplicada.

**MANUEL ANTELO SUAREZ**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**JUAN J. ARES FERNÁNDEZ**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**XESÚS LEOPOLDO BALBOA LÓPEZ**

Dpto. Historia Contemporánea e América.

**XOSÉ MANUEL BEIRAS TORRADO**

Dpto. Economía Aplicada.

**JOAM CARMONA BADÍA**

Dpto. Historia e Institucións Económicas.

**LUIS CASTAÑÓN LLAMAS**

Dpto. Economía Aplicada.

**MELCHOR FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**MANUEL FERNÁNDEZ GRELA**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**XO AQUÍN FERNÁNDEZ LEICEAGA**

Dpto. Economía Aplicada.

**LOURENZO FERNÁNDEZ PRIETO**

Dpto. Historia Contemporánea e América.

**CARLOS FERRÁS SEXTO**

Dpto. Xeografía.

**IGNACIO GARCÍA JURADO**

Dpto. Estatística e Investigación Operativa.

**M<sup>a</sup> DO CARMO GARCÍA NEGRO**

Dpto. Economía Aplicada.

**XESÚS GIRÁLDEZ RIVERO**

Dpto. Historia Económica.

**WENCESLAO GONZÁLEZ MANTEIGA**

Dpto. Estatística e Investigación Operativa.

**MANUEL JORDÁN RODRÍGUEZ**

Dpto. Economía Aplicada.

**RUBÉN C. LOIS GONZÁLEZ**

Dpto. Xeografía e Historia.

**EDELMIRO LÓPEZ IGLESIAS**

Dpto. Economía Aplicada.

**XOSÉ ANTÓN LÓPEZ TABOADA**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**ALBERTO MEIXIDE VECINO**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**EMILIO PÉREZ TOURIÑO**

Dpto. Economía Aplicada.

**MIGUEL POUSA HERNÁNDEZ**

Dpto. de Economía Aplicada.

**CARLOS RICOY RIEGO**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**JOSÉ M<sup>a</sup> DA ROCHA ALVAREZ**

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

**ROMÁN RODRÍGUEZ GONZÁLEZ**

Dpto. Xeografía.

**XAVIER ROJO SÁNCHEZ**

Dpto. Economía Aplicada.

**XOSÉ SANTOS SOLLA**

Dpto. Xeografía.

**FRANCISCO SINEIRO GARCÍA**

Dpto. Economía Aplicada.

**COORDENADORES DA EDICIÓN:**

**-Área de Análise Económica**

Juan J. Ares Fernandez

**-Área de Economía Aplicada**

Manuel Jordán Rodríguez

**-Área de Xeografía**

Rubén C. Lois González

**-Área de Historia**

Lorenzo Fernández Prieto

**ENTIDADES COLABORADORAS**

Fundación Caixa Galicia

Consello Económico e Social de Galicia

Fundación Feiraco

Instituto de Estudos Económicos de

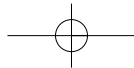
Galicia Pedro Barrié de la Maza

Caixanova

**Edita:** Servicio de Publicación da Universidade de Santiago de Compostela

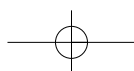
**ISSN:** 1579-5713

**D.L.G.:** C-1075-02



## ÍNDICE

Introducción .....	5
La Internet de las culturas .....	11
Dr. Artur Serra i Hurtado	
Doutor en antropoloxía cultural	
Fundación i2CAT	
Universitat Politècnica de Catalunya	
The Northside Folklore Project. A case study in applied social ethnology .....	29
Dra. Marie-Annick Desplanques	
Department of Folcklore and Ethnology	
University College Cork. Ireland.	
Novas Tecnoloxías e Economía Cultural en Espacios Periféricos. ¿Unha oportunidade? .....	53
Dr. Carlos Ferrás Sexto	
Universidade de Santiago de Compostela	
Internet en Galicia e a industria cultural: O modelo de Culturagalega.org .....	85
Manuel Gago	
Director de Culturagalega.org	
Principales políticas y programas de actuación para la Sociedad de la Información en Galicia e Irlanda .....	101
Xosé Carlos Macía Arce	
Grupo de Investigación Socio-Territorial	
Instituto Universitario de Estudios e Desenvolvemento de Galicia	
Universidade de Santiago de Compostela	
Novos procesos de desenvolvemento rural a partir da implantación das TIC .....	131
Francisco Xosé Armas Quintá	
Grupo de Investigación Socio-Territorial	
Instituto Universitario de Estudios e Desenvolvemento de Galicia	
Universidade de Santiago de Compostela	
Marketing territorial e novas tecnoloxías .....	155
David Santomil Mosquera	
Instituto Universitario de Estudios e Desenvolvemento de Galicia	
Universidade de Santiago de Compostela	
InfoBrion difunde en Internet o desenvolvemento das II Xornadas SINDUR. Novas Tecnoloxías e Economía Cultural .....	173
Yolanda García Vázquez	
Francisco Xosé Armas Quintá	
Grupo de Investigación Socio-Territorial	
Instituto Universitario de Estudios e Desenvolvemento de Galicia	
Universidade de Santiago de Compostela	





## INTRODUCCIÓN

No marco do proxecto de investigación SINDUR. Sociedade da Información e desenvolvemento urbano-rexional, o Grupo de Investigación Socio-Territorial da Universidade de Santiago celebrou en novembro de 2004 as súas II Xornadas de debate concibidas como un foro de intercambio de ideas e coñecemento entre investigadores e técnicos con interese no estudio do impacto das Novas Tecnoloxías sobre a sociedade e o territorio. Nesta ocasión as Xornadas SINDUR estiveron focalizadas sobre a procura das relacións entre as Novas Tecnoloxías e a Economía Cultural, pretendendo dar visibilidade a diferentes experiencias que ao respecto se están a levar a cabo en Irlanda, Cataluña e Galicia.

O proxecto SINDUR (Sec2002-01874) naceu no ano 2002 no seo do Plan Nacional de I+D+i do xa desaparecido Ministerio de Ciencia e Tecnoloxía, hoxe dependente do Ministerio de Educación, e entre os seus obxectivos pretende crear e dar continuidade a un foro científico de debate centrado en temática de análise dos impactos das Novas Tecnoloxías sobre os espazos periféricos, polo que en novembro de 2003 acolleu a celebración das denominadas I Xornadas SINDUR, naquela ocasión centradas na análise das relacións entre a Internet e a Educación.

Na presente publicación recóllense as aportacións máis significativas dos conferenciantes convidados ás II Xornadas SINDUR. Artur Serra, recoñecido antropólogo de perfil tecnolóxico da Universitat Politècnica de Catalunya, presenta un moi interesante ensaio acerca da chamada Internet de 2ª Xeración ou Internet das Culturas; incide especialmente en que será esta

nova Internet a que faga fronte ao fenómeno da fenda dixital e a que xeneralice o uso e interese polos contidos e polas aplicacións informáticas en comunidades e espazos desenganchados da sociedade da información; para isto o profesor Serra reclama a universalización dun ancho de banda suficiente para a circulación pola rede de vídeo en calidade TV e da videoconferencia; amais do traballo conxunto de tecnólogos e científicos sociais para desenvolver aplicacións e servicios avanzados para Internet en beneficio da difusión das artes e das humanidades.

A Dra. Marie-Annick Desplanques, antropóloga cultural do University College Cork, esboza os mimbres dun innovador proxecto levado a cabo nun barrio popular da cidade irlandesa de Cork e que foi inicialmente inspirador das metodoloxías de e-inclusión desenvolvidas por SINDUR no municipio piloto de Brión a través da creación do website InfoBrion.com; a Dra. Desplanques amosa os fundamentos científicos e técnicos do Northside Folklore Project como un caso de estudio de etnoloxía social aplicada, proxecto ao amparo do cal o Departamento de Etnografía do Univesity College Cork foi quen de empregar as Novas Tecnoloxías para contribuír a recuperar e estudar os fundamentos étnicos e culturais irlandeses cualificando, ao mesmo tempo, a grupos de persoas desempregadas que puideron orientar a súa vida laboral cara unha atractiva e novidosa actividade.

Polo que respecta á miña propia aportación ás II Xornadas SINDUR, esta estivo centrada na presentación das relacións que se poden establecer entre conceptos chave como son Novas Tecnoloxías, Economía Cultural, Marketing Territorial, Sociedade da Información e Globalización, tentando de explicar os nexos de unión e as posibilidades que se poden presentar no

seu contexto aos territorios periféricos como é o caso galego, onde a difusión e revalorización da cultura popular e dos seus sinais de identidade propios a través da difusión social e utilización efectiva das Novas Tecnoloxías abre enormes posibilidades de desenvolvemento económico e social que deberían ser aproveitadas polos actores locais con maior capacidade de innovación e creatividade.

Manuel Gago, director de culturagalega.org, presenta unha iniciativa moi consolidada no caso galego, nacida ao amparo do Consello da Cultura Galega da Xunta de Galicia, onde se presenta un modelo de xestión de información cultural ao servizo do cidadán e dos medios de comunicación, que se caracteriza pola súa inmediatez a través de internet, calidade e interese preferente das bases de datos culturais que son consultadas en rede por numerosos internautas de dentro e fóra de Galicia; hai que destacar que culturagalega.org se conforma como unha referencia e que foi quen de consolidar un proxecto que xera postos de traballo e dá viabilidades ás aplicacións das Novas Tecnoloxías ao servizo do cidadán e do mundo da cultura e da información xornalística.

Por outra banda, as II Xornadas SINDUR serviron de foro científico para a presentación dos primeiros resultados de traballos de investigación doutoral en curso co fin de propiciar o intercambio de ideas e a visión crítica; traballos doutorais que emanan precisamente do propio proxecto SINDUR. Carlos Macía aporta un relatorio moi valioso acerca da comparación sumaria das políticas de actuación para o desenvolvemento da Sociedade da Información en Galicia e Irlanda, para o cal as contextualiza no marco xeral dos programas de actuación e/ou orientación da Comisión Europea e do Estado español, deixando entrever a desigual organización e

interese que mostran nuns e noutros casos, e sempre cun balance desfavorable para o caso galego onde a fenda dixital é verdadeiramente moi preocupante e debe ser obxecto de interese preferente para a administración e para o impulso do desenvolvemento económico e social. Carlos Macía fainos reflexionar sobre a necesidade de que Galicia non perda o tren da III Revolución Tecnolóxica a partir do exemplo irlandés.

Pola súa parte Francisco Armas presenta un ensaio acerca dos novos procesos de desenvolvemento rural que agroman a carón da difusión das Tecnoloxías da Información e da Comunicación en espazos periféricos; presenta a grandes trazos os fundamentos teórico-concepturais básicos, localiza iniciativas de interese nos Highlands e illas de Escocia a partir da proliferación dos Call Centres e reflexiona sobre as enormes posibilidades que se poden presentar ao interactuar os fluxos da emigración de retorno coas Novas Tecnoloxías; apuntando que, quizais, esta novidosa perspectiva poida chegar a influír en procesos incipientes de desenvolvemento económico e social nos avellentados municipios do interior de Galicia.

No caso da aportación de David Santomil, nos ofrece a posibilidade de coñecer en síntese os fundamentos dun traballo de investigación realizado no seo de SINDUR e no marco do programa de doutoramento de xeografía da Universidade de Santiago, centrado na mercadotecnia territorial e na elaboración dun sistema de información xeográfica acerca dos recursos turísticos no municipio piloto de Brión.

Por último, Yolanda García e Francisco Armas pechan a edición cun relatorio acerca da organización e do desenvolvemento das diferentes actividades levadas a cabo durante os tres días que duraron as II Xornadas



SINDUR, as cales como se pode comprobar fixeron que técnicos, participantes en xeral, investigadores e académicos saíran do vello Paraninfo da Universidade de Santiago, entorno tradicional deste tipo de eventos, para viaxar ao concello de Brión e ter contacto directo cunha comunidade local implicada directamente nun ilusionante proxecto de Alfabetización Dixital: é dicir, a ter contacto directo cos técnicos do concello, cos mestres e profesores, alumnos e alumnas dos centros de ensino de Pedrouzos e Viceso e coa sociedade civil local. En definitiva, no marco do proxecto SINDUR, todos os investigadores do GIS-T. IDEGA, desexamos que esta publicación poida cumprir co seu obxectivo que non é outro que servir de chamada de atención e ponte de reflexión sobre a necesidade de impulsar o desenvolvemento económico e social de Galicia no contexto da Sociedade da Información.

En Santiago de Compostela, 20 de xullo de 2005.

Prof. Dr. Carlos Ferrás Sexto.

Grupo de Investigación Socio-Territorial GIS-T. IDEGA.

Universidade de Santiago.



# **LA INTERNET DE LAS CULTURAS**

**Dr. Artur Serra i Hurtado**

Fundacion i2CAT. Jordi Girona 29, Edificio Nexos II

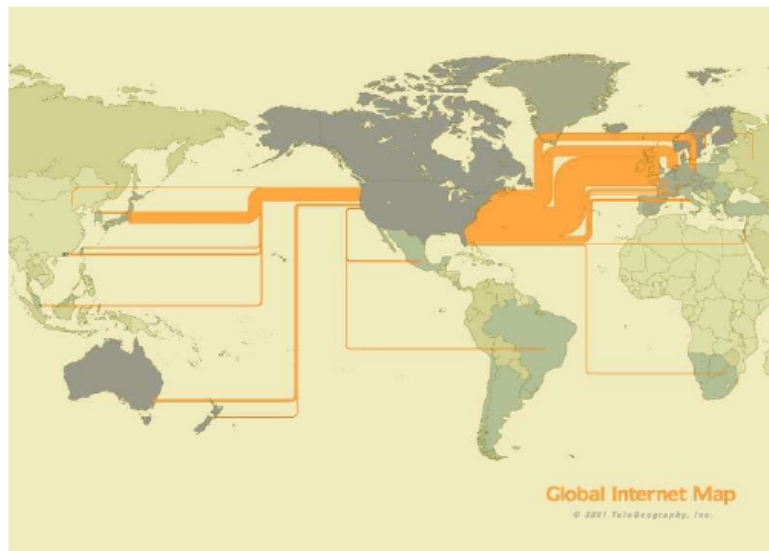
Barcelona 08024

[Artur.serra@i2cat.net](mailto:Artur.serra@i2cat.net)



### **La Internet y la “fractura digital”.**

En el año 2003 la Cumbre de Naciones Unidas sobre Sociedad de la Información celebrada en Ginebra planteó como uno de los problemas urgentes el tema de la “fractura digital”. La Internet conectaba en ese año aproximadamente al 10% de la población del planeta, unos 600 millones de personas. El restante 90% hasta 6.000 millones queda todavía fuera del sistema.



En realidad no se sabe si las tecnologías de información y comunicación van a ser capaces de adaptarse y conectar al conjunto de la población del planeta, con su diversidad de valores, lenguas, reglas y ambientes. Ningún sistema tecnológico moderno, como la telefonía o la televisión lo han conseguido todavía. Para corregir algunos de los problemas

que planteó la primera generación Internet se empezó en los años 90s a desarrollar un nuevo programa de investigación.

El programa Internet2, generalmente denominado Next Generation Internet, [www.ucaid.edu](http://www.ucaid.edu), nació a finales de los 90s y se ha ido extendiendo hasta formar una verdadera comunidad global de investigadores en decenas de países de todo el mundo. Su objetivo es ir resolviendo los problemas que plantea la actual Internet. Uno de ellos es por ejemplo la escasez de direcciones IP. El número de direcciones del protocolo IPv4, el todavía mayoritario, no son suficientes para que cada habitante del planeta si quisiera pudiera disponer de una dirección propia. Para que su PC pueda conectarse con acceso a todos los servicios a Internet ha de disponer de una dirección unívoca IP. Se ha tenido que inventar un nuevo protocolo, el Ipv6 , con suficientes direcciones para que puede proporcionar a cada habitante del planeta una dirección unívoca.

Un segundo problema es la estrechez del ancho de banda actual de las redes de los operadores. Sus redes de acceso son insuficientes para incluir aplicaciones de video de calidad similar a la de la actual TV o con servicios interactivos como la multiconferencia. Una combinación de redes ópticas con inalámbricas (WIFI, Wimax,...) está permitiendo vislumbrar la solución de este problema.

Por último al integrar Internet millones de ordenadores, el propio concepto de ordenador está cambiando. Se está desarrollando una nueva tecnología llamada GRID que considera que realmente la red ya es el ordenador y que un modelo de computación distribuida es el que mejor se

adapta a Internet permitiendo compartir recursos informáticos como el WWW lo hizo con los recursos de información.

Un fenómeno social que advertimos es que el programa Internet 2 ha aumentado el tipo de investigadores que se interesan en su desarrollo así como el número de países que están diseñando la nueva Internet. Cada avance de la tecnología Internet permite una entrada de especialistas nuevos y de nuevos países en dicho sistema. La primera generación Internet fue diseñada íntegramente por “computer scientists” en los USA. [1] Ello fue debido fundamentalmente a la superioridad de los USA en la investigación tecnológica básica en TIC. Fue la Internet de los “computer Scientists”, de los ingenieros de informática.

La irrupción del WWW, inventado en Europa a principios de los años 90s, significó la apertura a escala global de la investigación y la innovación en las TIC a otras comunidades de científicos. De hecho el mismo WWW ya fue fruto de un físico, Tim Berners Lee del CERN. El WWW se abrió paso en la comunidad de físicos, y abrió la Internet al resto de disciplinas científicas. Fue la Internet de los científicos. Recientemente, la tecnología GRID, un nuevo sistema de computación distribuida, ha nacido también de la comunidad científica y de su necesidad de compartir recursos computacionales de forma distribuida. La Internet es vista como un gran laboratorio virtual universal. No solo USA sino también Europa contribuyen en hacer avanzar la Internet a nivel de investigación.

Pero esta misma Segunda Generación Internet está permitiendo una tercera etapa en múltiples países ya no solo de Norteamérica o Europa, es decir del corazón de la civilización occidental, sino también de Asia,

Latinoamérica y embrionariamente de África comienzan a incorporarse al desarrollo de Internet y de las TIC a nivel de investigación.

La comunidad de Internet 2 se extiende ya a decenas de países de todo el mundo y recoge esta diversidad de redes de investigación y de grupos que están haciendo avanzar la nueva generación. <http://international.internet2.edu/index.cfm>. Uno de los temas claves deriva del hecho de que estos nuevos actores están dedicando esfuerzos en la integración de la voz y del video en Internet. Si la primera generación Internet se basó en la integración de la informática y las telecomunicaciones. Esta segunda se fundamenta en la incorporación de las tecnologías del audio y video digitales. Este detalle es de vital importancia para culturas no occidentales con lenguas y alfabetos muy diferentes de los euroamericanos. En particular las comunidades académicas de Asia son muy sensibles a estas características y están poniendo substanciales esfuerzos de investigación en avanzar en la Internet del audio y el video. Con ello se están creando las condiciones para una Internet de las humanidades y las artes. Una Internet de las Culturas.

### **La hipótesis de la Internet de las Culturas.**

Hay una creencia en la comunidad de investigación de Internet que todavía sostiene que son las comunidades de tecnólogos y científicos las que, como fue en el pasado, serán las que continúen en el futuro a desarrollar las aplicaciones y servicios más avanzados de Internet. Pero puede que no sea así. La plena convergencia del mundo audiovisual sobre Internet a quien va a beneficiar potencialmente en mayor medida va a ser al mundo de las ciencias sociales, las humanidades y las artes, ámbitos que



también forman parte de la comunidad académica, aunque a menudo olvidamos.

Otra creencia, está más difundida entre la Internet mas comercial, cree que la convergencia del mundo audiovisual y la Internet será promovida por el sector del entertainment o del ocio. Sería Hollywood o el cinema comercial o las televisiones, o la industria de los juegos las que favorecerían dicha convergencia. En realidad, estas industrias ven la intromisión de Internet en el mundo audiovisual más como una amenaza que como una oportunidad. En realidad las aplicaciones mas innovadoras en la convergencia del audiovisual y la Internet están siendo desarrolladas por una convergencia de artistas e ingenieros de red como se puede ver en las reuniones de Internet2. En 1999, en Seattle, Research Channel, [www.researchchannel.org](http://www.researchchannel.org) , mostró por primera vez en la Universidad de Washington una transmisión en HDTV sobre Internet2 a 270 mbps ante un auditorio de investigadores pasmados por la calidad de la imagen y la transmisión.

En el año 2001, el proyecto i2CAT mostro por primera vez una transmisión en HDTV de la Opera La Travista desde El Liceo de Barcelona a una sala de cine en Barcelona, con un efecto similar [http://www.i2cat.net/i2cat/servlet/I2CAT.MainServlet?seccio=8\\_18](http://www.i2cat.net/i2cat/servlet/I2CAT.MainServlet?seccio=8_18).

Pero lo más interesante es que la calidad de las imágenes fue un resultado de los exigentes requerimientos que los técnicos de El Liceo impusieron para permitir la transmisión. Esto es, no eran una comunidad de científicos sino de profesionales de la opera los que provocaban un salto adelante en la tecnología de Internet. La creatividad artística y sus estándares de calidad visual provocaban innovación tecnológica.

**Por Internet de las Culturas entendemos la emergencia de esta nueva Internet promovida desde el campo de las humanidades y las artes, desde la investigación sobre las nuevas formas de culturales en la era digital. [2]**

La colaboración entre informáticos y artistas no es un hecho nuevo [3]. Desde el surgimiento de los primeros ordenadores con capacidad de procesar imágenes, se ha producido una colaboración creciente. El MediaLab en los 80s abrió la era multimedia que permitió la integración de gráficos generados por ordenador con el mundo audiovisual. Con todo estas formas quedaban sin posibilidad de distribución masiva al carecer de redes como Internet. La primera generación Internet ha permitido ya una distribución masiva de producciones audiovisuales (BitTorrent, redes P2P). Pero en lo que estamos ahora es ante la irrupción de un sistema de creación artística a escala planetaria y local al mismo tiempo, que se desarrolla sobre unas redes en banda ancha que permiten la transmisión e intercambio de todo tipo de imágenes y sonidos.

Manuel Castells en su monumental obra la Sociedad Red [4] parte de la hipótesis que dicha sociedad se mantiene en la dialéctica entre la Red y el Yo, entre las nuevas tecnologías y la identidad cultural. Daniel Bell [5] ya había utilizado este esquema dual en el análisis de la sociedad postindustrial y su contradicción con la cultura hedonista que la propia sociedad moderna generaba. Entre tecnología y cultura parece no ser posible la conciliación.

La hipótesis de la Internet de las Culturas parte de otra visión. En lugar de oponer y separar tecnología y cultura, considera que las

tecnologías son un tipo de cultura en si misma, dado que son un tipo de conocimiento organizado. Lo que ahora tenemos delante es una tecnología nueva, las tecnologías de información y comunicación, y por tanto un tipo de cultura particular, que hemos denominado inicialmente, siguiendo a Herbert Simon, culturas de diseño[6]. Su finalidad sería convertir el mundo que conocemos en un mundo artificial o un mundo de diseño [7]

Pero esta nueva tecnología tiene una característica que la diferencia de las hasta ahora conocidas, manipula mecánicamente símbolos e informaciones. Puede automatizar dichos procedimientos y acelerar su cambio. Por tanto, además de ser una cultura en si misma, se puede aplicar también al procesamiento simbólico del resto de culturas. Internet es a la vez una nueva cultura y una herramientas del resto de culturas. Es una tecnología de información y comunicación cultural. Por lo tanto, la Sociedad de la Información y la Comunicación sería ante todo **una Sociedad de Información y Comunicación entre Culturas.**<sup>1</sup> Pero para ello, para llegar a extender esta tecnología cultural al conjunto de seres humanos, los tecnólogos han de entender como funcionan las culturas. De

---

<sup>1</sup> El carácter de tecnología transversal emparenta a las TIC con el resto de lenguajes humanos, tanto naturales (lenguas) como formales (lógica y matemática). Este aspecto ya fue detectado por George Forsythe [8], fundador de uno de los primeros Departamentos de Computer Science, el de Stanford University.. Pero el lenguaje TIC a diferencia de estos, que se han aplicado a nombrar cosas (lenguajes naturales) como hace la literatura, o a analizarlas (matemática) como es propio de la ciencia, el lenguaje de las TIC permite programar, diseñar, inventar. Es el lenguaje de las nuevas tecnologías.

Por lo tanto, las TIC tienen pues un doble carácter cultural. Son la base de una cultura de diseño en si misma y en segundo lugar al aplicarse al resto de culturas tiende a convertirlas en culturas de diseño.

igual manera que no se puede hacer un programa de ordenador sin entender qué es y cómo funciona un algoritmo, no se puede hacer una Internet para todos sin entender que es una cultura y como funciona su procesamiento de símbolos; con todo lo que ello comporta de diversidad lingüística, de valores, de formas de vida y de entender el mundo.

### **La Internet de las Lenguas.**

Una de las aplicaciones que la Internet2 esta desarrollando es la denominada Voz sobre IP (VoIP) .Esta permite poner la telefonía de voz sobre Internet, con una reducción radical de precios para la comunicación oral a escala global. La generalización de dicha aplicación puede tener un efecto para la comunicación entre culturas similar al efecto que tuvo la imprenta para la socialización de la escritura. Ahora lo que se socializa es la comunicación oral global. Se abre paso a una Internet de las Lenguas, de todas las lenguas humanas.

La Internet escrita ha sido un invento principalmente de la cultura occidental que es la que se ha podido expresar con habilidad. Ello ha beneficiado también al resto de culturas escritas. No obstante, esta Internet escrita no puede llegar a todo el mundo. En primer lugar, una gran parte de la población en sociedades occidentales es analfabeta funcional. Sabe leer y escribir pero no usa estas habilidades más que raramente.

En segundo lugar, existe una gran proporción de culturas humanas ágrafas. Su lenguaje no tiene escritura. Solo una Internet de la Voz y la Imagen puede abrir el mundo de las nuevas tecnologías al conjunto de culturas humanas conocidas. Estamos hablando de más de 5.000 lenguajes humanos dispersos en los cinco continentes [9].

El abaratamiento radical de los costos de las comunicaciones orales a través de una red global puede permitir que una abuela wixaritari en San Miguel de Huaxtita (Sierra Madre Oriental-México) se comunique con su hijo que está trabajando de emigrante en Guadalajara o Nueva York. O que maestros de inglés en Europa tutorizen a estudiantes koreanos en Gwangjun a través del Skype. O que estudiantes de Ohio aprendan catalán mediante videoconferencia con voluntarios por la lengua en Barcelona.

Esta Internet de las Lenguas puede acelerar la salvaguarda de las lenguas minoritarias, en vías de desaparición en todo el mundo, como constatan los estudios de la UNESCO sobre el tema. La diversidad cultural comienza por la diversidad lingüística. Y ahora tenemos una red que permite su conservación y promoción.

### **La Internet de las Artes**

Pero las culturas no se reducen a las lenguas orales. Las reuniones de Internet2 han venido finalizando con una demostración artística. Por primera vez, el mundo de las artes entraba en reuniones hasta ahora reducidas a ingenieros y ciencias duras. En estas hemos apreciado una enorme variedad de lenguajes corporales (danza, teatro,...) musicales, gestuales,) que ahora son captados y comunicados a través de Internet. Las denominadas artes escénicas, como en el caso de la opera La Traviata, eran las principales beneficiarias de esta Internet en banda ancha. Al ser una red, la transmisión de una performance se hacia en tiempo real a otra parte del mundo donde se percibía con calidad de cine digital.

Internet a diferencia del cinema es un medio que permite la intercomunicación en tiempo real entre el publico y el autor. No es una

comunicación en vivo dado que existe una red informática en medio, pero si que es una comunicación en directo, “live”, no enlatada como en el caso del cinema. Al mismo tiempo se puede transmitir el realismo del cinema al poder ser interpretada la obra en un escenario natural o artificial, como se desee. La transmisión de La Traviata permitió ver una performance que parecía cinema pero era en directo, al mismo tiempo parecía teatro pero los actores no estaban en el auditorio sino a kilómetros de distancia. No sabemos todavía como denominar lo que vimos pero era algo nuevo y tenia calidad artística.

### **Investigación tecnológica y creación artística.**

La Internet de las culturas nos lleva a un segundo descubrimiento interesante. Existe una confluencia entre la investigación tecnológica y la creatividad artística. El proyecto Opera Oberta ha mostrado que la Internet avanzada no solo es un campo de investigación tecnológico o científico, sino también artístico. Las artes empiezan a realizar “investigación” también con nuevas tecnologías. Ello abre un campo nuevo de trabajo para las instituciones académicas de formación en artes y humanidades que pueden ser las grandes beneficiarias de esta nueva Internet. Si se incorporan a la I+D...

El enfoque de Internet de las Culturas nos esta permitiendo descubrir los diferentes esfuerzos internacionales por extender el campo de la I+D al terreno de las artes y las humanidades, tradicionalmente marginales en la comunidad de Ciencia y Tecnologia. Los términos Digital Arts, digital music, digital cinema, vienen a confirmar el creciente interés de los departamentos de Arte y la comunidad de artistas profesionales en las

tecnologías digitales. Y viceversa. De la misma forma que la informática ha producido la bioinformática, disciplina ya reconocida después de su innegable aportación al programa del Genoma Humano, las TIC aplicadas a las humanidades y las artes están produciendo nuevas disciplinas que finalmente serán reconocidas por el mundo académico.

El carácter de tecnologías de diseño de las TIC se adapta muy bien a dicho campo, y en particular la integración de voz e imagen de alta calidad en la Internet avanzada ofrece posibilidades enormes de renovación de los lenguajes artísticos de todo tipo. Pero en segundo lugar, una Internet de las Artes permite imaginar el impacto que puede tener Internet para aquellos pueblos y culturas no occidentales, basadas en dichos lenguajes simbólicos. La integración de la voz y la imagen en la segunda generación Internet puede ser la puerta de entrada en la era digital de las culturas no occidentales basadas en formas cognitivas mitopoieticas, con una rica base de conocimientos artísticos y la mayor diversidad de lenguajes naturales.

Países con una gran expresividad oral, audiovisual, plástica, países con una profunda humanidad y calidez en sus relaciones sociales, y al mismo tiempo con comunidades de investigación tecnológica, pueden tener ahora una oportunidad clara de jugar un papel clave en la nueva era digital. Han de ser países que habiendo asimilado la primera generación Internet estén dispuestos a contribuir de forma innovadora en la siguiente. Estamos hablando de culturas no occidentales, que hablan la mayoría de las 5.000 lenguas humanas existentes, ágrafas muchas de ellas, que viven mayoritariamente mas allá de las grandes metrópolis, en ciudades medias y pequeñas y en áreas rurales y de montaña, basadas en “conocimientos locales” [10], y donde el hablar con los familiares y amigos o realizar

alguna actividad lúdico artística todavía constituye una parte substancial de su cotidianeidad. Algo tiene que ver este segmento de población con ese 90% de la población restante de la especie que llamamos sapiens y que todavía no esta en Internet.

En las próximas décadas, la Europa Mediterránea y del Sur, la del Este, Rusia, China, India, Latinoamérica (Brasil, México,...), el mundo árabe, finalmente África, pueden irse incorporando a la Internet y pueden erigirse en actores claves en las nuevas generaciones TIC. ¿Serán estas poblaciones las que mas se pueden beneficiar de esta Internet de las Lenguas y Culturas?

### **Una plataforma para la Internet de las Culturas**

La iniciativa de esta Internet de las Lenguas puede ser una propuesta interesante de los países del Sur de Europa al resto de la Unión europea. Si los países nórdicos han liderado hasta ahora la Internet tecnológica y científica, por qué los del Sur no podemos hacer lo mismo con la nueva Internet mas humanística y diversa? Es hora de comenzar a pensar en la creación de una plataforma para las e-Artes o las e-Culturas tanto local como global. Esta plataforma tendría que contener algunas especificaciones técnicas adaptadas a las demandas de esa comunidad de artistas y expertos en humanidades dispuestos a ensayar nuevas formas de arte y comunicación cultural. No seria tanto una especie de Laboratorio virtual sino de Estudio virtual distribuido con las siguiente características:

- Transmisión de imágenes en HDTV con calidad estudio.
- Sistemas de videoconferencia o multiconferencia de calidad.



- Sonido con calidad estereofónico.
- Integración de escenarios tanto reales como virtuales.
- Servicios multilingües.
- Fusión de imágenes de video con imágenes sintéticas en 2D y 3D.

...

### **Fases en la evolución de la Internet de las Culturas.**

Esta Internet de las Culturas se puede desarrollar en dos etapas a lo largo de los próximos años o décadas:

1. Una primera basada el descubrimiento de Internet por parte del conjunto de culturas del planeta que comporta inundar Internet con los contenidos de cada cultura. En esta etapa, eventos similares a forums de las culturas pueden popularizar el conocimiento de estas, sus lenguas, costumbres, etc.
2. En una segunda etapa, comenzaría un creciente intercambio y préstamos entre dichas culturas a una escala antes desconocida. Ese intercambio puede permitir a continuación una tercera etapa mas centrada en el diseño.
3. Tercera etapa centrada en proyectos de diseño e invención de formas culturales nuevas. Desgraciadamente esta etapa puede a su vez provocar procesos de aculturación de unas dimensiones nunca antes vistos, que se han de prevenir cuidadosamente.

Estamos entrando en una etapa en la historia humana donde nuevas tecnologías de información ya directamente culturales pueden

permitir un tratamiento tecnológico de las propias culturas humanas. A cambio, se ha de considerar a dichas tecnologías como elementos culturales y por tanto diseñados por la propia especie humana que ha de ser responsable de su evolución.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- [1] Barry M. Leiner , Vinton G. Cerf , David D. Clark, Robert E. Kahn, Leonard Kleinrock, Daniel C. Lynch, Jon Postel, Lawrence G. Roberts, Stephen Wolff. *A Brief History of the Internet, version 3.32 Last revised 10 Dec 2003*. Internet Society. Reston . Virginia.
- [2] Serra, Artur, “Internet of Cultures”. Presentation at the Digital Heritage Exchange. Korea, Sept 7<sup>th</sup>, 2004. Barcelona. Fundacio i2CAT. [www.i2cat.net/i2cat/ImgsPortal/FitxerContingut392.ppt](http://www.i2cat.net/i2cat/ImgsPortal/FitxerContingut392.ppt)
- [3] Randall Packer and Ken Jordan. 2000 “Multimedia: From Wagner to Virtual Reality”. ArtMuseum.net with our partner in print, W.W. Norton & Co. <http://www.artmuseum.net/w2vr/project.htm>
- [4] Castells, Manuel. La Sociedad Red, La Era de la Información, Volúmen 1, 1996. Madrid. Alianza Editorial
- [5] Bell, Daniel. Las contradicciones culturales del capitalismo. 1977. Madrid. Alianza Editorial.
- [6] Serra, Artur. CMU, An American Computer University, 1992. Proceedings of the 92<sup>th</sup> Congress of the American Anthropological Association. San Francisco. <http://people.ac.upc.edu/artur/AAA92.html>
- [7] Simon, Herbert. The Sciences of the Artificial, 1981. MIT Press. Boston.
- [8] Forsythe, George. “A University's Educational Program in Computer Science.” Communications of the ACM. Volume 10 , Issue 1 (January 1967) Pages: 3 – 11. Year of Publication: 1967 <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=363038>
- [9] Siguan, Miguel. (dir.) Estudio de las Lenguas del Mundo, UNESCO, <http://www.amarauna-languages.com/orokorra/txostena.php?hizk=es&ireki=txostena> 1997. *Munduko hizkuntzen AMARAUNA / Red de Lenguas AMARAUNA* UNESCO ETXEA, Alameda Urquijo, 60 princ. Dch., 48011 Bilbao
- [10] Geertz, Clifford. Local Knowledge. Basic Books . Due/Published February 1985, 256 pages, paper. ISBN 0465041620



**THE NORTHSIDE FOLKLORE PROJECT. A  
CASE STUDY IN APPLIED SOCIAL ETHNOLOGY**

**Dra. Marie-Annick Desplanques**

Department of Folklore and Ethnology

University College Cork

Irlanda



There have been significant developments in the research programme in Folklore and Ethnology at University College Cork (UCC) since 1995: the creation of a Folklore and Ethnology Archive, that year and the Northside Folklore Project in 1996. Based on the positive response to both initiatives, expansion and integration resulted in the creation, in 2000, of a Multimedia Centre for Urban and Regional Ethnology with an academic branch on campus and a field station on the Northside of Cork city. This was made possible with funding from the Higher Education Authority, through *Documents of Ireland* a humanities and social sciences research data base incorporating Archaeology, History, Geography, Classics, English and Folklore and Ethnology sources and perspectives.

The importance of *Documents of Ireland* for the then newly created Folklore and Ethnology Department, an enhancement from its previous status as a branch of the History department at UCC, expanded the applied and social dimension of Folklore and Ethnology by bringing international visibility to the activities and productions of the Northside Folklore Project as a living community archive in an urban context<sup>2</sup>.

The Northside Folklore Project – the first of its kind in Ireland – simultaneously promotes academic research and community development. By creating an important educational and cultural resource while providing community-based employment, it brings a social and economic dimension into its cultural framework. Thus the Project through its perspectives and methodologies operates within the discipline of Folklore and Ethnology at

---

<sup>2</sup> Documents of Ireland (DOI), HEA funded programme 2000-2003. Consult the following websites: [www.ucc.ie/folklore](http://www.ucc.ie/folklore); <http://minerva.ucc.ie:6336/index.html>

UCC, whose academic ethos incorporates in a balanced equilibrium, a ‘humanities’ dimension through a ‘social science’ perspective.

Urban culture as field worthy of academic perspective is a relatively new concept in Ireland.<sup>3</sup> Until recently scholarly attention to cultural domains, be it from a geographical, sociological, anthropological viewpoint and inevitably in folklore, had concentrated on the rural environment. The country’s geography, the position of its urban and economic and industrial loci combined with its historical heritage in terms of its colonial past and subsequent political implications have had much bearing on the perspectives and choices of a distinctively Irish cultural and academic discourse. Consideration and appreciation of the importance of the Irish language as a vehicle, in visible danger of being demoted to becoming a passive repository of static repertoires expressive of consequently dying cultural references and values, had directed emphasis to these areas where the language still had an active status encouraged by socio-political policies to salvage its communal practice. Thus, the remoteness of the Western rural environment less prone to phenomena of acculturation favoured the formalisation of the *gaeltacht*, Irish speaking districts which ultimately became a somewhat tangible referent to linguistic and cultural expression of national identity even though this occurred in a context of necessary preservation.

Although the urban environment as a macro social context inherently facilitates cultural expression, production and their dynamics, the nature of

---

<sup>3</sup> See: Chris Curtin, Hastings Donnan and Thomas M. Wilson, “Anthropology and Irish Urban Settings” in *Irish Urban Cultures* Curtin, Chris, Hastings Donnan and Thomas M. Wilson eds. (Belfast: Institute of Irish Studies, 1993) 1-21.



these dynamics appear much more complex than those emerging from the perceived micro contexts of the possibly more definable boundaries of rural communities. The trend to avoid these complex contexts has been characteristic of anthropological and folklore studies worldwide. An international comparative history of folklore scholarship would point to the theoretical premises, which, justified the focus on culturally and linguistically rather undisturbed rural contexts.<sup>4</sup> This would happen with all the implied consequences on the modified usages of language and the potential decline of performance contexts in which traditional repertoires occurred. Yet although folklore and anthropological scholarship in other parts of the world, particularly in the United States, incorporated the urban sector as a field of inquiry in its own sake from much earlier on, the fact remains, that, given the socio-political history of Ireland and the geographical distribution of its population systematic attention to urban contexts was not significant until the latter part of the twentieth century.

It was not until 1993 that the first collection of essays focusing on anthropological perspectives of the Irish urban environment was published in Belfast.<sup>5</sup> In their introduction to this collection of essays entitled *Irish Urban Cultures*, the editors Chris Curtin, Donnan Hastings and Thomas Wilson point to a number of seemingly disparate although nevertheless important analytical studies, dealing with various aspects of cultural dynamics and from various perspectives.

---

<sup>4</sup> See: Diarmuid Ó Giolláin, *Locating Irish Folklore Tradition, Modernity, Identity* (Cork: CUP, 2000) 44-54.

<sup>5</sup> *Irish Urban Cultures* Curtin, Chris, Hastings Donnan and Thomas M. Wilson eds. (Belfast: Institute of Irish Studies, 1993)

## **Folklore and Ethnology at University College Cork**

The use of ethnography as a theoretical framework and method of inquiry is very much apparent in the above-mentioned collection of essays. Its publication was timely in terms of the emerging changes in research and curriculum in Folklore at University College Cork. The name until then, had been *Béaloideas /Folklore* referring to the Irish academic tradition of Folklore with focus on the study of generic repertoires essentially issued from rural contexts of performance. Although as mentioned by Seán Ó Súilleabháin in *The Handbook of Irish Folklore*: “folklore can also be collected through the English language and occasionally found in urban settings as remnants of its rural origins”.<sup>6</sup> This somehow eclipsed the notion of urban folklore in its organic dimension and although it had informed international perspectives for several decades, academics in Ireland followed suit in their approaches and discourses within the context of taught curricula and particularly that of research seminars in Folklore at UCC.<sup>7</sup> *Béaloideas / Folklore* had incorporated *An Léann Dúchais*, a multidisciplinary subject perceived as a more comprehensive version of its Folklore equivalent and taught through Irish.<sup>8</sup> Folklore taught through English only started as a second year option in 1989 did not have the same academic value.<sup>9</sup>

The research interests and the academic backgrounds of the two lecturers in the *Béaloideas / Folklore* section at the time, Gearóid Ó

---

<sup>6</sup> Ó Súilleabháin, Seán, *A Handbook of Irish Folklore*. Dublin 1942. reprint Detroit: 1970.

<sup>7</sup> See: Richard Dorson, "Is There a Folk in the City?" in his *Folklore: Selected Essays*, Indiana University Press: Bloomington, 1972, pp. 34-79

<sup>8</sup> *An Léann Duchais* is translated in the UCC book of modules as “Irish Cultural Studies”

<sup>9</sup> "First year" folklore was introduced in 2000 as part of the "Evening Arts" degree. It is expected to be introduced as a regular "day" programme in 2005.

CruaIaoich, the founder of the section, and Diarmuid Ó Giolláin combined Folklore, Ethnology and Anthropology perspectives. Both however were concerned with establishing a distinction between the academic emphases of Folklore and An Léann Duchais by orienting the research agenda in different directions. Moreover both scholars had many international contacts in the areas of Ethnology in North America and Europe and particularly in Scandinavia. The combination of all these factors led to dynamic debate during research seminars. Occasional visiting scholars from Scandinavia and North America reinforced the already existing view that an ethnological perspective should be further implemented in the research approach.

Another contribution to the growing significance of Folklore and Ethnology at UCC was the implementation in 1989 of an interdisciplinary Heritage Management postgraduate programme with Folklore as one of the contributing disciplines.<sup>10</sup> The applied dimension of this new academic programme further enhanced the theoretical debate on the uses of ethnographic research.

### **Urban Ethnology at University College Cork**

To place the above within a context of seminar research debates on applied methodologies and technologies at a local level it is evident that the use of ethnography has relevance for research in urban contexts. At a pragmatic level this implies collecting material pertaining to the folklore and popular culture of communities whose boundaries are formed and perceived to determine their dynamic roles and functions in a complex

---

<sup>10</sup> See: Neil Buttimer, "Diploma in Heritage Management" in S. Browne (ed) *Heritage and Tourism*, the second conference on the Development of Heritage Attractions in Ireland, 28-29 January 1992 (Dublin), Session 6, pp1-6.

society. The academic perspective, beyond documenting these communal cultural repertoires, active and passive, aims to create an analytical and theoretical discourse, which may eventually inform cultural, social and economic policy.

It was in this context of expansion and change the Northside Folklore Project was established. I came as a visiting scholar to UCC in 1991 after receiving a postdoctoral scholarship from the Institute of Social and Economic Research from Memorial University of Newfoundland. During that time I participated in the Folklore research seminars at UCC and offered contributing ideas and expertise on archiving and fieldwork. I had acquired such expertise from working at the Memorial University of Newfoundland Folklore and Language Archive for several years. I also had conducted extensive ethnographic fieldwork in Newfoundland on a variety of different projects, each having their own set of ethical dimensions. As a result, I had gained much knowledge in terms of archival cataloguing systems, the practicing, the technologies and the ethics of ethnography. My contributions to the research seminars in Cork added these perspectives to the debate specifically on the applied dimension of ethnography.

In 1992, Hannu.Pekka Huttunen from the department of Folkloristics and Comparative Religion at the University of Turku had been invited by Diarmuid Ó Giolláin who had conducted research in Finland. H.P. Huttunen's contributions to the UCC folklore research seminars focused on innovative ethnographic fieldwork with ethnic communities in urban settings. According to H.P. Huttunen this was a departure from the traditionally rural research fields in Finland.

It was as a result of these contributions to the seminars, that a first collective urban ethnography project was initiated in Ballymachthomas on the Northside of Cork city.<sup>11</sup> Ballymachthomas has locally definable boundaries as a neighbourhood with a clear occupational heritage as a cattle market with social, economic and cultural parameters. The ethnographic approach began from an outsider perspective, involving a mixed group of students and academics, based on the Southside of the divided city of Cork, making contact and discovering this local Northside community. However, this initial outsider approach soon grew into a dual insider-outsider one with the involvement of Mary Johnson, a Heritage Management mature student who also worked with a local oral history group sponsored by the minister of employment to combat poverty on the Northside.

The possibility of combining forces to bring an insider perspective to this pilot project was explored and a situation developed where I was hired by the Knocknaheeny Hollyhill oral history group to give a folklore methodology workshops. This gave insight into the insider perspective on documenting the cultural environment. It also provided the possibility to integrate both academic and community perspectives and provided a balance to the research where the notion of reciprocity was pragmatically implemented.<sup>12</sup> Two members of the Knocknaheeny Hollyhill oral history group joined the seminars at the university and participated in the design and the conducting of the pilot ethnographic research project in

---

<sup>11</sup> Cork city is geographically divided into three sections by the river Lee which splits into two channels creating an island in the centre of the city. The Northside and the Southside of this island have distinct social economic and cultural identities.

<sup>12</sup> For additional discussion on this issue see Barbara Kirshenblatt-Gimblet "Mistaken Dichotomies" *Journal of American Folklore* 101 (400), pp. 140-55.

BallymacThomas. As a result of this pilot project rapid developments towards the implementation of the Northside Folklore Project took place.

### **The Northside Folklore Project**

#### **Aims and Objectives**

In 1995, once the UCC Folklore and Ethnology Archive had been successfully implemented, the now Centre for Folklore and Ethnology was in a position to carry out a substantial project and city-based research archive. Gearóid Ó Cruaíoch and I, as the newly appointed research coordinator / archive manager applied for University funding.<sup>13</sup>

The theoretical premises, which inform the establishment of the project, situate themselves within a general ethnographic-anthropological horizon to emphasise the processes of popular cultural production, transformation and transmission. The notion of a local cultural identity that is the creation - not of some static 'tradition' - but of a group's continually changing self-representation in symbolic, behavioural and material forms rests at the heart of the project. The research objectives seek to investigate the ways in which Northside identity and collective self-image are constructed, contested, defended, renewed and transmitted within a cultural process that itself dynamically reflects people's actual experience of social and cultural life.

Considering the socio-economic realities of the Northside of Cork city, we argued that: "the state and the academic world too often relate to

---

<sup>13</sup> In 1995 an application to the UCC "Presidential fund" was prepared by Gearóid Ó Cruaíoch and Marie-Annick Desplanques with contributions from Diarmuid Ó Giolláin and Síle de Cléir.

disadvantaged areas through their problems - through their divergence from a putative national norm. Such areas would otherwise be invisible. Disadvantaged urban working-class districts are furthest removed from the dominant culture of the state, having provided neither the symbolic national language, the romantic landscape, or, the bucolic values which at least helped to integrate equivalent rural areas"<sup>14</sup>. Being mostly of recent origin these urban districts have a less sure sense of identity, and even if they develop definite territorial configurations the basic paradigm of identity is class.

We argued that communities like the Northside "cannot be understood and appreciated only by investigating them on the interface with mainstream (bourgeois) society, the preserve of social workers and the police, where dysfunction becomes a criterion of their culture"<sup>15</sup>. One must therefore investigate the cultural process within the community, how it represents itself to itself and to outsiders, how members of the community interact with each other and with the wider society.

As inferred above the insider's perspective is all-important, even if it is engaged in an implicit dialogue with the outsider's. Hence we proposed to "document the community's verbal folklore (its stories, songs, jokes), its rituals (birth, marriage, death, 'women's night out'), its sporting life (drag-hunting, hurling, soccer) and other recreations (bingo, visiting public houses), as well as music (bands, musical nights in pubs), its material culture (styles of dress and home decoration), its religious life, and so

---

<sup>14</sup> See: Desplanques and Ó Cruaíoch, *op.cit.*

<sup>15</sup> *Ibid.*

forth".<sup>16</sup> The Northside Folklore Project was to and does collect information as the testimony of the community through which one can unravel "its priorities, its expectations, its disappointments, its pride in itself, its sense of inferiority, its identity".<sup>17</sup> The primary data collected through a combination of ethnographic methods and audio and visual recording technologies does enable the community to speak for itself.

In accordance with ethical principles, we were very conscious of the need to integrate the community perspective with our academic objectives.<sup>18</sup>

### **Exploration**

In 1995, meetings were held with representatives of various organisations. The range of interests of these community groups extended from historical and cultural heritage to social, political and economic concerns. At the initial meeting thirty groups were represented. To establish a successful and long-term project our aims had to be presented and discussed in the public sphere. Initial response was cautiously positive. After all, we were a group of academics, belonging to a privileged social class, even though some of us did have working class backgrounds. The issue of trust in the legitimacy of our goals but also our ability to comprehend and Northside culture came very much to the fore.

The possibilities of establishing a project to take on a significant research input from the community were explored. Issues similar to those of

---

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Additional reference to ethical issues as they apply to fieldwork in Folklore and to the Northside Folklore Project in particular, can be found in the following: Marie-Annick Desplanques, "Folklore and Ethics." *The Heritage of Ireland*. Eds: Neil Buttimer, Helen Guerin, Colin Rynne. (Cork: Collins Press, 2000) 178-187;



the UNESCO process for the safeguarding of folklore above were debated.<sup>19</sup> Questions of control over the collection, preservation and dissemination of the material were discussed.

This translated into:

- Evaluating the insider/outsider relationship in training non-academic collectors to gather Northside folklore and popular culture and oral history material.
- Establishing the roles and functions of a folklore archive and developing a policy agreeable to all.
- Ensuring that the material collected would be made available at an appropriate location and disseminated in suitable formats.

Eventually sufficient common ground was established between the University and representatives of the Northside community. The project could take on more visibility and status in the community, hence more credibility all around.

After a few meetings a core of representatives from organisations with specific historical and cultural interests remained. In the summer of 1995, a series of field research workshops was organised by the Centre for Folklore and Ethnology at UCC for representatives of the Knocknaheeny Oral History

---

<sup>19</sup> See: Lauri Honko, 'Possibilities of international cooperation and regulation in the safeguarding of folklore' *Nordic Institute of Folklore Newsletter* 15:1 (1987) 4 -21. and Lauri Honko, 'The final text of the recommendation for the safeguarding of folklore' *Nordic Institute of Folklore Newsletter* 17:2-3 (1989), 3 -12.

Group, the Blackpool Historical Society, The Mayfield History Group and the Cork city Partnership<sup>20</sup>.

### **Implementation**

A steering committee comprising an equal number of UCC and community group representatives was put into place. To set up a viable project for the community, a volunteer basis for researchers and fieldworkers would not be sufficiently reliable and financial remuneration had to be taken into account. One of the primary tasks was to explore the setting up a Community Employment Scheme and to establish an initial training programme and research agenda for what had now become the Northside Folklore Project. The Project also intended to facilitate student research by establishing field contacts.

In the spring of 1996 a Community Employment Scheme was endorsed by FÁS (Foras Áiseanna Saothair / Training and Employment Authority). Contacts between Barry McCarthy, chairperson of the Northside Folklore Project Steering Committee, and Noreen Hegarty, manager of Northside Community Enterprises enabled the scheme to be co-sponsored by NCE, who provided part of the equipment required and a base. In August 1996 candidates were interviewed for the positions of coordinators and researchers. The scheme was allotted 10 part-time researchers on a one year contract. Dónal Sugrue, who had an academic background in Folklore became the Project coordinator. Training was provided by UCC staff.

---

<sup>20</sup> It is interesting to note that the “Mayfield History Group” subsequently renamed itself “Mayfield History and Folklore Group”

## **The Uses of Information Technology at the Northside Folklore Project Background**

Information Technology (IT) was initially used at NFP in one of its most basic forms, word processing. This included, creating cross referencing, but not linking files of an archival cataloguing system and typing transcripts of ethnographic interviews.<sup>21</sup> Researchers at the project had for the most part little or no knowledge of IT; the Community Employment Scheme provided training leading to the ECDL and computers soon became familiar tools.<sup>22</sup> The Project also had access to the internet and soon everyone became aware of the potentials offered by data bases and the web. Researchers' computer skills developed and the collection of photographs and tape-recorded interviews was growing fast. Despite limited equipment budgets and resources, the project acquired a scanner and by 1998, the second issue of its publication *The Archive* was produced "in house" using Microsoft publisher<sup>23</sup>. This posed a problem when trying to find a printing company who would use the same programme and PC technology instead of their professional standard Quark Express for Macintosh computers. However, "the Northside community is supportive of its own when it comes to promoting its culture", as we were told by the friendly printers who accepted our home produced "non standard" transparencies to print a thousand copies of *The Archive*. The project later acquired a "demoted" Mac computer from UCC and the printers came to the

---

<sup>21</sup> The archive cataloguing system was established along the same lines as that of the Memorial University of Newfoundland Folklore and Language Archive. The same structure is used at the University College Cork Folklore and Ethnology Archive.

<sup>22</sup> ECDL: European Computer Driving Licence.

<sup>23</sup> *The Archive, Journal of the Northside Folklore Project*. issue 2, 1998.

Project to teach one of the researchers how to use Quark Express. From an economic perspective, the printers were eager to get our business and they did. In this small way the local business was supporting the Project and vice versa; a contemporary version of the barter system or an aspect of the socio-cultural economy.

### **The Website**

In 1997, Donal Sugrue, had created a “first generation” website using vertical text and pictures separated by headers and horizontal lines. In 1998, the Project’s team of researchers included a computer science graduate. Towards the end of the 1990s, it had become difficult for these graduates to find employment in Ireland. As a result Community Employment Schemes benefited from their expertise. Timmy McCarthy joined the Project for a period of six months. The Project was able to accommodate both his computer skills, from a practical perspective and his interest in traditional music as an asset for the research agenda. Thanks to Timmy, the Project saw its first database.

In 1999, contact was made between the Project and the Multimedia Programme in Computer Science at UCC. The director Ian Pitt was looking for field placements for his students. I asked him if the Northside Folklore Project as a multimedia archive, qualified under his criteria. I wanted a new interactive website which would feature photographs, sound and video excerpts from the Project’s archive and include an online version of its catalogue. Most importantly the website had to be user friendly and attractive. Two students, Neil Casey and Alan Forde, joined the Northside Folklore Project for a few hours a week in the first term of the year 2000. To

produce the new multimedia website, they used the resources of the department of Computer Science at UCC to digitise samples of the NFP archive collection. A new website was in place with an attractive “third generation” design using typographic and visual layout principles to describe a page in two dimensions. The new website included online access to *The Archive*.

### **IT Research Developments**

Immediately following this major achievement, the Project’s visibility in terms of remote access to its publications, increased significantly and we started getting emails from Cork people living overseas with specific research requests on various topics. Increased visibility also impacted on the number of contacts with libraries, schools and historical societies outside of the city. These expanded the research interests of the Project and gave it a wider community dimension. The NFP website was listed on the “research” page of the UCC server. Not only did this increase the credibility and value of community relations at UCC but most importantly it improved the research profile of the newly created Department of Folklore and Ethnology.<sup>24</sup> Paradoxically the Irish government started cutting back on Community Employment Schemes as the so-called “Celtic Tiger” economy prospered. NFP, which had trained and employed over 40 researchers, built a impressive archival resource and had a locally much appreciated high quality free publication, was now in a precarious position. The Project’s uses of Information Technology and particularly its presence on the “web” increased outside demand on its

---

<sup>24</sup> See: [www.ucc.ie/research/nfp](http://www.ucc.ie/research/nfp)

services. Yet The Heritage Council who had financially supported an archive and a publication project as well as the work placement of several postgraduate students continued to promote the Project as a model throughout the country.<sup>25</sup>

In 2000 a funding application was made to the HEA, under the auspices of the Documents of Ireland Project (DOI), to create the Multimedia Centre for Urban and Regional Ethnology to expand the Folklore and Ethnology archive and its pilot community-based, urban ethnology field-station the NFP as centres of excellence for post-graduate training with a fundamental and applied research dimension. Links between the Department of Folklore and Ethnology at UCC, The School of Scottish Studies at the University of Edinburgh and The Folklife and Ethnology Archive at Lund University in Sweden already existed and formed a basis from which to develop international ties. DOI provided an opportunity to explore strategies and acquire digital recording and processing equipment that would contribute to the development of international standards in Information Technology within a broad and inclusive spectrum of ethnographic and archival research contexts.

The Northside Folklore Project participated as a pilot experimental structural framework, by incorporating an academic and a community perspective at various levels. Thus the cultural, social and economic

---

<sup>25</sup> See: Stephen Hunter (ed) *Life Journeys* (Cork: Northside Folklore Project, 1999) Other projects in which NFP's expertise was recommended by the Heritage Council included "**Bibliomara**": An annotated bibliography of the Cultural Heritage of the Coastal Zone in Ireland <http://cmrc.ucc.ie/pages/projects/bibliomara.htm>; Marie-Annick Desplanques, "The Folklore Heritage of Bere Island." *Bere Island Conservation Plan* (Kilkenny: The Heritage Council. 2002): 152-171.

dimension of the project were considered when decisions were made as to the logistics of implementing, using and further exploiting the potential of the new communication resources available. The initial aims as described in the document submitted to the HEA included the following:

- Enhance the potential of and facilitate access to the Northside Folklore Project, local community based field research station and community archive whose pilot, multi-media collection cataloguing system was being integrated into a database and being developed as an international model of an Ethnology Archive or any other archives of related primary sources.
- Digitize the textual analytical holdings and audio-visual material of the Folklore and Ethnology Archive at University College Cork.

Being participant in the Documents of Ireland Project was the first major opportunity for the NFP to take a significant step towards the potential uses of Information Technology in academic and community contexts. Thus the aims were dual and in line with the objectives of the Folklore and Ethnology as an academic discipline with a strong dependency on the communities from which the primary ethnographic material originally came from. For UCC, the Documents of Ireland Project meant the enhancement of its field research programme by creating an on-site digitised multimedia facility for cultural research. Research in archival practice continued towards the elaboration of integrated indexing and cataloguing systems. For the community it created a structure allowing for meeting demands for academic expertise provided in community-based contexts by way of consultancy, educational workshops and public seminars.

It was expected that the project digitise its holdings and published material issued from its own resources in multimedia format as well as software applicable to other similar projects.<sup>26</sup>

In practical terms, such ambitions required extensive time and the process leading to the initial online multimedia and interdisciplinary database took over three years. It involved exploring what the most convenient technologies could offer. The funding was restricted and strategies had to be employed to carry out the multiples tasks and bring the whole data in their diversity of formats and contents into a coherent framework. Resources and expertise were shared between the nine components of the Documents of Ireland Project. The Northside Folklore Project had the advantage of ten part-time community researchers three on a full time contract under the government sponsored “Job Initiative” programme. All had been trained in ethnographical research and archival practice including IT. The bases were there for a major digitising enterprise. The archive contained over 6000 photographs, 500 hours of tape-recorded material and about 100 hours of video footage. These recordings had been transcribed. Files were kept in hard and computerised format.

The Sound and Photograph indexes of the NFP archive and of the UCC Folklore and Ethnology Archive were converted into XML as were the other DOI data and uploaded onto a server. A postgraduate student undertook

---

<sup>26</sup> The video *A Night at Bingo* (NFP, 2001) which won a Community Media Network Award was produced using DV technology. Also see: [www.ucc.ie/folklore/newfoundland](http://www.ucc.ie/folklore/newfoundland) : Marie-Annick Desplanques developed software to produce an online database of Excerpts from Memorial University of Newfoundland Folklore and Language Archive and of University College Cork Folklore and Ethnology Archive; this project was sponsored by the Ireland Newfoundland Partnership.



the initial task and Margaret Lantry, the overall coordinator of the DOI project produced the final interactive website. This major endeavour had much impact on the dynamics at NFP in terms of confidence building with using digital and information technologies. The new skills and technical knowledge were rapidly soaked up and each of the researchers found one if not more “niche” of specialisation. The team developed efficient ways of working successfully together to produce very satisfying results. All had been trained into scanning photographs, linking the files to the database, and creating cds. They also received further training in photo editing. It was important to include a creative element so that researchers could experience with the potentials of the technologies they were using and eventually apply these skills to the design of publication material. Researchers were also trained into digitising sound recordings transferring them from cassette format into wav files.

### **Conclusion and future outlook**

The Northside Folklore Project was initially intended as an experimental pilot project to bridge gaps between the academic world and the community while providing a field research base for urban folklore and oral history in Cork city. In its academic dimension the Northside Folklore Project from the outset, broadened the intellectual interests and increased the research output of the Historical / Anthropological domains of cultural studies at UCC through developing ethnography as a source, a methodology and a theoretical approach.

In terms of Applied Folklore, the uses of Information Technology and the digitising of NFP archive material ensured an increasingly visible presence on the Internet. This, in turn, increased the validation of NFP's

expertise as a community driven resource within, yet independently of its university context. In 2004, the Cork European Capital City of Culture committee approached the Project for input with a view to initiate a partnership. A dual faceted initiative was retained and NFP has engaged in a project entitled “Cultures of Cork” which consists in the production of six radio programmes, based on a selection of excerpts of 40 ethnographic interviews representing the growing multi ethnic and multicultural dimension of Cork city. Besides extending the scope of the Northside Folklore Project archival collection, the potentials of this project for the dissemination of its multimedia material are multiple. Digital technology is used throughout the whole process from collection to production. The final stages will be carried out in the studios of Campus Radio at UCC. Audio files excerpts will eventually be loaded on the NFP website.

The presence and visibility of NFP on the internet has also attracted the attention of a newly established publishing company in Dublin who has contacted the Project for a series of oral history publications based on its archival collection. Moreover, NFP’s expertise in Folklore and Oral History methodologies is currently being sought by Cork County Council for another Heritage Council of Ireland publication project.

One observe that the dynamics of multimedia and information technology in the context of the Northside Folklore Project can serve as a model for academic and community integrated research in Folklore and Oral History. While the cultural dimensions and potentials are clearly visible in terms of the various printed and audiovisual formats of NFP publication records, the social and economic aspects are not negligible. Over its 8 years existence the Northside Folklore Project has provided training and

employment to over 75 researchers. Most of these researchers have found employment where the computer skills acquired at the Project have been an asset. Some of these, previously "stigmatised" as long time unemployed, are now working in the cultural and heritage industry; other have enrolled in third level education. The activities and output of the Project has received local, national and international appraisal. In terms of sustainability as a community archive and an academic field research unit in Folklore and Ethnology, however, the Northside Folklore Project is still in a precarious position. Researchers' positions are dependent on FÁS and government policies on, and politics, of local community resources.

In terms of the overall structure, research agenda and activities of the Northside Folklore Project there has been a dynamic relationship between all these elements. Information Technology as a communication tool with multimedia capacities, data dissemination and remote access properties, has played a significant role in all economic social and cultural levels in the particular contexts of the interface of academia and the community. As was written in the very first internal document to the President of University College Cork in 1995 by initiating the Northside Folklore Project, UCC has strived to give the people of the Northside increased access to an understanding of the cultural process in which they themselves are engaged. This access will be an empowering element in the lives of Northsiders, in line with the generally emancipatory mission of Folklore studies and research in the contemporary world.



**NOVAS TECNOLOXÍAS E ECONOMÍA  
CULTURAL EN ESPACIOS PERIFÉRICOS.  
¿UNHA OPORTUNIDADE?**

**Dr. Carlos Ferrás Sexto**

[carlosf@usc.es](mailto:carlosf@usc.es)

Universidade de Santiago de Compostela



## 1. Introducción

O estudio dos efectos da Sociedade da Información sobre as comunidades humanas e o territorio é un tema de gran interese científico. A investigación sobre esta temática aínda é pouco frecuente a nivel de estudos de caso e/ou empíricos, tanto a escala rexional como nun nivel internacional comparativo. Sen embargo, na actualidade son relativamente frecuentes os informes técnicos das compañías de telecomunicacións referidos á difusión das Novas Tecnoloxías da Comunicación e Información sobre grandes rexións e países. Tamén existen datos estatísticos máis ou menos homoxéneos nun nivel de desagregación por estados membros da Unión Europea (Eurostat) e de membros da OCDE. Esta información máis ben técnica se complementa coas publicacións existentes de ensaios de opinión, que a modo de prospeccións cara o futuro imaxinan unha nova sociedade informacional, organizada en redes de fluxos, de natureza dixital, etc., na cal o elemento clave é o desenvolvemento da "intelixencia artificial" aplicada a calquera ámbito da vida cotiá. Con isto xorden novas actividades e conceptos como "fogar intelixente", "cibercafé", "comercio electrónico", "telebanca", "telemedicina", "Web Course Tools", xornal electrónico, cibereducación, comunidade virtual, etc. Non obstante, se botan de menos as investigacións académicas, empíricas e de caso que permitan coñecer pormenorizadamente os efectos, impactos e significados de todos os cambios e novidades sobre a sociedade e o territorio.

Desde un punto de vista académico os estudos de Manuel Castells respecto ao espazo dos fluxos e á cidade informacional a escala internacional poden ser considerados o referente ou marco teórico xeral de investigacións polo miúdo e especializadas en espazos periféricos, o cal é a

finalidade que procuramos no Grupo de Investigación Socio-Territorial da Universidade de Santiago de Compostela. A nivel de España non nos consta a existencia de grupos de investigación universitarios de orientación multidisciplinar especializados no estudio dos efectos da Sociedade da Información e da Globalización en espacios e territorios periféricos. Por relación temática cabe destacar o traballo levado a cabo na Universidade Autónoma de Madrid-IADE pola profesora P. Sánchez e o seu equipo de consultores para a Fundación Retevisión; e a actividade desenvolvida pola profesora J.M. Seguí Pons na Universidade das Illas Baleares, a cal ten publicado interesantes traballos sobre as Tecnoloxías da Información e a Comunicación en Cataluña e a posibilidade que ofrecen as redes informacionais para superar o illamento rexional. En Portugal nos consta o interés polo tema que amosa o grupo de investigación da profesora Lucília Caetano da Universidade de Coimbra que ten desenvolvido proxectos piloto en áreas rurais emprazadas na Serra da Estrela. Nun nivel internacional con enfoque centrado nos espacios centrais máis desenvolvidos de Europa e dos Estados Unidos destacan as investigacións e traballos levados a cabo por Martin Dodge no Centre for Advanced Spatial Analysis na University College London, principalmente a publicación do chamado Atlas do Ciberespacio. Tamén destacan os traballos do profesor Kellerman e a súa escola na Universidade de Nova York, profesor universitario que ademais preside a Comisión da Sociedade da Información da Unión Xeográfica Internacional que ten por principal obxectivo impulsar a investigación sobre os impactos da Sociedade da Información no espacio. Son moi interesantes as investigacións que desenvolve a Dra. E. Schulze no Berliner Institut für Sozialforschung GmbH de Alemaña, que coordinou un proxecto europeo



sobre a Sociedade da Información e o seu desenvolvemento en diversas cidades europeas contando con financiamento da European Commission.

O obxectivo da miña aportación ao presente evento sobre as “Novas Tecnoloxías e a Economía Cultural” organizado polo Idega-Universidade de Santiago é o de presentar uns breves apuntamentos reflexivos e críticos acerca dos posibles impactos da Globalización e da Sociedade da Información sobre a economía e a cultura en espazos periféricos (caso de Galicia) e como isto podería representar o xurdimento de novas posibilidades aplicadas das Novas Tecnoloxías aos eidos das ciencias sociais, das humanidades e das artes en xeral. Para isto, en primeiro lugar dende un posicionamento didáctico, intento acometer a difícil tarefa de definir os conceptos de Globalización e de Sociedade da Información, tratando de expoñer a diversidade de significados que abranguen. Con isto pretendo contribuír modestamente á difusión do significado e transcendencia dos cambios xenerados pola III Revolución Tecnolóxica que estamos vivindo neste comezo de século XXI. En segundo lugar, presento os resultados dunha reflexión sobre os impactos concretos que xenera na economía e na cultura, para o cal botei man da literatura académica especializada. A miña intención é a de por en evidencia o enorme reto que se lle presenta ás ciencias sociais respecto da definición de novos conceptos plurais e de síntese a carón do proceso imparable de continuo desenvolvemento dunha Sociedade e dunha economía baseada na produción de Información e de Coñecemento; que obrigan a afrontar de forma innovadora os contidos teóricos e metodolóxicos das ciencias económicas coas humanidades, coa cultura, co territorio, coas artes, etc.

## **2. ¿Qué son a Globalización e a Sociedade da Información?**

O concepto de Globalización posúe diferentes significados para diferentes persoas. É un concepto fundamental para entender o significado da Sociedade da Información e o desenvolvemento da III Revolución Tecnolóxica vinculada coa difusión das telecomunicacións e a computación. Existen puntos de vista contrapostos e enfrontados, pois dependendo para quen pode ser algo extraordinariamente positivo ou extraordinariamente negativo, con todo un feixe de matizacións intermedias. Co ánimo de suscitar unha visión crítica acerca do significado da Globalización ofrezco neste evento os resultados dunha tentativa de recoller as definicións máis frecuentes aparecidas en ensaios de divulgación xornalística e nos estudos e ensaios académicos de orde social e económica. Para isto procedín a facer un seguimento de varios xornais de ámbito local, nacional e internacional, e unha análise conceptual de numerosas publicacións de ambiente universitario iberoamericanas e anglosaxonas. Os resultados foron os seguintes:

2.1. A Globalización segundo os ensaios de divulgación. Encontramos dúas visións antagónicas. Para uns a Globalización é algo moi positivo para a sociedade nun nivel mundial porque facilita o progreso e o desenvolvemento e para outros, é algo moi negativo que incide no fomento das desigualdades sociais e a pobreza. Sen embargo existe acordo en que é un proceso sen volta atrás. Nos medios de comunicación son moi frecuentes definicións da Globalización como as seguintes: "O destino inevitable do mundo", "A causa da nosa desgracia", "Forma de chegar á felicidade" e "Un proceso irreversible".

2.2. A Globalización segundo a visión económica. Obsérvase a Globalización como unha posibilidade de negocio nun nivel internacional pois xera un mercado mundial. Os economistas neoliberais defenden a Globalización como unha oportunidade de desenvolvemento para todos e verquen os seus desexos e ideais de mercado no significado do concepto de Globalización, que viría a sintetizar o seu modelo de desenvolvemento a partires dun mercado global sen barreiras a escala planetaria. A visión contraria é a proposta polos economistas neomarxistas que critican abertamente os desequilibrios e desigualdades que crea a Globalización. Estes consideran que o mercado global implica maiores desigualdades entre países ricos e países pobres amais dunha fractura social crecente dentro das propias comunidades locais. Unha definición de síntese da Globalización dende o punto de vista económico podería ser a de Watson (1995) que di "*A Globalización é o aproveitamento das vantaxes comparativas a escala mundial dos diversos mercados de capital, forza de traballo, materias primas e productos semielaborados con insumos na elaboración dun produto final para a súa comercialización internacional*".

2.3 A Globalización segundo o punto de vista social. Dende o punto de vista social tamén se evidencian as diferentes interpretacións da Globalización. Estas son un verdadeiro complemento da definición económica e enriquecen moito a interpretación, en toda a súa dimensión, do concepto e do seu significado. Introduce a noción dun Mundo sen Fronteiras que conleva a oportunidade dos fluxos e intercambios de información, mercadorías, persoas, culturas, coñecementos, etc. Unha definición moi interesante e lograda é a de Méndez (1997) que di "*A Globalización é unha evolución cara un mundo sen fronteiras, que se apoia na nova tecnoloxía da*

*información e na paralela eliminación de barreiras ao comercio e ao desenvolvemento dos negocios internacionais".*

En suma, como se pode apreciar, as tres visións de divulgación, económica e social evidencian que a Globalización é un negocio e tamén unha oportunidade. É un negocio porque facilita o crecemento económico e o desenvolvemento do capitalismo ata límites impredecibles, e por isto os actores protagonistas das grandes corporacións empresariais multinacionais ven a posibilidade de facer negocios a escala mundial, aumentando o seu poder, capacidade de producir e de xerar riqueza e plusvalías en beneficio dos seus propietarios, equipos de dirección e accionistas. A oportunidade da Globalización se define tamén na concreción de maiores posibilidades para o desenvolvemento social, político e cultural. O fin das fronteiras nacionais e as novas tecnoloxías da comunicación permite o "enfrentamento cultural" e o fluxo e intercambio de persoas e información entre calquera punto do planeta. A súa incidencia nos valores, percepcións, hábitos, estilos de vida, educación, etc., nos países menos desenvolvidos e rexións periféricas pode resultar un factor de progreso e cambio de extraordinaria dimensión. A difusión de principios, comportamentos e valores democráticos e de respecto á condición humana e á natureza pode realizarse facilmente nun mundo Globalizado. Sen embargo, a Globalización entraña serios perigos pois implica o desenvolvemento do poder de empresas multinacionais por enriba dos gobernos nacionais, tamén xera a "fractura social", o aumento da pobreza daqueles que non poden competir no mercado, e tamén a homoxeneización cultural e a práctica desaparición das culturas minoritarias. Os movementos antiglobalización denuncian diante dos foros internacionais e reunións de xefes de estado e goberno, a creación dunha

"Sociedade do Capital" e reivindicán máis xustiza social e regulación da economía capitalista nun novo mundo sen fronteiras. A Globalización é aínda un concepto aberto que incentiva o debate de ideas e opinións. Non existe unha definición universalmente aceptada do que é, representa e significa a Globalización.

¿Que é a Sociedade da Información?. Por outra parte, o concepto de Sociedade da Información foi xeneralizado na década dos anos oitenta do século XX. Xurdiu no contexto de buscar explicacións ás transformacións sociais que viñan experimentándose nos países occidentais a partir dos anos cincuenta e unha vez superada a crise da post-guerra mundial. Tamén se lle denomina Sociedade Postindustrial, anque non existe acordo xeneralizado ao respecto (ver Castells, 2000). En ambos casos nos remiten á superación de procesos, estilos de vida, hábitos, cultura, economía, etc., propios das Revolucións Industriais dos séculos XIX e XX. Dende o punto de vista da economía afirmase que a nova sociedade emerxente depende do desenvolvemento dunha economía de servizos na cal a información e o coñecemento tecnolóxico son un factor de produción. Na nova sociedade é un feito diferencial a conformación da información e do coñecemento como uns produtos que se compran e se venden nos mercados ao igual que calquera produto industrial.

Masuda (1980) afirma que a Sociedade da Información favorece un estado de creatividade intelectual nos individuos e nas colectividades humanas fronte ao consumo material propio da Sociedade Industrial. Castells (2000) observa que a Era da Información crea unha nova estrutura social na que os seus procesos e funcións dominantes organizanse en redes que a súa vez constitúen unha nova morfoloxía social e operan sobre novos

procesos de produción, experiencia, poder e cultura e, pola súa parte, Giddens (1998) asocia a Sociedade da Información cunha sociedade de servizos ou do coñecemento que fai alusión á idea de que estamos apartándonos das normas do desenvolvemento industrial tradicional.

É posible identificar uns rasgos xerais da Sociedade da Información a partir das definicións existentes na literatura académica internacional. En primeiro lugar a Sociedade da Información está estreitamente relacionada co uso das tecnoloxías sofisticadas en materia de computación e telecomunicacións, produto derivado do feito de que a nova sociedade xorde no contexto da III Revolución Tecnolóxica. En segundo lugar na nova sociedade prodúcese información e son creados aniñamentos de novos empregos e actividades vinculadas á industria da información e do coñecemento, que van dende técnicos especializados en telecomunicacións, en computación e informática, persoal cualificado no manexo de programas de computación aplicados en todos os sectores e actividades económicas, ata a demanda de persoal cualificado na oferta de servizos de ocio e recreación, de seguridade, financeiros e de seguros, etc. A Sociedade da Información crea grandes bolsas de parados a través da destrución de numerosos empregos en actividades industriais tradicionais. En terceiro lugar, outro rasgo característico da nova sociedade é que concibe a información como mercadoría, poder e cultura do cal xorde unha elite social informacional capacitada para empregar grandes volumes de información e xestionar as novas organizacións sociais, económicas e políticas. E en cuarto lugar a Sociedade da Información adopta unha nova organización horizontal na cal se constitúen redes de nós que transmiten fluxos continuos de información, mensaxes e imaxes, organización que favorece a complementariedade do

traballo en grupo, as sinerxias e o desenvolvemento socioeconómico descentralizado.

A xeralización do uso de Internet favorece extraordinariamente a implantación e desenvolvemento da Sociedade da Información. Internet é unha grande rede que permite a circulación de fluxos de información entre calquera punto do planeta de forma doada e rápida. Con Internet desaparecen as resistencias espaciais e incluso as distancias que separaban comunidades e individuos á hora de establecer comunicacións e intercambios de informacións. Este feito permite afirmar que hoxe en día non é necesario desprazarse para "coñecer" ou "saber" sobre algo ou alguén e isto nos remite aos fenómenos de deslocalización e aparición de novas oportunidades para comunidades e lugares excéntricos ou periféricos. A información e o coñecemento na Sociedade Industrial concentrábase en determinados lugares, nas grandes metrópolis e capitais, e na Sociedade da Información isto xa non sucede. Incluso en determinados ambientes académicos universitarios se comeza a falar de "O Fin da Distancia" e a aparición dun novo espazo virtual-real denominado "Ciberespacio" que condiciona todos os ámbitos da vida social, cultural, económica e política de individuos, comunidades e organizacións.

Os datos do uso de Internet poñen en evidencia os perigos que entraña e dos cales aínda non existe unha conciencia social plena. Actualmente se están implantando novas formas de dominio neocolonial no Ciberespacio derivado da hexemonía cultural que exercen os Estados Unidos de América na rede. En 2002 o 70% das páxinas web estaban en inglés, 75% de todas as páxinas web eran comerciais, é dicir orientadas cara a compra-venta de produtos, e o 55% ofertaban produtos elaborados nos

Estados Unidos. Asistimos a un dominio informacional exercido pola primeira potencia económica e militar do mundo que no contexto da Globalización pode ser exercido sen barreiras nin controis dos gobernos nacionais. Con Internet ábrese un novo mundo de relacións de dependencia moi difícil de avaliar nas súas consecuencias. Outro feito importante é a profunda fractura social e territorial que xera o acceso á información a través de Internet. A chamada "Fenda Dixital" se traduce na multiplicación de comunidades e territorios perdedores ou desenganchados que quedan ao marxe do desenvolvemento económico e social. Son lugares apagados no Ciberespacio incapacitados para comunicarse ou establecer redes con outros lugares. Os datos a nivel mundial son elocuentes ao respecto, os países da OCDE que son os de maior desenvolvemento no mundo, contan co 91% de todos os usuarios de Internet, o 71% do comercio mundial de bens e servizos e tan só teñen o 19% da poboación mundial. Africa, o continente esquecido, co 23% da poboación mundial ten menos do 1% dos usuarios de Internet (Zook 1999, Lawrence e Giles 1999 e OCDE 1999).

### **3. Economía Cultural e Novas Tecnoloxías**

Son relativamente frecuentes os enfoques econométricos que tentan medir os custos e valores económicos da cultura como un ben ou produto obxecto de consumo ou intercambio. En Latinoamérica, en especial en países como Brasil, Colombia ou Arxentina, existe unha certa tradición académica e científica preocupada pola estudo da cultura como un ben económico; estudiosos como Bonet ou Herrera Mora (2001, 2002) interéñanse por definir indicadores e métodos cuantitativos que permitan medir a importancia dos bens culturais sobre a economía dos Estados nacionais; conciben a cultura como un recurso económico estratéxico que



permite atraer turistas e crea grandes bolsas de emprego. Unha publicación científica de relativa recente aparición se centra especificamente nesta visión economicista da cultura, trátase do Journal of Cultural Economics da Universidad de Akorn. Outros dos discursos, máis innovador, relativo ás relacións entre Cultura e Economía, é o que xorde nos anos noventa da man dos científicos sociais con preocupacións tecnolóxicas. No caso de Manuel Castells e do IN3-UOC (Instituto Interdisciplinario de Internet da Universidad Oberta de Catalunya) observan como o concepto de cultura adquire novas dimensións na Sociedade do Coñecemento ou da Información; consideran que Internet é por si mesma unha creación cultural, unha produción cultural, que xera novas formas de relación social, novas actividades económicas e incide sobre todos os eidos da vida de individuos e colectividade. Distinguen catro capas culturais que interactúan con Internet e poden definir prácticas innovadoras e creativas: a Universidade como institución que promove a cultura da investigación pola investigación, é dicir, a xeración de novos coñecementos básicos para o progreso científico; a cultura Hacker que se identifica coa paixón por innovar e crear de forma desinteresada a través de Internet; a cultura Alternativa de xente insatisfeita que atopa en Internet novos xeitos de expresión e estilos de vida distintos aos imperantes; e por último, a cultura Empresarial que denota unha falta de aversión ao risco e unha grande capacidade de innovación. Todas estas capas culturais son a semente de profundos cambios culturais na nova Sociedade da Información, da interacción de todos eles poden xurdir grandes posibilidades creativas e innovadoras como novos niños de emprego ou novos produtos culturais obxecto de consumo e comercialización a través do uso das Novas Tecnoloxías da Información.

Dende o punto de vista das definicións teóricas a Economía é a ciencia social que *estudia a correcta utilización dos bens para obter o máximo rendemento*. Analiza os procesos de produción, distribución, comercialización e consumo de bens e servizos. Os economistas estudan como os individuos, as colectividades, empresas e gobernos acadan neste campo os seus obxectivos.

A Cultura é o conxunto de *coñecementos científicos, literarios, artísticos, económicos, etc., dun pobo e/ou dunha época histórica*. Engloba ao conxunto de rasgos distintivos, espirituais e materiais, intelectuais e afectivos, que caracterizan a unha sociedade ou grupo social nun período determinado. O termo ‘cultura’ inclúe ademais modos de vida, ceremonias, arte, invencións, tecnoloxía, sistemas de valores, dereitos fundamentais do ser humano, tradicións e crenzas. Pola súa parte a mercadotecnia territorial é unha técnica empresarial que *promove o territorio buscando satisfacer as demandas dos cidadáns*, turistas e investidores, producindo vantaxes e beneficios para a sociedade civil local. Identifica produtos territoriais e niños de mercado.

En suma a ECONOMÍA CULTURAL podemos definila como a administración empresarial do conxunto de coñecementos científicos, literarios, artísticos, económicos, etc. dun pobo e/ou dunha época histórica; para o cal utiliza estratexias de mercadotecnia promovendo o territorio e satisfacendo as demandas dos cidadáns, turistas e investidores dun ámbito xeográfico concreto (municipio, comunidade, estado...).

Internet como produto cultural procede orixinalmente dun proxecto de defensa (Arpanet) do Pentágono norteamericano. Foi empregada para a

investigación en universidades e laboratorios, pero a difusión social de Internet correspondeu aos axentes económicos que descubriron na rede de redes grandes posibilidades de facer negocios comerciando coa produción de información e coñecemento. Hoxe temos en Internet ofertas de servicios e información moi diversa; as bibliotecas, museos ou servidores de música, vídeo dixital, bases de datos estratéxicos de orden demográfica, económica..., cartografía diversa, literatura, información xornalística, etc. se conciben como produtos que se venden e compran ofertados por novas empresas. Amais a primeira fonte de financiamento dos websites é a publicidade. A día de hoxe o anuncio máis caro do planeta non está na portada dos grandes xornais nacionais senón ou cadenas de televisión senón no "banner", no anuncio que encabeza o website de Yahoo, o buscador de información en Internet máis visitado. Neste contexto e fronte á proliferación das páxinas web concibidas como negocio, as páxinas culturais solen ser simples instrumentos de difusión de ideas políticas ou empregadas descaradamente como instrumentos que procuran o apoio político ou económico para algunha organización, institución ou persoa concreta. O mercado potencial para a cultura e para o desenvolvemento de escenarios de economía cultural en territorios concretos é moi grande. A cultura pode ser difundida na rede de redes configurando de xeito innovador e netamente creativo enormes posibilidades de negocio. Microsoft – empresa informacional condenada por abuso de posición de dominio no mercado internacional- está a procurar a creación e control dunha moi ampla base de datos e informacións diversas que tenta converter en produtos artísticos e culturais multimedia en formato dixital coa intención de proceder a súa comercialización indiscriminada a través de Internet. Ao

tempo tamén se está xerando a nivel internacional unha moi significativa toma de conciencia de que o acceso á información cultural debe ser gratuíta a través do coñecido movemento de Open Source.

Nembargante non está ao alcance de todos o poder coñecer un museo virtual en tres dimensións, poder acceder aos últimos informes da UNESCO sobre proxectos culturais, acceder á comunicación e interacción obviando os obstáculos xeográficos, ou poder desfrutar da videoconferencia ou da práctica do e-learning ou do comercio electrónico, etc. Segundo a ONU hoxe en día o 20 % máis rico da poboación mundial acapara o 93 % dos accesos a Internet. O 20 % máis pobre apenas ten o 0,2 % das liñas de conexión. Dentro de cada país existen enormes diferencias sobre o acceso á información dixital segundo as diferencias de renda, idade, idioma, formación ou sexo (Kellerman, 2000). Os problemas de acceso refírense, principalmente, aos custes dos equipamentos informáticos, ao nivel de renda e aos custes das telecomunicacións. Compres sinalar que un dos argumentos habituais que tentan explicar a vantaxe que a sociedade norteamericana amosa sobre a europea na era da información dixital é precisamente a existencia dunha tarifa plana moi baixa das chamadas locais, o que se traduce no feito de que o custe de conexión a Internet sexa cáseque inexistente.

**Neste contexto debemos reflexionar sobre o feito de que a** Sociedade da Información, da Internet e das Novas Tecnoloxías permiten a ***revalorización e difusión das culturas locais*** e identidades comunitarias. A música, tradicións, estilos de vida, a cultura popular en xeral, etc. poden chegar a converterse en ***productos dixitais ofertados no mercado global*** a través do comercio electrónico e de Internet. Amais a difusión masiva da

cultura local permite e contribúe enormemente a reforzar a identidade cultural e a *frear a emigración tradicional en territorios periféricos ou de natureza rural. A difusión da cultura local de forma global a escala planetaria a través de Internet pode contribuir a aumentar a calidade de vida das comunidades locais e rexionais afastadas das grandes urbes e espazos máis desenvolvidos e urbanizados do planeta*. Sen dúbida a economía cultural en interacción coas novas tecnoloxías pode chegar a facilitar a comunicación e pode transformar os territorios urbanos e/ou rurais da periferia preservando a súa existencia cultural (Crang, et al. 1999).

#### **4. A experiencia de e E-Inclusión no Concello de Brión.**

No mundo globalizado esta adquirindo gran relevancia a imaxe de conxunto que ofrece unha cidade, municipio, rexión, país ou territorio en xeral, pois das súas características e definición diante dos ollos dos turistas, cidadáns, políticos e investidores dependen as súas capacidades de ofrecer e/ou atraer recursos económicos e servizos tecnolóxicos, financeiros ou culturais. Por estes motivos os estudos de Mercadoctecnia (ou Marketing) Territorial en Galicia deben por en evidencia as características e cualidades máis importantes do Patrimonio Cultural das súas cidades, municipios ou territorios, co fin de atraeren investimentos, promover e desenvolver actividades productivas, aumentar o grao de identidade territorial dos seus veciños ou aumentar a autoestima e a calidade de vida dos seus cidadáns.

Entender o Patrimonio Cultural como un ben económico fai referencia e nos remite a unha visión económica e empresarial do mesmo. É un novidoso enfoque que abandona as tradicións paisaxísticas, sentimentais e corolóxicas na súa parte descritiva para adentrarse nun ilusionante camiño

de vangarda. O Patrimonio Cultural pode ordenarse, rehabilitarse, coidarse pero, moi importante, tamén é unha “mercadoría” informacional que se vende e se compra a través de diversas actividades económicas. Os produtos territoriais son imaxes percibidas polos actores e axentes sociais, e son difundidas a través dos medios de comunicación. O Marketing Territorial abre unha interesante senda profesional para o analistas do Patrimonio Cultural galego que posúan coñecementos de economía e xestión de empresas. Non debemos esquecer, parafraseando a Benko (1994), que coa III Revolución Tecnolóxica e a Sociedade da Información as rexións compiten nunha carreira polo desenvolvemento e progreso económico e social. O Marketing Territorial é unha ferramenta sumamente valiosa para as rexións (territorios) en competición. Debemos considerar que chegou o momento de reverter en beneficios sociais as técnicas de mercado que estratexicamente empregaron as empresas multinacionais para fomentar o consumo masivo e conseguir o enriquecemento individual fronte ó desenvolvemento social e, agora, tratase de aplicala co fin de procurar o enriquecemento social colectivo fronte ó individual.

As Novas Tecnoloxías da Información e da Comunicación (TIC) poñen en valor o patrimonio, o medio ambiente e a cultura como bens a protexer. Cabe especular que o futuro de Galicia xa non pasa tan só polo desenvolvemento agrario tecnolóxico e industrial-urbano senón que, necesariamente, no seu territorio se deberán definir novos modelos de desenvolvemento económico que impulsen a diversificación productiva, respecten o medio ambiente e logren fixar a poboación incrementando o seu nivel de benestar social. É necesario tomar conciencia de que as cidades industriais xa non ofrecen posibilidades de vida coma no pasado, polo cal o

clásico modelo de desenvolvemento industrial que provocaba a tecnificación das labores do campo e xeraba fluxos migratorios cara as grandes cidades e áreas metropolitanas é pouco viable ó xenerar unha presión demográfica que frecuentemente se traduce nun incremento da marxinação social urbana. A xente nova xa non poderá percibi-la grande cidade como un mundo de oportunidades e estarán condicionados a emprende-lo seu periplo vital en pequenas cidades, vilas, parroquias e pequenos asentamentos rurais. Isto podería chegar a representar unha revitalización da economía galega, especialmente das comarcas do interior, actualmente avellentadas e en proceso de despoboamento. O desenvolvemento local en relación coas TIC e co Patrimonio Cultural abre grandes posibilidades para os máis creativos e emprendedores.

Existe un discurso na literatura que defende que actualmente estamos asistindo ó fin das cidades industriais (“the end of cities”) co postfordismo e a dispersión da produción. As novas tecnoloxías e a telemática convertéronse en axentes de desenvolvemento en territorios periféricos de natureza rural (podería chegar a ser o caso de Galicia), pois permiten ás empresas locais acceder ós mercados globais, permiten atraer empresas que producen información e coñecemento, como empresas de deseño gráfico, xestión de servicios telemáticos, de banca, de ocio-culturais, educativos ou servicios de Internet, de materiais didácticos multimedía, de comercialización de música tradicional en formatos dixitais, de telemarketing, teletraballo, edición, etc. A telemática e a difusión das novas tecnoloxías permiten que os territorios e espazos da periferia (caso galego) poidan ser capaces de supera-las barreiras físicas que impedían o seu desenvolvemento e xeraban o seu illamento. A comunicación instantánea a

través do correo electrónico relativiza as distancias e representa o que se veu en chamar “o fin da xeografía” e unha oportunidade para vencer o illamento e a natureza periférica en determinados espacios apagados na Sociedade da Información. As novas tecnoloxías permiten espallar universalmente os servizos públicos como sanidade, educación ou administración, reforzando o sentimento de comunidade e freando a emigración en espacios periféricos. Coa telemática as comunidades tradicionalmente marxinas pola distancia poden acceder ós mercados do coñecemento e á información sen ter que emigrar.

A Sociedade da Información e as Novas Tecnoloxías da Comunicación e da Información permiten a revalorización e difusión das culturas locais e identidades comunitarias. A música, tradicións, estilos de vida, a cultura popular en xeral, etc. poden chegar a converterse en produtos dixitais ofertados no mercado global a través do comercio electrónico. E isto axuda a reforzar a identidade cultural e a frear a emigración, aumenta a calidade de vida local, facilita a comunicación e transforma os territorios da periferia (podería ser o caso de Galicia) preservando a súa existencia cultural.

Infobrion.com, como proxecto piloto experimental, é un instrumento telemático deseñado como un portal interactivo multimedia que impulsa a creación dunha comunidade virtual no Concello de Brión, un pequeno municipio semi-rural de 6.500 habitantes localizado na periferia da cidade de Santiago de Compostela. InfoBrión.com exerce un papel dinamizador da comunidade dando moita importancia á formación de capital humano local nun entorno de economía cultural. A investigación dos impactos da telemática na comunidade e institucións de Brión ofrecen a posibilidade de



analizar a pequena escala o que podería selo futuro dunha rexión periférica como é Galicia no contexto da Sociedade da Información e do Coñecemento. InfoBrion.com nace no ano 2002 como iniciativa do Grupo de Investigación Socio-Territorial GIS-T IDEGA da Universidade de Santiago de Compostela en colaboración co Concello de Brión, o Centro de Educación Infantil e Primaria de Pedrouzos e o Instituto de Educación Secundaria de Viceso, ambos emprazados no propio Concello de Brión.

Infobrion.com concíbese como unha estratexia de intervención social para vencer a “Fenda Digital”. Pretende impulsar o desenvolvemento social, económico e cultural no Concello de Brión a partir da difusión das novas Tecnoloxías da Información e Comunicación. Pretende impulsar un ambiente social de economía cultural promovendo a recuperación da memoria histórica e a revalorización da cultura popular no contexto da Sociedade da Información e para isto [www.infobrion.com](http://www.infobrion.com) impulsa a creación dunha comunidade virtual local, impulsando o uso e difusión das TIC como ferramentas e canles de coñecemento, información e aprendizaxe. Infobrion.com ten por obxectivo principal crear un espacio de comunicación e aprendizaxe que motive e atraiga a atención dos veciños e veciñas do concello, dignificar a cultura local promovendo o a súa posta en valor e desenvolver un sentimento comunitario de orgullo e satisfacción coa cultura popular propia (tradicións, testemuñas orais de eventos históricos, entrevistas ás persoas maiores do concello co fin de transmitir experiencias de vida a través das xeracións, recuperación e transmisión interxeracional de actividades innovadoras e/ou emprendedoras dos propios veciños/as de Brión, recollida da música tradicional en aldeas e parroquias, a elaboración de arquivos dixitais de sons, imaxes, fotografías, videos sobre música,

arquitectura, paisaxe, persoeiros, historia, arte, festas, excursións, deporte popular, xogos tradicionais, actividades didácticas dos escolares de Brión levadas a cabo nos seus centros de ensino, etc.

A posta en funcionamento de [www.infobrion.com](http://www.infobrion.com) implica o deseño, arquitectura, programación, promoción e dinamización social dun portal web multimedia e interactivo para promover a E-Inclusión e desenvolvemento social e comunitario local a partir da creación dun entorno virtual de comunicación en base aos seguintes programas marco de intervención:

***Brión Folk Project***, un programa de actuación para impulsar o desenvolvemento local nun entorno de Economía Cultural, que promove a investigación da cultura popular e da historia e da xeografía humana de Brión, a partir das aportacións e do traballo da propia comunidade. Consta dun arquivo sonoro e de vídeo e dun arquivo de imaxe, e onde se recolle material fotográfico, gravacións de son, vídeo, etc., acerca de persoas octoxenarias, tradicións, deporte, costumes, hábitos de vida, historia de personaxes célebres, paisaxe humana, paisaxe física, festas, música popular, etc. ([http://www.infobrion.com/publico2/paisaxe\\_vida.php](http://www.infobrion.com/publico2/paisaxe_vida.php)).



*CiberEducación*, que pretende impulsar nos centros de ensinanza primaria e secundaria un entorno virtual que chegue a promover o uso das novas tecnoloxías da información e da comunicación (TIC), que motive á comunidade escolar, profesores, alumnos e pais e nais de alumnos, a elaborar materiais informacionais para dito entorno virtual <http://www.infobrión.com/publico2/ciberescola.php>, <http://www.infobrión.com/publico2/ciberinstituto.php>.

E en terceiro lugar a *Inmersión na Sociedade da Información* que é un programa complementario concibido como unha estratexia de intervención socio-comunitaria para vencer a Fenda Dixital e conseguir que o Concello de Brión sexa un espazo con visibilidade na Internet, e que todos os seus veciños/as poidan acceder ó emprego das novas tecnoloxías. Ofrece recursos específicos de información sobre o concello relativos a súa

xeoografía humana, como poden ser guías de recursos de todo tipo, culturais, turísticas, das actividades empresariais, etc.



O entorno virtual de InfoBrion.com complétase coa oferta de servicios informacionais á comunidade local e á sociedade en xeral a través da creación dun arquivo virtual e real especializado en cultura popular e recursos didácticos <http://www.infobrion.com/publico2/imaxe.php>, ademais de servicios de axenda, noticias, hemeroteca e buscador de recursos no propio sistema virtual. <http://www.infobrion.com/publico2/noticias.php>

InfoBrion.com comezou a funcionar o 12 de febreiro de 2004. Dende entón foron visitadas un promedio de 31.000 páxinas/mes e foron localizadas conexións procedentes dunhas 3.000 conexións IP distintas (ordenadores) mensualmente, que revelan o interese que está suscitando o

uso das TIC na comunidade local obxecto da experiencia. Parece que no caso de Brión a vinculación entre a Economía local, a Cultura e as Novas Tecnoloxías está comezando a despuntar como unha nídea oportunidade de desenvolvemento social e económico. Impulsa a práctica do comercio electrónico a través da creación dun Mercado Virtual de compra, venda e intercambio de produtos e bens ou servicios en xeral. Promove e ofrece servicios de correo electrónico asociados a [www.infobrion.com](http://www.infobrion.com) e impulsa a creación dun xornal virtual local administrado pola propia comunidade, etc. (<http://www.infobrion.com/publico2/foros.php>).



Noticias - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos

Dirección http://www.infobrión.com/publico2/noticias.php

Alexa Search Info 129.091 Universidade de Santiago de Com...

Coa colaboración de

# InfoBrión.com

Consulta o teu mail

Presentación | Brión Folk Project | Cibereducación | Os veciños | Os museos | A praza pública | Noticias | Axenda | Buscador

## Noticias

Un convenio entre a Consellería de Educación e a USC achega as Novas Tecnoloxías da Información e a Comunicación ó Instituto de Viceso

### O Plan de Centro 2004-2005 do IES de Viceso entende prioritario introducir as TIC na comunidade educativa

Profesores, escolares e investigadores da USC elaboran conxuntamente unha plataforma dixital de recursos e unidades didácticas

IES Viceso, GIS-T IDEGA, USC.

*A comunidade educativa de Viceso colabora coa Universidade de Santiago nun gran proxecto de achegamento e emprego das Novas Tecnoloxías da Información e a Comunicación. Os técnicos e investigadores do grupo de investigación GIS-T IDEGA da Universidade de Santiago destacan o entusiasmo do centro na participación do proxecto e comprométese a manter a colaboración en vindeiros anos.*

O proxecto SINDUR e máis en concreto www.infobrión.com inclúe o desenvolvemento dunha unidade relacionada co ensino, CiberEducación, un programa que pretende impulsar nos centros de ensinanza primaria e secundaria do Concello de Brión un entorno virtual capaz de promover o uso das novas tecnoloxías da información e da comunicación en toda a comunidade escolar.

A coordinación coas dúas institucións de ensinanza estableceuse dende un primeiro momento coa asignación de dous profesores encargados de

## Galería de imaxes

[<] Ant 1 2 3 4 5 Seg [>]



### Presentación de InfoBrión.com no I.E.S de Viceso

Os alumn@s de 4ºA do IES de Viceso aprenderon, na primeira sesión de traballo do Obradoiro de Inform... Ampliar

### Sons

(Espera uns segundos para escoillar a son)

- Interese por subir vídeos e fotografías a InfoBrión.com [0'18"]
- Os rapaces de Viceso consideran moi interesante o curso electrónico [0'15"]

Inicio Cultura popular - Mic... Ciber\_escola\_menion... Noticias - Microsoft In... Novas Tecnoloxías e ... ES 17:21

Cultura popular - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos

Dirección http://www.infobrión.com/publico2/culturap.php

Alexa Search Info 129.091 Universidade de Santiago de Com...

Coa colaboración de

# InfoBrión.com

Consulta o teu mail

Presentación | Brión Folk Project | Cibereducación | Os veciños | Os museos | A praza pública | Noticias | Axenda | Buscador

## Seccións

- A nosa cultura
- Refraneiro
- Gastronomía
- Artesanía
- Mencía popular

## Cultura popular

A derradeira testemuña dende unha aldea practicamente despoboad

### Victoria Hermo, toda unha vida na aldea de Reboredo Pequeno

Cofrece algúns segredos da gastronomía e da mencía popular galega dende a aldea máis pequena de Brión

GIS-T IDEGA USC

Victoria Hermo Barreiro naceu en Reboredo Pequeno (San Salvador de Bastavales) o 9 de abril de 1930, nunha casa con máis de douscentos anos de antigüidade, cofecida como "Casa da Silva", apelido que herdou do seu avó, a pesares de perderse na xeración de súa nai. Foron catro irmáns, dos cales dous deles tiveron que emigrar a Venezuela para sempre, e pecha-lo negocio familiar, unha fábrica de curtidos situada na parroquia de San Salvador de Bastavales.

Victoria, ós seus 73 anos de idade, recorda cando ía á escola a San Salvador de Bastavales e ás festas de Os Anxeles, Ortoño Monte Carmelo (Calo) e Bastavales, andado por camiños de terra cos zocos, tapándose da choiva como podían (pois non había paraguas) e vivindo

## Galería de imaxes

[<] Ant 1 2 Seg [>]



### Victoria Hermo Barreiro

Victoria Hermo na aldea de Reboredo Pequeno (San Salvador de Bastavales).

### Sons

(Espera uns segundos para escoillar o son)

- Morcillas de sangue [0'37"]
- Mencía popular [0'56"]
- Matanza e mandado [1'24"]
- Gastronomía tradicional [0'46"]
- Festas e feiras [1'38"]
- O traballo no campo [0'47"]

Listo

Inicio Cultura popular - Mic... Cultura popular - Mic... Noticias - Microsoft In... Novas Tecnoloxías e ... ES 17:25

Persoons\_detalle - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos

Dirección [http://www.infobrión.com/publico2/persoons\\_detalle.php?id=17](http://www.infobrión.com/publico2/persoons_detalle.php?id=17)

Alexa Search Info 129.091 Universidade de Santiago de Com...

**InfoBrión.com** Coa colaboración de

Consulta o teu mail

Presentación | Brión Folk Project | Cibereducación | Os veciños | Os museos | A praza pública | Noticias | Axenda | Buscador

### Concepción Baños García

Data de nacemento: 17/03/1905

Esta octoxenaria do concello de Brión, naceu o dezasete de marzo do ano 1905. Ós seus 99 anos conta para infobrión con agarimo e ilusión os avatares da súa vida e aporta valiosos testemuños de grande interese para os veciños e veciñas de Brión. Entre estes están os contos, refráns, receitas de cocuña, remedios da menciña popular, etc.

Concepción Baños naceu en Brión na casa da Camaña. Este nome ancestral provén dende a xeración dos seus avós e foise transmitindo ó longo dos anos. Foi á escola de nena pero pronto tivo que deixala para axudar nas tarefas do campo e mais no fogar.

Casou con Roxello Castro Rei nado na aldea de Buio que pertence á parroquia de Santa María dos Anxeles do concello de Brión. Tiveron 10 fillos, 27 netos e a pesar de que na actualidade o seu home Roxello non o poida ver, Concepción disfruta tamén dos seus 36 bisnetos e 1 tataraneto, a dicir verdade unha familia moi numerosa.

Conta para infobrión varios refráns e remedios da menciña popular que empregou ó longo da súa vida. Por poñer un exemplo, o que utilizaba para curar os catarros era o sebo de carneiro. Este remedio consistía en derreter o sebo de carneiro e empapar nun pano esa graxa para poñela despois sobre no peito.

Concepción mais o seu marido traballaron toda a súa vida no campo. Roxello ía

### Galería de imaxes

[<] Ant 1 2 3 4 5 6 7 Seg [>]



**Concha Baños García**  
Concha facendo as fillos na cocuña de leña o antroido pasado

### Sons

[Espera uns segundos para escoitar o son]

- De cara ó mercado de Santiago [0'30"]
- A casa da Camaña [0'34"]
- O traballo na terra [0'44"]

### Videos

[Espera uns segundos para ver os vídeos]

Inicio Cultura popular - Mir... Persoons\_detalle - Mic... Noticias - Microsoft In... Novas Tecnoloxías e ... ES 17:27

Festas e tradicións - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos

Dirección [http://www.infobrión.com/publico2/Festas\\_e\\_tradi.php?id=457](http://www.infobrión.com/publico2/Festas_e_tradi.php?id=457)

Alexa Search Info 129.091 Universidade de Santiago de Com...

**InfoBrión.com** Coa colaboración de

Consulta o teu mail

Presentación | Brión Folk Project | Cibereducación | Os veciños | Os museos | A praza pública | Noticias | Axenda | Buscador

### Festas e tradicións

A XXII Festa do Cabalo de Brión en versión dixital!

**Infobrión.com presenta os vídeos da XXII Festa do Cabalo para usarlos con conexión a Internet de alta velocidade**

Tradición hípica de forte reigame popular

GIS-T IDEGA, USC e Carlos Pintor

Infobrión.com presenta unha selección de vídeos da XXII Festa do Cabalo cunha maior resolución gráfica, para que tódolos usuarios que acceden a Internet mediante liñas de alta velocidade ADSL poidan dispor dunha mellor calidade de imaxe nas súas pantallas.

A FESTA DO CABALO: Unha das maiores concentracións equestres de Galicia, onde o numeroso público asistente puido disfrutar de actividades tan diversas coma os torneos hípicos ou a monta de cabalos bravos; competicións nas que puideron participar tódolos interesados que se atopaban no lugar.

Nesta reportaxe poderedes obter información sobre esta tradicional festa de exaltación equestre. Infobrión presenta, en exclusiva a través de Internet, imaxes, sons e vídeos das diferentes actividades organizadas (carreiras, saltos, monta de cabalos bravos, etc).

### Galería de imaxes



**Torneo hípico**  
Campeonato onde os participantes puideron demostrar os seus coñecementos montando cabalos de diferen... Ampliar

### Sons

[Espera uns segundos para escoitar o son]

- Non hai

### Videos

[Espera uns segundos para ver os vídeos]

- Rodeo e vaquillas [1'29"]

Listo

Inicio Festas e tradicións - ... Persoons\_detalle - Mic... Noticias - Microsoft In... Novas Tecnoloxías e ... ES 17:29





## **Bibliografía**

BEAVERSTOCK, J.V; SMITH, R.G.; TAYLOR, P.J.: “World City Network: a New Metageography?”. En: *Annals of the Association American Geographers*, v. 90.1. Oxford: Blackwell Publishers Inc., 2000. P. 123-134.

BENCO, G.: “Estrategias de comunicación y marketing urbano”. *Eure (Chile)* [en línea]. Dic. 2000, vol. 26, nº 79, p. 67-76. Disponible en la World Wide Web: <[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-7161200007900004&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-7161200007900004&lng=es&nrm=iso&tlng=es)>

BONET AGUSTÍ, LLUÍS, *Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana*, Investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo, Enero 2001.

BONET AGUSTÍ, LLUÍS, , *Opciones de política cultural e instrumentos de análisis económico*, Universidad de Barcelona, 2000.

CAIRNCROSS, F.: *The Death of Distance 2.0*. Londres: Texere, 2001.

CARNOY, Martin: *El trabajo flexible en la Era de la Información*. Madrid: Alianza Editorial, 2001.

CASTELLS, Manuel: *La Era de la Información*. Tomo I y II. Madrid: Alianza, 2000.

CASTELLS, Manuel: “Iniciativa empresarial e integración social”. *La Factoría* [en línea]. 2002, nº 17. Disponible en la World Wide Web: <<http://www.lafactoriaweb.com/default-2.htm>>

DODGE, Martin; KITCHIN, Rob: *Mapping Cyberspace*. Londres: Routledge, 2000.

European Commission: *The Information Society*. Luxemburgo: Office for Publications of the European Commission, 1996.

EVENO, Emmanuel : “Pour une géographie de la société d'information”. *Netcom* [en línea]. 1997, v.11. p. 435-457. Disponible en la World Wide Web : <[http://alor.univ-montp3.fr/netcom\\_labs/volumes/articlesV11/V11P431.html](http://alor.univ-montp3.fr/netcom_labs/volumes/articlesV11/V11P431.html)>

GÉS, Marcel: “La cultura telemática y el territorio”. *La Factoría* [en línea]. 1997, nº 2. Disponible en la World Wide Web: <<http://www.lafactoriaweb.com/default-2.htm>>

FERRÁS SEXTO, Carlos (coord.): *Internet e Educación*. Santiago de Compostela: IDEGA, Universidade de Santiago de Compostela, 2004.

FERRÁS SEXTO, Carlos. “Globalización, sociedad de la información y desarrollo socio-territorial. Apuntes para una reflexión crítica”. En: *Territorio, Globalização e Trajectórias de Desenvolvimento*. Coimbra: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Coimbra, 2002. p. 23-44.

FERRÁS SEXTO, Carlos (et al.). “Metodología de intervención para vencer la Brecha Digital. La experiencia de [www.infobrion.com](http://www.infobrion.com).” *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. [en línea]. Vol. VI, núm. 170. 1 de agosto de 2004. Disponible en Internet: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-170-72.htm>

FERRÁS SEXTO, Carlos (et al.). “Novas tecnoloxías e desenvolvemento rural. Unha experiencia no concello de Brión (Galicia)”. Ponencia presentada no *II Congreso Internacional de Investigación e Desenvolvemento Socio-cultural*. Paredes de Coura, 28-30 de outubro de 2004. (Pendente de publicar).

FERRÁS SEXTO, Carlos (et al.). “El territorio como mercancía. Fundamentos teóricos y metodológicos el marketing territorial”. *Revista de Desenvolvemento Económico*. 2001, nº 5, p. 67-78.

FERRÁS SEXTO, Carlos. Ciudad dispersa, aldea virtual y revolución tecnológica. *Scripta Nova* (en línea). 2000, nº 68. Disponible en la World Wide Web: <http://www.ub.es/geocrit/sn-69-68.htm>

FERRÁS SEXTO, Carlos. La ciudad dispersa y las aldeas virtuales. Los estudios geográficos y el retorno a la cultura. En *AGE: El territorio y su imagen*, V. II, Malaga, 1999.

GRAHAM, Stephen: “Global grids of glass. On global cities, telecommunications and planetary urban networks”. En: *Urban Studies*. 1999, vol. 36, p. 929-949.

HERVÉ, Michel: “La sociedad red y la participación activa”. *La Factoría* [en línea]. 2002, nº17. Disponible en la World Wide Web: <http://www.lafactoriaweb.com/default-2.htm>

KELLERMAN, Aharon: “It's not only what you inform-it's also where you do it; The location of production, consumption and contents of web information”. *Taub Urban Reserch Centre* [en línea]. Universidad de Nueva York, 2000. Disponible

en la World Wide Web: <<http://www.informationcity.org/research/kellermaninform/location-web-info.pdf>>

KITCHIN, Robert M.: "Towards geographies of cyberspace". *Progress in Human Geography*. 1998, Vol. 22, nº 3. p. 385-406.

KITCHIN, Robert M.; NEALE J.: "Science fictions or future fact ¿Exploring imaginative geographies of the new millennium?". *Progress in Human Geography*. 2001, vol. 25, nº 1. p. 19-35.

LAWRENCE, S.; GILES, C.L.: "Accessibility of information on the web". *Nature*. 1999, vol. 400. p. 107-109.

MÉNDEZ, Ricardo: "Innovación y desarrollo territorial. Algunos debates teóricos recientes". *Eure*. 2002, vol. 28, nº 84. p. 63-83.

MOSS, M.L.; TOWNSEND, A.M.: "How telecommunications system are transforming urban spaces". En: WHEELER, James; AOYAMA, Yuko; WARF, Barney (eds): *Cities in the telecommunications Age: The Fracturing of Geographies*. Nueva York: Routledge, 2000.

RAY, CH., TALBOT, H. (1999): "Rural telematics. The Information Society and rural development". En CRANG, M., CRANG, PH., MAY, J.: *Virtual Geographies bodies, space and relations*. Londres: Routledge, pp. 149-163. 1999.

RETEVISIÓN: *e-España 2003. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Madrid: Fundación Retevisión auna, 2003.

SASSEN, S.: *Cities in a World Economy*. Londres: Pine Forge, 1994.

SEGUÍ PONS, J.M.: "Las redes de información como alternativa al aislamiento regional. Las Islas Baleares". Comunicación presentada a la XXI Reunión de Estudios Regionales. Factores de desarrollo endógeno en regiones periféricas. Ponencia II C : Parques tecnológicos, entorno territorial y política regional. Vigo 15-17 Noviembre de 1995.

SEGUÍ PONS, J.M.: "The Information Society and the creation of a new virtual space. The scientific Ring of Catalonia (Spain)". En: *28 the International Geographical Congress (IGU)*, (The Hague, August 5-10, 1996), Commission on Communication Networks and Telecommunications, 199?.

SERRA, Artur: “Tres claves para entender el fenómeno Internet”. *La Factoría*. [en línea]. 1999, nº 8. Disponible en la World Wide Web: <<http://www.lafactoriaweb.com/default-2.htm>>

SHALLIS, M.: *El ídolo del silicio. La revolución de la informática y sus implicaciones sociales*. Barcelona: Salvat, 1986.

TELEFÓNICA: *La Sociedad de la Información en España. Presente y perspectivas*. Madrid: Telefónica, 2000.

TERCEIRO, J.B.: *La Sociedad Digital. Del homo sapiens al homo digitales*. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

TOWNSEND, Anthony M.: “The Internet and the Rise of the New Network Cities, 1969-1999”. *Environment and planning B: Planning and Design*. 2001, vol. 28. p. 39-58. Disponible en la World Wide Web: <<http://www.informationcity.org/research/new-network-cities/townsend-epb-networkcities.pdf>>

VELTZ, P.: *Mundialización, ciudades y territorios. La economía archipiélago*. Barcelona: Ariel, 1999.

ZOOK, Matthew: “Old hierarchies or new works of centrality? Understanding the global geography of the internet content market”. En: *Conference on Cities in the Global Information Society*. (Newcastle, 1999).

**INTERNET EN GALICIA E A INDUSTRIA  
CULTURAL: O MODELO DE  
CULTURAGALEGA.ORG**

**Manuel Gago**

Director de [culturagalega.org](http://culturagalega.org)



Culturagalega.org é o portal de divulgación do Consello da Cultura Galega en Internet. Imbricado nas industrias culturais do país, a súa estratexia é potenciar a visibilidade e a distribución da cultura do país a través de diferentes estratexias comunicativas. Este relatorio profundiza nos principais eixes estratéxicos de desenvolvemento deste produto cultural para a rede.

### **Antecedentes e concepto**

A mediados dos noventa comezou a xurdir o concepto ‘Sociedade da Información’ como un xeito explicar unha nova relación económica e social na que a información se convertía no principal valor de cambio entre xentes, empresas e territorios do mundo occidental. Na nova noción –da que Manuel Castells foi un dos principais formuladores teóricos- determinados elementos ata o momento non decisivos na configuración do imaxinario global gañaron unha nova presenza (Castells: 2000). Deste xeito, lingua, medios de comunicación, produción de contidos de entretemento e comunicación horizontal entre axentes non vinculados directamente entre si comezaron a cobrar unha nova relevancia.

Dous procesos camiñaron en parello co novo modelo social: a *globalización* –o fenómeno económico que significou o paso dende o industrialismo multinacional ata a economía transnacional, cunha regulación por riba de estados e aparellos de control estatal; o segundo foi a aparición das novas tecnoloxías da comunicación –nomeadamente Internet- que acompañaron a este proceso, baseadas na interacción instantánea, no abaratamento de custes e no transporte flexible de datos.

A multiplicación da produción e distribución da industria do entretemento, tamén a mediados da década pasada, foi un factor decisivo no proceso de globalización. Aínda que as industrias culturais son un sector en continuo crecemento dende o século XIX, nas últimas décadas os grupos de comunicación concentraron esforzos na concentración vertical e horizontal de produtos, reunindo moitos dos procesos de creación, comercialización e distribución dos bens culturais e, ao mesmo tempo, producindo versións destes bens para diferentes soportes –cine, edición, Internet, televisión, música, merchandising, etc.- dun xeito integrado (WAN: 2004).

A produción, articulada a través de potentes economías de escala e custes moi reducidos de distribución, beneficiouse da creación dun imaxinario colectivo global cada vez máis crecente e, ao mesmo tempo, tivo en conta o que os directivos de Microsoft chamaron “localización”, é dicir, a adaptación –prevista de xeito lóxico dentro do esquema de produción- dun produto global a un contorno cultural determinado: “Este problema nunca ha sido tan importante como en esta época de redes y computación distribuída”<sup>27</sup>.

Esta aceleración da converxencia tecnolóxica e industrial do imaxinario vive tamén unha auténtica efervescencia dentro da creación da cultura social, a cultura non de mercado, e a xeración de novas identidades, movementos sociais e esquemas de produción sen liderados estábeis, centros físicos ou estruturas institucionalizadas está a provocar interesantes cambios sociais. Detrás deles está a amplificación das habilidades e talentos

---

<sup>27</sup> Información para programadores distribuída dende o sitio de Microsoft: “<http://msdn.microsoft.com/library/spa/default.asp?url=/library/SPA/vsent7/html/vxconlocalization.asp>”



do ser humano para a cooperación fornecida polas novas tecnoloxías (Rheingold: 2002) e tamén o incremento demográfico de internautas e, especialmente, a extensión da alfabetización electrónica (Varis: 1998) que está a permitir un emprego intensivo das posibilidades tecnolóxicas por sectores sociais moi dinámicos.

Neste contexto, comunidades conceptualmente definidas como “periferia” con respecto aos grandes centros de decisión económica, política e cultural viron atopadas novas oportunidades. O carácter descentralizado da web permite, *a priori*, acadar visibilidade para a produción cultural que non entra nos canais dos grandes grupos de distribución, acadar novos mercados exteriores ou incentivar o mercado interior, especialmente cando este é moi feble ou, coma no caso galego, os produtos en galego teñen que competir con aqueles en castelán que gozan dun escenario económico e mediático moito máis favorábel. Tradicionalmente, o concepto de identidade cultural estaba mediado por tres grandes elementos: unha lingua de seu, un imaxinario e unha relación co contorno determinado e por uns límites xeográficos. Na Sociedade da Información o espazo físico perde relevancia e factores como a lingua e o imaxinario cobran unha dimensión nova.

### **O Consello da Cultura Galega na rede**

En 1998, o Consello da Cultura Galega (CCG) comezou as súas actividades en Internet, desenvolvendo un sitio web oficial de tipo presencial. Este primeiro sitio, eminentemente descritivo, trasladaba a estrutura e actividades do CCG á rede e abría unha nova posibilidade de contacto a nivel presencial. Os membros do CCG xa manifestaran ao longo de diferentes momentos da década dos noventa, en varios documentos da

institución e discursos oficiais, a necesidade de emprego da rede como unha canle de difusión cultural decisiva para o futuro da identidade e a cultura do país (Rivas, M., López, X.: 1993; López, X. et al: 1998). Ao longo de 1998 e 1999 puxéronse en marcha diferentes programas de intervención na web con finalidade máis ou menos experimental: no ano 1999, en virtude dun acordo coa Compañía de Radio Televisión de Galicia, comezaron a facerse retransmisións en directo dos congresos celebrados na institución<sup>28</sup>; tamén neste ano, o CCG puxo en marcha, en colaboración coa Fundación Castelao e a empresa Item:)aga o Museo Castelao, un espazo virtual destinado á difusión da vida e obra do polígrafo Daniel Alfonso Castelao.

Con esta experiencias e outros elementos foise configurando o protocolo de actuación do CCG na rede: o Sistema Cultural en Rede, que se define por dous principios de actuación que definen as actividades da institución en Internet: *o primeiro é que os cidadáns, independentemente do lugar onde residen, deben poder acceder ao máximo posíbel de contidos e servizos que ofrece a entidade*. O segundo dos principios é a definición das accións de desenvolvemento web que realizaría o CCG no futuro: os proxectos en Internet da entidade estarían orientados cara a *divulgación, a investigación e a información corporativa*.

Os principios comezaron a aplicarse relativamente rápido. Un dos campos máis destacados tivo que ver coa política editorial da institución, a través da edición electrónica dos textos que tradicionalmente o CCG edita dentro das súas coleccións de referencia en formato impreso. Tras algunhas experiencias iniciais no ano 1999 con respecto á edición dixital de libros, a

---

<sup>28</sup> A retransmisión inaugural levouse a cabo cunha conferencia do recoñecido comunicólogo francés Armand Mattelart.

partir do ano 2.000 o sitio web corporativo e oficial do CCG, consellodacultura.org, comezou a edición simultánea en papel e Internet converterase nunha constante da institución. Os beneficios corporativos foron obvios: a edición impresa dos libros da institución oscila nos 500 exemplares, empregando as canles de distribución convencional do libro en Galicia. A distribución dixital permite rachar coas eivas tradicionais da distribución do libro galego e eleva o número de copias distribuídas a varios miles por exemplar.

### **O proxecto culturagalega.org**

No ano 2.000, o Consello da Cultura Galega, baixo a presidencia de Carlos Casares, decide estender o seu campo de actuación en Internet cara a divulgación. O modelo de medio de comunicación foi definido moi coidadosamente, conciliando as dinámicas de produción da institución, a estabilidade do produto e os obxectivos sociais como institución pública. .

Neste sentido, o Consello foi visto como unha ‘factoría multimedia de contidos’, susceptible de xerar información a través dunha intensa produción impresa, sonora e de coñecemento investigador e, ao mesmo tempo, como punto de encontro de gran cantidade de axentes culturais a través de xornadas e encontros. O novo produto debería, polo tanto, ter capacidade de absorber e adaptar información multimedia, procedente de fontes diversas, nun único contedor. Ao mesmo tempo, a cultura ‘exterior’ á propia institución cobrara relevancia fundamental: o novo produto debía ser un espazo referencial –naquel momento inexistente- para a cultura do país. Este produto debería contar cun equipo estábel de produción formado por especialistas formados no tratamento e elaboración da información –

xornalistas- e debería estar dirixido a un espectro de público amplo e ao mesmo tempo especializado.

Este é un factor importante a ter en conta. O público obxectivo de culturagalega.org foi definido a partir da conciliación de datos da realidade lingüística de Galicia, onde se consignaba unha perda de falantes habituais entre as novas xeracións que habitaban no contorno vilego e urbano e que parecía superpoñerse case exactamente cos datos que se obtiñan sobre a penetración de Internet na nosa sociedade. Exactamente: público urbano, de entre 18 e 35 anos, con estudos universitarios e de clase media e media-alta<sup>29</sup>, en particular a partir dos datos tirados do Estudo Xeral de Medios. Esta importante franxa social rexistraba un profundo retroceso no número de falantes que, nun círculo sen saída, carecían dun espazo en Internet que achegara información en profundidade sobre a produción cultural. Esta importante franxa de poboación, clave para o mantemento e expansión futura da lingua nas vindeiras décadas foi detectada como parte importante do público obxectivo do novo medio.

Á hora de focalizar o produto informativo en relación a este público empregáronse dúas técnicas diferentes: a aproximación a modos de consumo de cultura habituais nas franxas de público e a especialización no entretemento. Deste xeito, dende o primeiro momento, culturagalega.org foi pensado como un distribuidor multimedia que conxugara de forma coordinada contido textual, pero tamén imaxes, formatos audiovisuais e sonoros. Tratábase de situar nun único punto de acceso na rede unha gran variedade de produción cultural susceptible de permitir a futura

---

<sup>29</sup> Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación: diferentes vagas entre o ano 1998 e o ano 2000. Consultar en [www.aimc.es](http://www.aimc.es)

especialización do público por intereses. Ao mesmo tempo, existía a convicción interna de que debía facerse un esforzo especial na distribución de produtos audiovisuais, próximos aos hábitos de consumo do usuario e susceptibles de xenerar un impacto máis atractivo sobre o usuario.

A segunda técnica tivo que ver co posicionamento do medio no seu contorno: culturagalega.org foi pensado como un medio de segunda lectura, un espazo non competitivo cos medios de comunicación en liña senón redistribuidor de tráfico. Neste posicionamento, o concepto *entretemento* foi fundamental dende o principio. O entretemento na modernidade occidental está moi vinculado ao consumo cultural. Música, cine e televisión, literatura e outras prácticas convértense nos principais medios de reprodución, que son consumidos como factor de lecer durante os curtos períodos de inactividade laboral. Deste xeito, dende o primeiro momento, dende o CCG semellou clave que boa parte da supervivencia e extensión da cultura galega no futuro inmediato pasaba por facer visíbel a industria cultural galega a través de novos mecanismos de penetración que superaran as tradicionais barreiras de distribución. Deste xeito, a ubicación de culturagalega.org debía estar entre os servizos de información e o consumo en tempo de lecer. As estatísticas inmediatas durante os vindeiros dous anos fortaleceron esa visión: culturagalega.org como medio de comunicación ‘vespertino’, ao que se accede dende casa, e en momentos de repouso.

Neste proceso como medio de información ‘secundaria’ ou complementario a configuración dunha axenda informativa propia parece importante. A cultura ocupa lugares mínimos dentro dos medios de comunicación galegos e, en moitos deles, nin conta cunha sección específica. Neste sentido, pensouse na produción de información para

creadores culturais, para produtores, para xente ubicada na base de produción da cultura e cunha rede social de ámbito galego mínima entre eles. A propia rede configurouse nestes anos como unha ferramenta clave neste sentido: “as multitudes intelixentes xorden cando as tecnoloxías da comunicación e a computación amplifican os talentos humanos para a cooperación” (Rheingold: 2002, 29). Culturagalega.org configurouse neste sentido como un produtor de *making ofs* xornalísticos. Na axenda propia, as principais temáticas recollidas teñen que ver con actores e axentes da produción cultural que explican como levan a cabo un proxecto, as súas fontes de financiamento, as peculiaridades legais, o xeito de organizarse. O obxectivo é avanzar na construción social do coñecemento a través do seu intercambio. Na actualidade, boa parte dos case setecentos ‘temas do día’ (as reportaxes diarias do portal) abundan na experiencia de pequenos grupos que argallan proxectos, eventos ou investigacións científicas.

O 10 de outubro do ano 2.000 presentouse ao público culturagalega.org, cunha fórmula que, en liñas xerais, continúa existindo hoxe: un importante núcleo informativo, abondosos contidos de entretemento e servizos de interese para xentes culturais.

### Profundizando no modelo: a triangulación

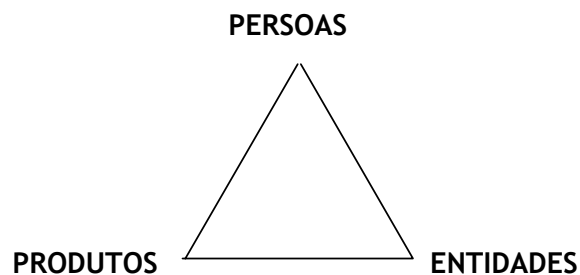
culturagalega.org é un axente de elevada potencia para coñecer a actualidade cultura galega. Introduzamos unha pequena mostra estatística:

Tipo de contido	Número de referencias
Noticias	6156
Fichas de libros	582 (dende 2003)
Producións audiovisuais	404 (dende 2002)
Contido multimedia asociado a producións audiovisuais	1000 imaxes, videos, bandas sonoras
Información detallada de membros do sector audiovisual	1408 persoas (directores, actores, técnicos, etc.)
Publicacións de banda deseñada	124 (dende 2004)
Contido multimedia asociado á banda deseñada	755 publicacións, imaxes, fondos de escritorio...
Libros descargábeis en PDF	138
Certames culturais publicados	468

**Fig. 1.** Mostra de recursos en culturagalega.org (a 22/06/2005).

A segmentación de contido que se pode ver nesta mostra parcial permite comprender como está configurado o portal: un espazo de múltiple acceso que garda información en formatos moi diferentes. No proceso de diferenciación de públicos e de intereses, culturagalega.org mantén varios accesos diferenciados ao medio en función de preferencias de consumo ou de profesionais. A edición xeral, chamada troncal, permite escanear con rapidez a proposta xenérica de información. Os soportais –na actualidade, contamos con catro- permiten dirixirse a contidos relativos a industrias culturais específicas. Deste xeito, lg3 céntrase na literatura galega, avg explora a actualidade do sector audiovisual, bd recolle a produción de banda deseñada e rcg da musical.

Os soportais, como vías de acceso específicas, reciclan contidos producidos na edición troncal e incorporan atención específica á realidade da produción. Na actualidade, a concepción de presentación de información en culturagalega.org baséase nun esquema a tres bandas:



**Fig 2.** Concepción da agrupación de información en culturagalega.org.



Este esquema reproduce os principais elementos do esquema de produción da industria cultural: os creadores, os produtos creados e as empresas produtoras e distribuidoras. A cultura contéplase nun sentido amplo, asignándolle relevancia dentro das persoas a axentes habitualmente non considerados como ‘parte importante do proceso’ de creación cultural, coma os produtores audiovisuais, os editores ou os ilustradores de libros. Neste concepto integrado, a información do día fortalece, enriquece e completa cada un dos conceptos do triángulo. Deste xeito, a información biográfica sobre calquera dos actores dunha película fica completada de xeito automático coas súas últimas declaracións. O mesmo acontece coas editoriais: na súa ficha non só aparecen os últimos libros editados, senón a súa declaración pública de beneficios ou a fichaxe dun novo escritor.

### **Un esquema de organización**

Comentamos con anterioridade que culturagalega.org contaba cun equipo estábel de seis persoas constituídas en redacción. A redacción segue un esquema inspirado en parte no modelo das redaccións audiovisuais e, en parte, no modelo dos medios impresos. En culturagalega.org existen redactores –que desempeñan tarefas de elaboración de contidos informativos, produtores –que son os encargados de determinar as características dunha área nova de contido que a redacción descoñece con anterioridade e de contactar con fontes de áreas pouco especializadas no tratamento con medios de comunicación –factor moi habitual na cultura galega. O deseño elabora a imaxe gráfica e a programación do portal, ámbolos dous aspectos están moi próximos entre si.

Nos cinco anos de existencia de culturagalega.org as previsións de público obxectivo do portal variaron sensíbelmente: ao longo destes anos, un novo público, formado por xestores e decisores culturais foi precisado unha maior demanda de información de apoio á toma de decisións. Co novo público, a confluencia entre o carácter documental e o carácter da información diaria ten que ser intensa, moi próxima e interconectada. Neste sentido, os produtores achegan á redacción as reflexións inmediatas dos técnicos da industria cultural sobre acontecementos do momento.

### **As leccións da experiencia**

Cinco anos despois da inauguración de culturagalega.org, a evolución deste medio cultural permite tirar algunhas conclusións de interese para a difusión e distribución cultural en Internet. Entre elas, é especialmente relevante o feito de que, a diferenza dos medios de comunicación tradicionais, en Internet a información cobra máis valor a medio prazo, na medida en que poida ser recuperada e contextualizada con outras informacións de xeito doado. A existencia dun medio cultural *universal*, dirixido a tódolos públicos, é dificilmente abarcábel se non se achegan estratexias para segmentar o contido cara audiencias con intereses específicos. O éxito dun produto cultural de carácter público, precisamente, está na fidelización desa audiencia. E a fidelización conséguese a través da actualización continua, da estabilidade e do establecemento de plans de expansión e desenvolvemento a medio prazo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. Vol. 1. La sociedad en red*, Madrid, Alianza Editorial, 2000, 2ª edición.

LÓPEZ, XOSÉ (ed.): *Informe da Comunicación 2002*. Santiago, Consello da Cultura Galega, 2002.

LÓPEZ, XOSÉ (ed.): *Galicia, España, Portugal e as factorías de futuro*. Actas das Xornadas celebradas os días 5 e 6 de xuño de 1997 en Santiago de Compostela. Santiago, Consello da Cultura Galega, 1998.

RHEINGOLD, HOWARD: *Smart Mobs. The next social revolution*. Cambridge (MA), Perseus Books Group, 2002

RIVAS, MANUEL; LÓPEZ, XOSÉ (coords): *Informe da Comunicación*. Santiago, Consello da Cultura Galega, 1993.

VARIS, TAPIO: *Os medios na era do coñecemento*. Santiago, Lea, 1998.

WORLD ASSOCIATION OF NEWSPAPERS, *World Press Trends, 2004*.



**PRINCIPALES POLÍTICAS Y PROGRAMAS DE  
ACTUACIÓN PARA LA SOCIEDAD DE LA  
INFORMACIÓN EN GALICIA E IRLANDA**

**Xosé Carlos Macía Arce**

Grupo de Investigación Socio-Territorial. GIS-T. IDEGA

Universidade de Santiago



La llegada de la Sociedad de la Información parece haber afianzado la gran barrera que separaba las regiones más desarrolladas del mundo del resto de las regiones, pero, al mismo tiempo, también se observa con nitidez que la Sociedad de la Información está originando la presencia de nuevos y destacados escenarios socio-económicos, otrora atrasados, o bien, con un menor grado de desarrollado. En este sentido, la Sociedad de la Información significa una nueva oportunidad de progreso económico y bienestar social para todos los espacios tradicionalmente rezagados. En cierto modo, Galicia e Irlanda ejemplifican estas dos realidades contrapuestas que acompañan la entrada de la Sociedad de la Información. Las estadísticas públicas sobre el uso y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación reflejan y evidencian la gran diferencia que existe en la actualidad entre las comunidades irlandesa y gallega en la Sociedad de la Información. Así, estadísticas oficiales de la Unión Europea, o bien, estadísticas destacadas a nivel nacional como el Estudio General de Medios (EGM) desarrollado por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), los informes anuales de la Fundación AUNA sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España (informes eEspaña 2001, 2002, 2003 y 2004), o bien, las encuestas llevadas a cabo por el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre equipamiento y tecnologías de la información y la comunicación en los hogares españoles, inciden en la posición de privilegio alcanzada por Irlanda en los últimos años, y en la situación de Galicia como un espacio desenganchado y apagado en la Sociedad de la Información.

El proyecto SIBIS (Statistical Indicators Benchmarking the Information Society)<sup>30</sup> indica que en el año 2003 el porcentaje de hogares conectados a Internet en España ascendía al 30%, un porcentaje muy inferior al 48% que se registraba en Irlanda según esta misma fuente. Para ese mismo periodo el INE reducía el porcentaje nacional en casi cinco puntos, fijándolo en un 25,2%. Con anterioridad, en el año 2002, los servicios estadísticos de la Unión Europea, Eurostat, establecían unas cifras porcentuales muy similares a las recogidas en el informe SIBIS 2003. En otros apartados, como por ejemplo la presencia y uso de ordenadores entre la población, la desventaja de España con respecto a sus socios europeos sigue siendo igual de evidente. Según el Ministerio de Ciencia y Tecnología, en el año 2002 el número de ordenadores personales por cada 100 habitantes era de 19,6 en España y de 42,1 en Irlanda. España se situaba a 15 puntos de la media europea, a 23 de la media irlandesa y a 46 de la media estadounidense (ver Figura 1).

Estadísticas muy recientes, elaboradas por la Comisión Europea 2003-2004 a través del proyecto SIBIS 2003, ofrecen información muy valiosa sobre los avances de los estados de la Unión Europea de los 25 en la Sociedad de la Información. Las variables más destacadas desvelan que el país con mayor porcentaje de usuarios de Internet es Dinamarca con un 68% de población que reconoce usar regularmente los servicios de la red. Irlanda

---

<sup>30</sup> El proyecto SIBIS fue establecido por la Comisión Europea bajo el Programa Information Society Technology 1998-2002. El objetivo del proyecto consistía en desarrollar los principales indicadores de progreso hacia la Sociedad de la Información, tomando en consideración las directrices de acción marcadas por eEurope. El proyecto SIBIS se centraba en nueve áreas principales de interés: Telecomunicaciones y Accesibilidad, Internet, Investigación y Desarrollo, Seguridad y Confianza, Educación, Empleo y Formación, Inclusión Social, e-Comercio, e-Administración y e-Salud.



ocupa la décima posición con un 51% de usuarios y España la décimo quinta con tan sólo un 35%. Sólo el 6% de los españoles practica el comercio electrónico y apenas un 5% se reconoce como población teletrabajadora. En contraposición, el 24% de los irlandeses accede regular u ocasionalmente a Internet para efectuar sus compras y casi el 11% practica el Teletrabajo. Por último, los españoles que recurren a Internet para efectuar consultas relacionadas con la salud representan un 13%, el mismo porcentaje que alcanzan los trabajadores que deciden seguir algún curso de formación en la red. En Irlanda los porcentajes representan el 32% y el 14% respectivamente.

Figura 1. Ordenadores personales por cada 100 habitantes.

	España	Alemania	Francia	Irlanda	Italia	Portugal	R.Unido	UE-15	EE.UU	Japón
1995	6,1	17,8	14,7	18,3	8,4	5,5	20,1	15,1	32,8	12
1996	7,9	20,9	16,2	21	9,2	6,7	21,6	16,7	36,4	16,2
1997	9,7	23,9	19,4	24	11,3	7,4	23,9	19,4	40,7	20,2
1998	10,9	27,9	23,2	27,3	13,3	8,1	26,8	22,4	45,9	23,7
1999	11,9	29,7	26,7	31,6	15,7	9,3	30,3	25	51,7	28,7
2000	14,5	33,6	30,4	35,9	18	10,5	33,8	28,2	57,2	31,5
2001	16,8	38	32,9	39,1	19,5	11,7	36,6	30,5	62,5	35,8
2002	19,6	43,1	34,7	42,1	23,1	13,5	40,6	34,5	65,9	38,2

Fuente: Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2002.

Teniendo en cuenta todas las cifras anteriores resulta evidente que la presencia de España en la Sociedad de la Información sigue ocupando una de las posiciones más rezagadas en la Unión Europea<sup>31</sup>, pero, también es cierto que su evolución en los últimos años ha sido importante como consecuencia lógica de haber iniciado su andadura en la Sociedad de la Información partiendo de una base muy pobre. Como muestra basta recurrir al informe eEspaña 2001, según el cual, la población española con acceso a Internet desde el hogar en el año 1999 era de, tan sólo, un 9%, frente al 33% de Holanda o el 31% de Dinamarca.

Por otra parte, en el ámbito estatal Galicia ocupa una posición marginal en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. La encuesta de tecnologías de la información en los hogares que realiza el INE, junto con la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones<sup>32</sup>, desvela que en el año 2003 el porcentaje de hogares gallegos con ordenador era de un 35,1%, muy lejos del 54,7% de la Comunidad de Madrid o del 45% de la media estatal. En concreto, en el año 2003 Galicia ocupaba la penúltima posición en el ranking de España, superando únicamente a la Comunidad Autónoma de Extremadura. Por otra parte, un informe de eEspaña 2004 divulga que en el año 2003 en Galicia tan sólo disponían de acceso a Internet el 16,9% de los hogares, frente al 32,7% de Cataluña, el 32,2% del País Vasco o, incluso, frente al 25,2% de media en España (ver Figura 2). Otros datos más favorables anunciaban que en este mismo año casi el 24% de los gallegos eran usuarios de Internet,

---

<sup>31</sup> Datos referidos a la Unión Europea de los 15.

<sup>32</sup> La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones es una entidad de derecho público, adscrita al Ministerio de Ciencia y Tecnología a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

mejorando sustancialmente el exiguo 2,5% del año 1998. Nuevamente, y al igual que acaecía con la estadística estatal, se aprecia una evolución significativa, pero, muy alejada del desarrollo de otras realidades europeas en la Sociedad de la Información.

Figura 2. Hogares con acceso a Internet 2002-2003. Datos relativos

CC AA	2002	2003	Var (%)	CC AA	2002	2003	Var (%)
Andalucía	12,93	20,8	62	C. Valenciana	15,16	22,92	60,9
Aragón	19,35	25,75	35,1	Extremadura	7,95	14,33	79,8
Asturias	13,32	21,38	53,3	Galicia	12,26	16,93	38,4
Baleares	20,89	29,75	47,7	La Rioja	14,14	20,71	55,5
Canarias	18,99	29	60	Madrid	25,91	31,74	29,4
Cantabria	12,35	22,69	86,4	Murcia	11,52	21,75	101
Castilla-La Mancha	7,55	14,69	98,1	Navarra	18,25	26,67	60,8
Castilla y León	12,44	20,98	71,5	País Vasco	21,87	32,2	52,6
Cataluña	23,74	32,66	44,2	<b>Total España</b>	<b>17,34</b>	<b>25,22</b>	<b>50,4</b>

Fuente: eEspaña 2004.

Por tanto, si España ocupa una de las últimas posiciones en el marco europeo de la Sociedad de la Información, y Galicia avanza a un ritmo preocupante en el contexto estatal, la primera conclusión clara es que *Galicia es un espacio desenganchado y apagado en la Sociedad de la Información* (Ferrás Sexto et al, 2004). Las causas de este atraso histórico pueden responder a múltiples circunstancias, entre las cuales, sin ninguna

duda, se encuentran las intervenciones relacionadas con el ámbito de la administración pública. Los programas políticos y las medidas concretas de actuación por parte de los distintos ejecutivos responsables, son trascendentales y determinantes para poder entender el desarrollo social y económico de una región concreta en la Sociedad de la Información. En estas circunstancias, el objetivo principal del presente artículo persigue identificar, valorar y comparar las políticas para la Sociedad de la Información en Galicia e Irlanda, siendo conscientes de que el marco político administrativo de estas dos regiones responde a dos realidades muy diferenciadas. La República de Irlanda se erigió como un estado independiente en la década de los años veinte del siglo pasado. Galicia, sin embargo, es una de las 17 Comunidades Autónomas que conforman el estado español. Por este motivo, en el estudio de caso de Galicia resulta inevitable señalar las principales líneas de actuación propuestas por la administración central española para la Sociedad de la Información. Por último, también se considera conveniente, en ambas situaciones, conocer las principales directrices políticas diseñadas en el contexto de la Unión Europea.

En marzo de 2000 el Consejo Europeo, reunido en Lisboa, recibió un documento de la Comisión Europea orientado a potenciar la presencia de la Unión Europea en la Sociedad de la Información. El Plan, bautizado como *Plan de Acción eEurope 2002: Una Sociedad de la Información para todos*, indicaba las principales directrices a seguir con la llegada de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. El Plan eEurope es en sí una iniciativa política dirigida a asegurar que todos los ciudadanos de la Unión Europea obtengan el máximo beneficio como consecuencia de los

cambios que está provocando la entrada de la Sociedad de la Información. La Comisión Europea propone acelerar los cambios y, sobre todo, garantizar que el proceso integre a todos los europeos. *Se trata de integrar, no de fragmentar. Es una oportunidad, no una amenaza* (eEurope 2002, pp. 2). En esta línea, los principales objetivos del Plan de Acción eEurope pretendían cumplir tres iniciativas básicas:

1. Universalizar las comunicaciones.
2. Potenciar la formación en Nuevas Tecnologías.
3. Construir la Sociedad de la Información en un ambiente integrador y de confianza.

Los principales obstáculos con los que se enfrentaba la iniciativa respondían a: un acceso a Internet lento, caro y poco seguro; un porcentaje bajo de población conectada a la red, poco emprendedora y con escasos conocimientos en tecnologías de la información y la comunicación; y una administración pública poco activa en la Sociedad de la Información.

Al margen de estos inconvenientes, el Plan de Acción eEurope 2002, que se concibe como una estrategia para influir en las decisiones políticas, proponía un esfuerzo común a los Estados miembros, a los distintos sectores económicos y a todos los ciudadanos de la Unión Europea para llevar a cabo una serie de recomendaciones en el período 2000-2003, con la intención clara de satisfacer las tres grandes iniciativas anteriormente mencionadas. Con este propósito, las encomiendas se centraban en:

1. Aproximar el ingreso de la juventud europea en la Sociedad de la Información. Los Estados de la Unión se comprometían a conectar todos los centros de educación a Internet para el 2002.
2. Conseguir abaratar los costes de acceso a la red. En este sentido resultó muy positiva la liberalización del sector de las telecomunicaciones en la Unión Europea el 1 de enero de 1998<sup>33</sup>.
3. Introducir el uso del correo electrónico en las empresas de la Unión Europea. Entre otras medidas, la Comisión Europea abogaba por crear y facilitar el dominio “eu”.
4. La Comisión también apostaba por establecer un servicio de Internet óptimo en el ámbito de la investigación y el estudio, apostando por el establecimiento de universidades virtuales y la colaboración en línea.
5. Una iniciativa destacada apostaba por la potenciación de la administración electrónica, induciendo al usuario a realizar sus gestiones personales a través de Internet.
6. Otras medidas importantes convenían la necesidad de incrementar la presencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el entramado de la sanidad pública, además de utilizarlas como herramienta estratégica para la integración de los sectores sociales más desfavorecidos.

---

<sup>33</sup> Desde 1990 la Comisión Europea ha ido estableciendo las condiciones necesarias para liberalizar el sector de las telecomunicaciones. Hasta el 1 de enero de 1998 el sector se encontraba dominado por empresas estatales en régimen de monopolio.

Los informes de Niza y Estocolmo recogen algunos de los avances promovidos por el Plan eEurope 2002. Otro informe destacado fue el *Informe de evaluación comparativa de la acción eEurope*, presentado en Bruselas en febrero de 2002. Este informe representa una referencia más de cómo está penetrando la Sociedad de la Información en Europa. Sus conclusiones más importantes son las siguientes:

1. El uso de Internet en la Unión Europea se mantiene por debajo del uso en los Estados Unidos. Se estima conveniente fomentar el uso de plataformas alternativas, como la telefonía móvil y la televisión digital.
2. La banda ancha se extiende por el territorio europeo a un ritmo muy lento.
3. Los países del norte de Europa están claramente mejor posicionados que los del sur en el uso, difusión y conocimiento de Internet.
4. Son evidentes los progresos en los centros de educación, sin embargo, continúan siendo acciones prioritarias aumentar la velocidad de las conexiones y el número de ordenadores conectados a Internet.
5. Se considera estratégica la inclusión electrónica de los ciudadanos desconectados o al margen de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Con el ánimo de sugerir nuevas propuestas de progreso en la Sociedad de la Información, la Comisión Europea elaboró un nuevo

documento que daba continuidad al plan eEurope 2002. Esta nueva propuesta bautizada como *eEurope 2005: Una Sociedad de la Información para todos*, fue presentada al Consejo Europeo reunido en Sevilla en el año 2002. El objetivo del Plan de Acción eEurope 2005 *era crear un marco favorable a la inversión privada y a la creación de nuevos puestos de trabajo, impulsar la productividad, modernizar los servicios públicos y ofrecer a todos la posibilidad de participar en la Sociedad de la Información mundial. eEurope 2005 pretende, pues, fomentar la seguridad de los servicios, aplicaciones y contenidos basados en una infraestructura de banda ancha ampliamente disponible* (eEurope 2005, pp. 2).

El Plan eEurope 2005 deja muy claro que es necesario construir infraestructuras y, al mismo tiempo, desarrollar servicios que den sentido a las mismas, pero, también deja muy claro que estos cometidos son competencia del sector privado: *el presente Plan de acción constituye una propuesta para que los Estados miembros asuman algunos compromisos de amplio alcance. Constituye asimismo una invitación al sector privado para que colabore con la Comisión y los Estados miembros en el logro de los objetivos de eEurope* (eEurope 2005, pp. 5). Esto significa que el Estado del Bienestar europeo no garantiza el acceso de los ciudadanos a la Sociedad de la Información, por contra, la presencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en un territorio dependerá sobre todo de la inversión privada, algo que puede ser muy perjudicial en las regiones periféricas y con poca capacidad de atraer capital, como podría ser el caso de Galicia.

El Plan mantiene que para el año 2005 la Unión Europea debería de disponer de una conexión rápida y segura asociada a las prestaciones y



ventajas que ofrece la banda ancha. Estas infraestructuras desplegarían servicios modernos de administración electrónica, salud y aprendizaje en línea, además de un entorno dinámico de negocios electrónicos. El éxito de este Plan, por otra parte demasiado ambicioso, repercutiría muy favorablemente en el desarrollo social y económico europeo.

En el ámbito estatal, las principales realizaciones del gobierno español para el desarrollo de la Sociedad de la Información están reguladas desde el año 2004 por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Con anterioridad, las actuaciones estaban dirigidas por el desaparecido Ministerio de Ciencia y Tecnología. En concreto, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se estructura en dos Secretarías de Estado: la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, y la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (ver Figura 3). Esta última es la principal impulsora de políticas destinadas a desarrollar la Sociedad de la Información en España.

Figura 3. Estructura del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.



Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

El repaso histórico reciente de las principales acciones estratégicas para desarrollar la Sociedad de la Información en España, arranca a principios del año 2001, fecha en la que se aprueba por un período inicial de tres años (2001-2003) el Plan INFO XXI<sup>34</sup>. Este Plan nació con la pretensión de unir y coordinar todas las iniciativas que estaban surgiendo desde el gobierno central, y estaba organizado para trabajar tres grandes líneas de actuación: el sector tecnológico, la administración electrónica y la sociedad. Los principales argumentos defendidos por el Plan INFO XXI anunciaban:

1. Mantener abierto el proceso de liberalización del sector de las telecomunicaciones. Así, además de autorizar la entrada de otras empresas de la competencia en el año 1998, se creó la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones con el fin de custodiar el proceso.
2. Se abrió un período de concesión de licencias a distintos operadores de telefonía y televisión.
3. Con la misma pretensión que las medidas anteriores, es decir, facilitar y abaratar el acceso de los ciudadanos a Internet, se impulsaba la entrada en el mercado de las tarifas planas de conexión a la Red.
4. Se trató de incentivar la presencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en las empresas, así como la formación técnica de los empleados, mediante la aplicación de subvenciones y otros incentivos fiscales.

---

<sup>34</sup> Es muy importante señalar que tanto el Plan eEurope como el Plan INFO XXI constituyen planes de promoción de la Sociedad de la Información; en ningún caso deben de confundirse con las políticas públicas de ejecución.

5. Se financiaron los programas de investigación relacionados con el área sectorial de la Sociedad de la Información.
6. El Plan INFO XXI pretendía seguir incidiendo en la implantación progresiva de los servicios de consulta y gestión electrónica en las distintas administraciones públicas. A tal efecto, en el año 2000 era posible realizar la Declaración de la Renta por Internet, o bien, utilizar el registro civil electrónico.
7. El objetivo principal del Gobierno y del Plan INFO XXI era evitar la brecha digital, es decir, el acceso desigual de los ciudadanos a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Era preciso llevar adelante un plan de alfabetización digital dirigido a todos los sectores de la población, especialmente en las escuelas, en las universidades y en las empresas.

En general, se puede afirmar que el Plan INFO XXI no alcanzó los objetivos previstos. Ya desde sus inicios, el Plan sufrió numerosas críticas que se fueron manteniendo durante todo el periodo que el Plan se mantuvo vigente. En su momento, el Ministerio de Ciencia y Tecnología, consciente del problema, optó por constituir una Comisión Especial de Estudio para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (CDSI)<sup>35</sup>, compuesta por profesionales y académicos de reconocido prestigio en el sector. Las conclusiones de esta Comisión en abril de 2003, recogidas en el documento *Aprovechar la oportunidad de la Sociedad de la Información en España*, apuntaban sobre todo en una dirección: la necesidad de concebir los planes con objetividad, planes realistas, que asentados sobre la realidad española y

---

<sup>35</sup> La Comisión fue creada por el Consejo de Ministros el día 27 de noviembre de 2002.

atendiendo a los instrumentos disponibles, sean capaces de alcanzar los objetivos propuestos inicialmente.

Tras analizar la situación de España en la Sociedad de la Información y los resultados obtenidos por el Plan INFO XXI, la Comisión apuntó como conclusión las siguientes recomendaciones:

1. Necesidad de generar un nuevo Plan de Acción para desarrollar la Sociedad de la Información en España.
2. Garantizar la participación activa de todas las administraciones públicas y obtener el compromiso firme de las autoridades ministeriales.
3. Establecer un organismo que actúe como elemento de coordinación entre las distintas administraciones públicas y que sepa agilizar la ejecución de los programas propuestos.
4. Difundir con mayor contundencia los beneficios del uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación entre la población española.
5. Reforzar la presencia de las Nuevas Tecnologías en la administración pública y en las empresas, con servicios de gestión ágiles y de fácil entendimiento.
6. Facilitar al ciudadano la adquisición de ordenadores y la conexión a Internet, incidiendo de manera especial en la integración de los colectivos sociales más desfavorecidos.

Partiendo de las recomendaciones ofrecidas por la Comisión Especial de Estudio para el Desarrollo de la Sociedad de la Información,

también conocida como la Comisión Soto<sup>36</sup>, la Administración General del Estado, conociendo el pobre bagaje del Plan INFO XXI, impulsó el *Plan España.es: Programa de Actuaciones para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Esta nueva iniciativa, a desarrollar en un periodo de dos años (2004-2005), dispone de un presupuesto inicial de 1.029 millones de euros, y en la misma participan la Administración General del Estado (63%), las Comunidades Autónomas (26%) y el sector privado (11%). A diferencia del Plan INFO XXI, este nuevo Plan es asumido en su totalidad por el Gobierno que vela por el cumplimiento íntegro del mismo. *Este Programa representa la apuesta decidida del Gobierno por adoptar un conjunto de iniciativas coherentes e integradoras para situar a nuestro país en línea con los más avanzados* (España.es, pp. 8). Siguiendo este principio fundamental de rigurosidad, se encomienda la gestión empresarial del Plan a la entidad pública Red.es<sup>37</sup>. En síntesis, el Plan presenta seis grandes líneas de actuación:

1. Administración.es: esta acción pasa por la modernización de los servicios de la administración pública a partir del uso generalizando de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en todos los procedimientos. El presupuesto para desarrollar esta medida se cifra en 180 millones de euros.

---

<sup>36</sup> La Comisión Especial de Estudio para el Desarrollo de la Sociedad de la Información estaba presidida por Juan Soto Serrano, Presidente de Honor de Hewlett Packard en España.

<sup>37</sup> La Entidad Pública Empresarial Red.es, adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, tiene encomendadas de forma oficial una serie de funciones con la intención de contribuir al desarrollo de las telecomunicaciones y la sociedad de la información en nuestro país. Por ejemplo, además de gestionar el *Plan España.es*, tiene como función gestionar el registro de nombres de dominio ".es".

2. Educación.es: está previsto que este programa, que dispone de 249 millones de euros para su ejecución, se prolongue hasta el año 2007. Entre las medidas se planea dotar de acceso inalámbrico a todos los centros públicos de Educación Secundaria y Formación Profesional, suministrar ordenadores portátiles a todos los profesores y lanzar una página Web (educación.es) con servicios y contenidos de interés para la comunidad educativa.
3. Pyme.es: con la intención de mejorar la productividad de las empresas españolas, se programa una inversión de 132 millones de euros destinados a buscar una mayor implicación de las pequeñas y medianas empresas con el uso de las TIC.
4. Navega.es: esta línea de actuación se marca como reto evitar que existan colectivos de población desconectados de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, esquivando de esta manera el fenómeno conocido como Brecha Digital. Entre las medidas, financiadas con 240 millones de euros, está previsto establecer 2.000 puntos de acceso público a Internet en las áreas rurales.
5. Contenidos.es: la intención de este programa persigue que el ciudadano de a pie perciba Internet como una herramienta útil, con contenidos serios y de gran calidad. Esta actuación tiene prevista una inversión de 220 millones de euros.
6. Comunicación.es: nace con el objeto de divulgar las actuaciones del Plan España.es, buscar la participación activa del ciudadano e

implicar a las instituciones públicas y privadas. Cuenta con un presupuesto de 15 millones de euros.

Como complemento a todas las actuaciones previstas por el Plan España.es, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, asume, entre otras causas, el ejercicio de las siguientes competencias:

- 1. El estudio, propuesta y ejecución de la política general sobre telecomunicaciones, medios audiovisuales y desarrollo de la sociedad de la información.*
- 2. La elaboración y propuesta de la normativa referente a la ordenación y regulación de las telecomunicaciones, los medios audiovisuales y los instrumentos que favorezcan el desarrollo de la sociedad de la información.*
- 3. La promoción y desarrollo de las infraestructuras y servicios avanzados de telecomunicaciones y de la sociedad de la información. (SETSI, 2005).*

Con estos fines, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información dirige las políticas del Estado para el desarrollo de la Sociedad de la Información desde dos Direcciones Generales: la Dirección General de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, y la Dirección General para el desarrollo de la Sociedad de la Información. Esta última, alberga una serie interesante de programas y actuaciones:

1. PROFIT: Instrumento destinado a la promoción de actividades de investigación y desarrollo tecnológico.
2. ArtePYME: Convoca la concesión de subvenciones para la realización de proyectos de servicios avanzados de telecomunicación, de interés común para las pequeñas y medianas empresas.
3. FORINTEL: Ayudas destinadas al desarrollo de proyectos de formación a usuarios y profesionales de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
4. PISTA: Tiene por objeto impulsar el desarrollo de aplicaciones y poner en marcha prototipos de sistemas y servicios dirigidos a sectores clave, entre los que destacan muy especialmente la propia administración, en sus tres niveles, y los servicios públicos.
5. Ciudades Digitales: Programa cuyo objetivo es la promoción e implantación de la Sociedad de la Información en un entorno local, empleando infraestructuras de telecomunicaciones de alta velocidad. Las áreas de actuación comprenden todos los temas relacionados con la Sociedad de la Información, especialmente la teleadministración, la telemedicina, el teletrabajo, la formación, el comercio electrónico, la cultura y el ocio. El programa Ciudades Digitales está desarrollando una serie de experiencias piloto en todo el territorio nacional. En Galicia, el municipio seleccionado ha sido A Estrada, con actuaciones complementarias en As Pontes y Vilalba.



6. Internet para todos: Se trata de una iniciativa que persigue hacer de Internet una herramienta muy próxima a los ciudadanos y, así, evitar las desigualdades sociales entre ciudadanos conectados a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, y ciudadanos desconectados o al margen de las mismas. Con tal propósito, la iniciativa Internet para todos incorpora un programa de alfabetización digital.

En Galicia, los principales programas y líneas de actuación para la Sociedad de la Información tienen su origen en la administración autonómica, es decir, están canalizados a través de la Xunta de Galicia. Por otra parte, como se pudo comprobar en líneas anteriores, también existen ciertas iniciativas impulsadas por el Gobierno de Madrid, canalizadas sobre todo desde el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, o bien, las promovidas por la Unión Europea en pro del desarrollo de la Sociedad de la Información en todas las regiones europeas, pero, en ambos casos son políticas muy extensas y de promoción que en ningún caso guardan un carácter de exclusividad con el territorio gallego. Por último, la Sociedad de la Información también se desarrollará partiendo de pequeñas iniciativas en los Concellos, aunque, en cualquier caso suelen ser proyectos muy puntuales y con una proyección de carácter local.

La Xunta de Galicia se compone de 14 Consellerías que a su vez se estructuran en Direcciones Xerais y en Organismos Autónomos dependientes. En la actualidad, quizás con la excepción de la Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, no existe ninguna institución u

organismo público comprometido con el desarrollo exclusivo de la Sociedad de la Información en Galicia. La Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo gestionó la publicación de dos documentos oficiales identificados como el Libro Branco da Sociedade da Información y el Libro Branco das Telecomunicacións, pero, en ambos casos se correspondían con monografías de carácter general<sup>38</sup> y carecían de un programa claro de actuación en Galicia. En suma, la administración gallega no ha contemplado, de momento, la elaboración de un Plan Estratégico de Sociedad de la Información para Galicia. Sólo existen pequeñas iniciativas repartidas entre las distintas instituciones del Gobierno Autónomo. Por ejemplo, en la misma Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, la Dirección Xeral de Comunicación Social e Audiovisual alberga el Centro Multimedia de Galicia y la red de comunicaciones de la Xunta de Galicia, RETEGAL<sup>39</sup>. También se puede apreciar alguna intención de compromiso con las nuevas tecnologías en dos documentos vitales para el desarrollo económico de Galicia: el “Plan Estratégico de Desenvolvemento Económico de Galicia 2000-2006” y el “Plan Galicia -Plan de Dinamización Económica”, pero, en cualquier caso son intenciones aisladas recogidas en planes estratégicos generales que no forman parte de un proyecto común encaminado a potenciar la presencia y el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en Galicia.

La situación irlandesa es totalmente contraria a la realidad gallega. El Department of the Taoiseach, dirigido en 2004 por Mary Hanafin, actúa como nexo de unión entre el Presidente, el Taoiseach o Primer Ministro y

---

<sup>38</sup> Las monografías fueron encargadas a la compañía Telefónica.

<sup>39</sup> Redes de Telecomunicacións Galegas.

los Departamentos o Ministerios del Gobierno. Las competencias fundamentales del Department of the Taoiseach consisten en aconsejar, administrar y apoyar las decisiones del Taoiseach. Además, el Departamento dirige todas las políticas relacionadas con la Sociedad de la Información a partir de la creación de una unidad especial de trabajo conocida como ISPU<sup>40</sup>, Information Society Policy Unit. También coordina las políticas de planificación económica y social, y dirige todos los asuntos relacionados con Irlanda del Norte y la Unión Europea.

El Taoiseach, como Primer Ministro, tiene autoridad para decidir que políticas o tareas son de máxima urgencia y delegar la responsabilidad de las mismas en el Department of the Taoiseach. En la actualidad, estas políticas incluyen un Plan Estratégico para la modernización del sector público, la coordinación del gobierno irlandés con las políticas de la Unión Europea e Irlanda del Norte, el Consejo y el Forum Nacional de políticas económicas y sociales, el servicio de prensa del Gobierno, el Centro Nacional de Asociaciones, una unidad de trabajo en políticas de Sociedad de la Información y la creación, tutela y cooperación con la Information Society Commission<sup>41</sup>.

Mary Hanafin, como Ministra del Department of the Taoiseach, es la máxima autoridad y responsable directa de la evolución y progreso de Irlanda en cuestiones relacionadas con la Sociedad de la Información. En palabras de Mary Hanafin, *las tecnologías de la información y la comunicación hacen posible nuevas conexiones, nuevas vías de interactuar y crear negocios, y nuevas formas de comunicación que cambian la*

---

<sup>40</sup> Unidad o Departamento de Políticas de Sociedad de la Información.

<sup>41</sup> Comisión de Estudio de la Sociedad de la Información.

*administración tradicional. En mi punto de vista, la Sociedad de la Información consiste en explotar esas oportunidades, usando la tecnología para mejorar la vida de las personas*<sup>42</sup>. Las responsabilidades atribuidas a Mary Hanafin como Ministra para el desarrollo de la Sociedad de la Información son:

1. Asegurar, promover y dirigir las políticas nacionales de desarrollo en Sociedad de la Información.
2. Coordinar las políticas de Sociedad de la Información con todos los Departments o Ministerios del Gobierno.
3. Representar a Irlanda en el contexto europeo a partir del uso de las nuevas tecnologías.

La Ministra es asistida en sus funciones por la Information Society Policy Unit (ISPU) que tiene la responsabilidad de desarrollar, coordinar y conducir la implementación de todas las propuestas políticas y programas de acción en Sociedad de la Información. El objetivo es asegurar el éxito de Irlanda como una Sociedad de la Información basada en el conocimiento, la participación ciudadana y la competitividad. Esta unidad de trabajo, ISPU, centra su actividad, sobre todo, en las iniciativas de trabajo propuestas en el Government Action Plan: New Connections<sup>43</sup>, un documento oficial en el que se dispone la estrategia a seguir con vistas a potenciar la Sociedad de la Información en Irlanda. Además, la ISPU también tiene responsabilidades en las siguientes áreas:

---

<sup>42</sup> Ver Information Society Policy en Department of the Taoiseach, [www.taoiseach.gov.ie](http://www.taoiseach.gov.ie).

<sup>43</sup> Plan de Acción del Gobierno: Nuevas conexiones.

1. Potenciar el eGovernment<sup>44</sup>.
2. Dirigir e informar sobre los avances de la iniciativa eEurope en Irlanda.
3. Auditar y evaluar las subvenciones del Information Society Fund<sup>45</sup>.

Bajo la secretaría y coordinación de la ISPU, existen otras instituciones y grupos de trabajo que colaboran activamente en el desarrollo de la Sociedad de la Información:

- El Cabinet Committee on the Information Society<sup>46</sup>. Velan el cumplimiento de la agenda en Sociedad de la Información.
- El eStrategy Group of Secretaries General<sup>47</sup>. Dirigen estrategias de carácter nacional y complementan el trabajo del Cabinet Committee.
- El Assistant Secretaries eGovernment Implementation Group<sup>48</sup>. Coordinan las políticas de Sociedad de la Información en todos los Departamentos y agencias del Gobierno.
- La Information Society Commission. Institución independiente que actúa como consejera del Gobierno. La Comisión está integrada por miembros de la comunidad empresarial y representantes de la sociedad y del Gobierno.

---

<sup>44</sup> Gobierno en línea y administración electrónica.

<sup>45</sup> El Information Society Fund fue establecido por el Gobierno en el año 1999 para facilitar el cumplimiento de los objetivos previstos por el Plan de Acción del Gobierno en Sociedad de la Información.

<sup>46</sup> Consejo de Ministros del Comité de Sociedad de la Información.

<sup>47</sup> Grupo Estratégico de Secretarios Generales.

<sup>48</sup> Grupo de Asistencia del Gobierno electrónico.

En síntesis, Galicia no dispone de un Plan Estratégico para la Sociedad de la Información, por tanto, es muy difícil coordinar políticas y obtener resultados exitosos cuando no se parte de un programa de actuación serio y bien estructurado. Por el contrario, en sólo cuatro años el Gobierno irlandés, encabezado por el Department of the Taoiseach y la Information Society Policy Unit, confeccionó dos documentos estratégicos de gran relevancia, en los que se proponen todas las políticas e iniciativas del Gobierno para el desarrollo real de la Sociedad de la Información en Irlanda.

## BIBLIOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Febrero a Noviembre de 2000* [en línea]. 2000 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Abril de 2000 a Marzo de 2001* [en línea]. 2001 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Octubre de 2000 a Mayo de 2001* [en línea]. 2001 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Febrero de 2001 a Noviembre de 2001* [en línea]. 2001 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Abril de 2001 a Marzo de 2002* [en línea]. 2002 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Octubre de 2001 a Mayo de 2002* [en línea]. 2002 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Febrero de 2002 a Noviembre de 2002* [en línea]. 2002 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Abril de 2002 a Marzo de 2003* [en línea]. 2003 [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Octubre de 2002 a Mayo de 2003* [en línea]. 2003 [ref. de 22 de enero de 2004]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
*Estudio General de Medios. Resumen General, Febrero de 2003 a Noviembre de*

- 2003 [en línea]. 2003 [ref. de 22 de enero de 2004]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Estudio General de Medios. Resumen General, Abril de 2003 a Marzo de 2004* [en línea]. 2004 [ref. de 16 de junio de 2004]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Estudio General de Medios. Resumen General, Octubre de 2003 a Mayo de 2004* [en línea]. 2004 [ref. de 16 de junio de 2004]. Disponible en Web: <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- COMISIÓN ESPECIAL DE ESTUDIO PARA EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA. *Aprovechar la Oportunidad de la Sociedad de la Información en España*. Madrid: Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2003.
- COMISIÓN EUROPEA. *SIBIS. Statistical Indicators Benchmarking the Information Society*. [en línea]. Comisión Europea, 2003. [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Internet: <http://www.sibis-eu.org/>.
- COMISIÓN EUROPEA: POLÍTICA REGIONAL. *The Urban Audit*. Vol. I, II. [en línea]. Luxembourg: European Communities, 2000 [ref. de 14 de noviembre 2002]. Disponible en Web: <http://europa.eu.int/comm/regionalpolicy/urban2/urban/audit/src/publics.htm>.
- COMISIÓN EUROPEA. *Plan de Acción eEurope: Una Sociedad de la Información para todos*. Lisboa: Comisión Europea, 2000.
- COMISIÓN EUROPEA. *Plan de Acción eEurope 2002: Una Sociedad de la Información para todos*. Bruselas: Consejo Europeo; Comisión Europea, 2000.
- COMISIÓN EUROPEA. *Plan de Acción eEurope 2005: Una Sociedad de la Información para todos*. Bruselas: Comisión Europea, 2002.
- COMISIÓN EUROPEA. *Puesta al día sobre eEurope 2002*. Bruselas: Comisión Europea, 2000.
- COMISIÓN EUROPEA. *eEurope 2002. Informe de evaluación comparativa de la acción eEurope*. Bruselas: Comisión Europea, 2002.
- COMISIÓN INTERMINISTERIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS. *INFO XXI, La Sociedad de la Inform@ción para todos. Iniciativa del Gobierno para el Desarrollo de la Sociedad de la Información*. Madrid: Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2000.
- DEPARTMENT OF ENTERPRISE, TRADE AND EMPLOYMENT, OFFICE OF SCIENCE & TECHNOLOGY. *Information Society Technologies Programme. Fifth European Union Framework Programme of Research, Technological Development and Demonstration, 1998-2002*. Dublín: Office of Science & Technology, 1998.



- DOONEY, Sean; O'TOOLE, John. *Irish Government today*. 2ª ed. Dublín: Gill & Macmillan, 1998.
- FERRÁS SEXTO, Carlos; ARMAS QUINTÁ, Francisco; GARCÍA VÁZQUEZ, Yolanda; MACÍA ARCE, Carlos. "Metodología de intervención para vencer la brecha digital. La experiencia de [www.infobrion.com](http://www.infobrion.com)" En: Actas VI Coloquio Internacional Geocrítica: El impacto social y espacial de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, *Scripta Nova* [en línea]. 2004, vol. VII. Disponible en Internet: <http://www.ub.es/geocrit/menu.htm>
- FUNDACIÓN RETEVISIÓN AUNA. *eEspaña 2001. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Madrid: Fundación Retevisión, 2001.
- FUNDACIÓN AUNA. *eEspaña 2002. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Madrid: Fundación Auna, 2002.
- FUNDACIÓN AUNA. *eEspaña 2003. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Madrid: Fundación Auna, 2003.
- FUNDACIÓN AUNA. *eEspaña 2004. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Madrid: Fundación Auna, 2004.
- INFORMATION SOCIETY COMMISSION. *Building the Knowledge Society*. Dublín: Department of the Taoiseach, 2002.
- INFORMATION SOCIETY COMMISSION. *Information Society Ireland. Third Report of Ireland's Information Society Commission*. Dublín: Government of Ireland, 2000.
- INFORMATION SOCIETY COMMISSION. *Information Society Ireland. Second Report of Ireland's Information Society Commission*. Dublín: Government of Ireland, 1999.
- INFORMATION SOCIETY COMMISSION. *Building a Capacity for Change: Lifelong Learning in the Information Society*. Dublín: Government of Ireland, 1999.
- INFORMATION SOCIETY COMMISSION. *Information Society Ireland. First Report of Ireland's Information Society Commission*. Dublín: Government of Ireland, 1998.
- INFORMATION SOCIETY STEERING COMMITTEE. *Information Society Ireland. Strategy for Action*. Dublín: Forfás, 1996.
- INFORMATION SOCIETY POLICY UNIT. *New Connections. A Strategy to realise the potential of the Information Society. Government Action Plan*. Dublín: Department of the Taoiseach, 2002.
- INFORMATION SOCIETY POLICY UNIT. *Implementing the Information Society in Ireland: An Action Plan*. Dublín: Department of the Taoiseach, 1999.
- IRISH GOVERNMENT. *Ireland: Information on the Irish State*. [en línea], [ref. de 3 de junio de 2004]. Disponible en Internet: <http://www.irlgov.ie>.
- IRISH GOVERNMENT. *State Sponsored Body*. [en línea], [ref. de 3 de junio de 2004]. Disponible en Internet: <http://www.irlgov.ie/organisations/list.asp?type=9&D=State+Sponsored+Body>

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Datos 2002*. [en línea]. [ref. de 14 de abril de 2003]. Disponible en Web: <http://www.ine.es/inebase/cgi/um?L=&N=&O=pcaxis&M=%2Ft25%2Fp450%2Fa2002>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Datos 2003*. [en línea]. [ref. de 10 de febrero de 2004]. Disponible en Web: <http://www.ine.es/inebase/cgi/um?L=&N=&O=pcaxis&M=%2Ft25%2Fp450%2Fa2003>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Datos 2004*. [en línea]. [ref. de 5 de abril de 2005]. Disponible en Web: <http://www.ine.es/inebase/cgi/um?L=&N=&O=pcaxis&M=%2Ft25%2Fp450%2Fa2004>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Contabilidad Regional de España base 1995. Serie 1995-2003*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística, 2004.
- INSTITUTO GALEGO DE ESTADÍSTICA. *Enquisa das condicións de vida das familias. Ano 2003*. Santiago de Compostela: Instituto Galego de Estatística, 2004.
- INSTITUTO GALEGO DE ESTADÍSTICA. *Indicadores Demográficos 2002*. [en línea]. 2004 [ref. de 12 de Septiembre de 2005]. Disponible en Web: [http://www.ige.xunta.es/ga/demograficas/ind\\_dem/index2002.htm](http://www.ige.xunta.es/ga/demograficas/ind_dem/index2002.htm).
- MIDLAND REGIONAL AUTHORITY. *Making IT the Midlands*. Offaly: Computer Application Information Technology, 2002.
- MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA. *España.es. Programa de Actuaciones para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Madrid: Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2003.
- SOUTH WEST REGIONAL AUTHORITY. *Making a STAND for people. Shaping the Information Society in Cork and Kerry. Options for the future*. Ballincollig: South West Regional Authority, Telecom Centre, 1998.
- XUNTA DE GALICIA. TELEFÓNICA. *Libro Branco da Sociedade da Información de Galicia*. [en línea]. 2001 [ref. de 26 de mayo 2003]. Disponible en web: <http://www.xunta.es/conselle/cultura/libroblanco/>.

# **NOVOS PROCESOS DE DESENVOLVEMENTO RURAL A PARTIR DA IMPLANTACIÓN DAS TIC**

**Francisco Xosé Armas Quintá**

Grupo de investigación Socio-Territorial. GIS-T IDEGA.

Universidade de Santiago de Compostela



## **1. Introducción.**

Esta comunicación é froito dunha das investigacións que se están levando a cabo dentro seo do Grupo de Investigación Socio-Territorial (GIS-T IDEGA) da Universidade de Santiago, dirixido polo Dr. Carlos Ferrás Sexto. Durante a celebración das II Xornadas SINDUR “Novas Tecnoloxías e Economía Cultural”, que tiveron lugar en Santiago de Compostela e Brión do 15 ó 17 de decembro de 2004, foron presentados os avances dunha delas que ten por obxectivo estudar os posibles procesos de desenvolvemento a partir das TIC e a emigración de retorno nos espazos rurais. Nesta breve comunicación, tentarei expoñer os obxectivos perseguidos, así como algunhas experiencias europeas que conseguiron boa parte dos seus obxectivos de cara o desenvolvemento socioeconómico de espazos periféricos mediante a implantación das TIC, freando a emigración, e mesmo a potenciación dos movementos de retorno de poboación moza altamente cualificada e emprendedora.

É importante destacar que nesta comunicación, só se presentan algúns dos avances da investigación que se está a levar a cabo, por tanto non é unha exposición de resultados. A temática deste estudio abarca a revolución das tecnoloxías da información e comunicación de cara a inmersión na sociedade da información, así como os movementos de retorno, todo elo co propósito de impulsar o desenvolvemento dos espazos rurais. Levei a cabo un rastreo exhaustivo coa finalidade de atopar estudos similares ó que estou a realizar. A revisión bibliográfica, fíxose por un lado nos fondos da Universidade de Santiago de Compostela (<http://busc.usc.es>), e na Rede de Bibliotecas Universitarias REBIUN (<http://rebiun.crue.org>) empregando “palabras chave” relacionadas tanto coas novas tecnoloxías e

sociedade da información, como coa emigración de retorno e desenvolvemento rural. Esta busca repetiuse coas palabras chave seleccionadas en tres idiomas distintos; galego, castelán e inglés.

Por outro lado, e para rematar coa busca de referencias bibliográficas relacionadas coa emigración de retorno, novas tecnoloxías e desenvolvemento rural, fixéen un rastreo por Internet empregando o motor de busca GOOGLE. Decidín seleccionar este buscador por ser un dos máis empregados en Internet, e ter unha gran rapidez e capacidade de busca, tendo indexadas máis de oito millóns de direccións URLs. A metodoloxía a seguir, foi a mesma que no caso dos fondos bibliográficos da Universidade de Santiago e a rede de bibliotecas universitarias REBIUN, empregando as mesmas palabras clave. Neste caso, para precisar máis a busca, limitei os resultados do rastreo a extensións de arquivos PDF<sup>49</sup> DOC<sup>50</sup> e RTF<sup>51</sup>. Deste xeito, o buscador só mostra arquivos con títulos relacionados coas palabras clave da busca, evitando todos aqueles sitios web que aparecerían só por conter nalgunha parte da páxina, o termo que se introduciu na busca. De tódolos resultados mostrados polo buscador, foron revisadas para as distintas combinacións de termos, as trescentas primeiras entradas, sempre e cando o buscador fose capaz de mostralas.

Do rastreo bibliográfico, tanto nos fondos da Universidade de Santiago, nos da Rede de Bibliotecas Universitarias, como en Internet non

---

<sup>49</sup> Os arquivos con extensión PDF correspóndese cun formato de Adobe Systems empregado para intercambiar documentos electrónicos de forma segura e fiable. Este tipo de documentos son compatibles con calquera plataforma de software.

<sup>50</sup> Os arquivos con extensión DOC son os resultantes do procesador de textos máis universal, o Microsoft Word.

<sup>51</sup> Os arquivos con extensión RTF (Rich Text Format) e outro dos formatos xerados polo procesador de textos Microsoft Word.

foi atopado ningún estudio que relacionase as tecnoloxías da información e comunicación e os movementos de retorno como posibles motores de desenvolvemento socioeconómico dos espazos rurais. Resulta por tanto unha investigación innovadora, tanto dende o punto de vista temático como metodolóxico, e sen lugar a dúbidas con numerosas dificultades e escollos por salvar. É necesario citar, que esta investigación conta co apoio indispensable do proxecto SINDUR: Sociedade da Información e Desenvolvemento Urbano-Rexional, fundamentalmente no referente ó deseño da metodoloxía de estudo. Este proxecto de investigación foi subvencionado polo Ministerio de Educación e Ciencia (SEC2002-01874), e dirixido polo profesor Dr. Carlos Ferrás Sexto.

Da revisión bibliográfica, obtivéronse numerosos estudos relacionados coa sociedade da información, as tecnoloxías da información e comunicación e o desenvolvemento rural, así como os procesos de emigración de retorno a nivel nacional e internacional. Estes foron analizados minuciosamente de cara a establecer unha base teórica que xustifique na medida do posible, a viabilidade desta investigación.

Ó longo desta comunicación, presentaranse algunhas das experiencias internacionais que apostaron pola implantación das novas tecnoloxías da información e comunicación, e a inmersión na sociedade da información como motor de desenvolvemento rural. Ó mesmo tempo tamén farei referencia ó papel importante que tivo e segue a ter, a emigración de retorno como factor de desenvolvemento socioeconómico nos espazos rurais. A este respecto mostraranse os resultados dunha investigación en profundidade que levei a cabo no concello lugués de Antas de Ulla, co gallo de estudar os movementos de retorno e as súas consecuencias sociais e

económicas neste concello rural da Galicia interior. Por último, exporei os motivos polos que as novas tecnoloxías da información e comunicación e os movementos de retorno, en especial os das segundas xeracións, poden impulsar procesos de desenvolvemento social e económico nos espazos rurais, afrontando o forte grao de avellentamento e despoboación que padece a inmensa maioría das aldeas rurais galegas.

## **2. Sociedade da información e desenvolvemento rural.**

Co progresivo avance das novas tecnoloxías da información e comunicación, estase a producir un incipiente cambio na organización social, con repercusións que afectan tamén á economía e á cultura. Para facer referencia a este novo tipo de sociedade, acuñáronse diferentes termos entre os que están o de Sociedade da Información, Sociedade do Coñecemento e Sociedade Postindustrial. Todos estes cambios, están relacionados coa substitución dos mecanismos tradicionais propios da sociedade industrial, polas novas formas de intercambio baseadas na información e ligadas ó progreso das tecnoloxías da información e comunicación.

Os avances tecnolóxicos permiten a comunicación instantánea con calquera lugar do mundo, así como o acceso á información e ó coñecemento. Ábrense novas posibilidades de mercado e emprego, pero tamén se destrúen para as persoas menos cualificadas ou “desconectadas” desta Rede Global; é o que se veu en chamar a Fenda Dixital ou “Digital Divide”. Por este motivo é moi importante non deixar de lado ós territorios menos favorecidos, tanto dende o punto de vista social como económico. Existen consecuencias negativas na sociedade globalizada, especialmente



dende a difusión da Rede de redes, Internet. Existe un perigo grave de exclusión social, sobre todo nos estratos sociais máis pobres e nas persoas maiores que non están conectadas á sociedade da información, polo que os gobernos deben tomar conciencia deste perigo (Cairncross, 2001). Por outro lado, tamén ten consecuencias positivas para os espazos rurais, xa que poden verse enormemente beneficiados ó poder acoller o traballo que antes se facía na oficina situada na cidade (teletraballo), debido ó desenvolvemento das redes de telecomunicacións e o auxe das novas tecnoloxías.

Tanto os estados en xeral como as administracións rexionais en particular, non deben de marxinar a estes espazos debido á menor demanda existente das redes de telecomunicacións de banda ancha. É necesario crear unha conciencia social das oportunidades e vantaxes que ofrecen estas ferramentas tecnolóxicas, e potenciar a alfabetización dixital dos sectores de poboación máis emprendedores e estratéxicos para levar a diante procesos de desenvolvemento económico e social. Hoxe en día son moitas as empresas que obteñen os mesmos ingresos ou superiores polas súas vendas na Rede, que as efectuadas nos propios establecementos, e isto é só o comezo.

Existen serios obstáculos que actúan de freo para a consecución dun desenvolvemento económico rural a partir da difusión das tecnoloxías da información e comunicación. As políticas de infraestructuras baseadas nas TIC, deben estar integradas noutras políticas e é preciso poñer especial interese na educación e a formación dos cidadáns. Existen obstáculos que frean as posibilidades de desenvolvemento, tales coma políticas públicas

demasiado defensivas, falta de cultura de innovación ou lagoas en materia de formación ou cualificación.

Para a implantación das TIC nas áreas rurais, requírese ter presente tres cuestións. Por un lado, dispoñer dunha boa infraestrutura de telecomunicacións e servizos, elixir un modelo de desenvolvemento das tecnoloxías da información e comunicación apropiado, e por último, levar a cabo programas de observación e valoración de resultados. As tecnoloxías da información e comunicación, poden xogar un papel crucial de cara o desenvolvemento económico e social dos espazos rurais e existen experiencias en distintos países europeos que así o avalan. Se ben é certo que hai unha enorme desigualdade a nivel mundial en relación ó acceso as telecomunicacións básicas.

Son moitas as oportunidades que brindan as tecnoloxías da información e comunicación para favorecer o desenvolvemento dos espazos rurais, entre elas destacar a implantación de novas empresas ligadas ás TIC, tales como as dedicadas á programación de software, edición de xornais electrónicos, deseños web, revistas electrónicas, etc., así como a apertura de novos mercados mediante o comercio electrónico; xa non é imprescindible a localización dun negocio nas cidades onde se aglomera a meirande parte da poboación mundial, senón que se pode ofertar todo tipo de produtos dende calquera lugar do mundo a calquera persoa onde queira que se atope sempre e cando esta estea “enganchada” á sociedade da información.

A continuación e a modo de exemplo, exporei algunhas iniciativas de desenvolvemento rural a partir das TIC levadas a cabo nos Highlands e Islands de Escocia.

A rexión dos Highlands e Islands, ocupa unha superficie de 39.000 km<sup>2</sup> e ten unha poboación aproximada duns 370.000 habitantes. A pesar do descenso das actividades tradicionais como a pesca, a gandería, a extracción de petróleo na costa e o peche das bases militares, a súa poboación tivo un lixeiro aumento (0,3% no período 1991-1998). A explicación radica do desenvolvemento no sector do turismo, e mais na creación de postos de traballo no sector das TIC. Estas dúas actividades contrapesaron unha larga tradición migratoria facilitada por un alto nivel de formación, máis alto ca media do Reino Unido.

No ano 1991 o Scottish Office creou o Highlands and Islands Enterprise (HIE) ([www.hie.co.uk](http://www.hie.co.uk)), co fin de contrarrestar o descenso demográfico e económico. Trátase dunha axencia pública de 300 empregados que ten como obxectivos axudar ó crecemento das empresas e negocios, reforzar as comunidades e desenvolver a formación. Dende o comezo da súa actividade, o HIE creou ou retivo uns 28.000 postos de traballo na súa área e asegurou uns 4.000 postos máis relacionado co investimento estranxeiro.

O primeiro paso para a promoción das TIC, centrouse nas infraestructuras. Na súa financiación participaron a operadora British Telecom, o Fondo Europeo para o Desenvolvemento Rural (ERDF) (European Rural Development Fund), e o HIE (Highlands and Islands Enterprise). A finalidade e estratexia do HIE, era dotar á rexión dunha boa

rede de infraestructuras de telecomunicacións para atraer investimento estranxeiro.

Construír unha rede de telecomunicacións eficiente en áreas remotas, é esencial para estimular o desenvolvemento socioeconómico, pero elo non é suficiente se non se coñecen as súas potencialidades e as súas novas aplicacións. Para elo o HIE, coa axuda dos fondos da UE, decidiron mediante unha serie de asesores, explicar o manexo de computadores e crear unha conciencia común do uso das TIC entre os empresarios.

Outras das iniciativas de cara a implantación das TIC nesta rexión, foi o desenvolvemento do telecomercio e o teletraballo. A comezos do ano 1999 estaban empregadas en Europa máis de 1.250.000 persoas en actividades relacionadas co telecomercio. O Reino Unido é líder en Europa no desenvolvemento destas actividades con 400.000 empregados.

Os Call Centres son os máis amplos e recoñecido tipo de telecomercio. Basicamente un Call Centre proporciona diferentes tipos de servizos ós clientes, no sector financeiro (banca e seguros), do transporte (aeroliñas, ferrocarril), e un amplo abanico de servizos a clientes, tales como renovación de pólizas, operacións financeiras, reservas, etc.

O primerio Call Centre instalado na rexión dos Highlands e Islands data do ano 1992 e emprazouse na cidade de Thurso, cunha plantilla de 25 empregados. Entorno ó ano 2000 daba emprego a 625 traballadores nunha cidade de 8.500 habitantes<sup>52</sup>. Nos últimos anos foron aparecendo numerosos Call Centres en todo este área con acceso a Internet de alta velocidade, e onde se emprega un considerable número de traballadores. Estas condicións

---

<sup>52</sup> Segundo OECD, 2001.

fan propicias a instalación nesta rexión de empresas estranxeiras dedicadas ó deseño de software, entre outras. O que decide que as compañías se instalen no medio rural, son por un lado unha boa rede de telecomunicacións e tarifas baixas que compitan coas da cidade, e polo outro, unha forza laboral cualificada que se lle retribuirá polo seu traballo en función das condicións locais, normalmente máis barato que nas principais cidades.

No ano 1994 o Western Isles Council e o programa europeo LEADER, levaron a cabo unha iniciativa para promocionar o teletraballo nas illas Hébridas. Estas están situadas ó noroeste de Escocia, e fórmanas un mosaico de máis de cincocentas illas das cales só algo menos de cen está poboadas.

A insularidade e o illamento destas illas conservaron, o medio ambiente e as costumes locais ancestrais. Na actualidade, cada vez hai máis mozos e mozas que deciden quedarse nas illas e constátase, que se instalan novos residentes atraídos pola autenticidade deste “extremo do mundo”, e outros polas posibilidades de traballo que traen consigo as tecnoloxías da información e comunicación.

Baseándose nestas tecnoloxías, o grupo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh, fomentou a creación de máis de 200 empregos de traballo nestas illas. Segundo a directora do grupo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh, nas illas Hébridas encóntrase a porcentaxe máis alta de diplomados do Reino Unido, pero o illamento xeográfico limitaba moito as posibilidades de emprego. Deste xeito este grupo de acción local apostou polo teletraballo, poñendo esa oferta de man de obra de alto nivel de cualificación en contacto con clientes lonxanos empregando as tecnoloxías

da información e comunicación en combinación coa cultura de traballo flexible dos insulares.

A partir da iniciativa LEADER, creouse o ITC (Western Isles Information and Communication Technology Advisory Service / Servicio de asesoría sobre Tecnoloxías da Información e Comunicación para as illas Hébridias). O ITC conseguiu elaborar unha base de datos de posibles “teletraballadores”. Conseguiron censarse unhas 500 persoas residentes ou desexando instalarse nas illas e rexistrando as súas cualificacións. Para conseguir ofertar emprego a estes potenciais teletraballadores, o ITC creou unha empresa chamada “Lasair” coa finalidade de xestionar contratos firmados con clientes situados en calquera parte do mundo.

Deste xeito Lasair, en 1995 foi capaz de lograr un importante contrato cun editor norteamericano especializado na indexación e posta en liña de publicacións comerciais e económicas. As revistas en formato papel, son enviadas dende California por correo e logo son distribuídas por Lasair a 35 taballadores a domicilio. Estes encárganse de indexar os diferentes artigos e adaptalos ás particularidades da publicación electrónica e publicalos en Internet, todo o proceso nun ciclo de 10 días. Dende entón, engadíronse outros moitos contratos entre os cales están a realización de sínteses de documentos, indexación e posta en liña dos Servizos de Criminoloxía do Ministerio de Interior Británico, a posta en CD ROM de tódolos números do SCOTS Law Times, periódico xurídico escocés, entre outros.

O éxito de Lasair, fixo que xurdisen outras iniciativas nas illas baseadas no uso das tecnoloxías da información e comunicación. Entre elas

cabe citar a da empresa “Eolas” que cunha financiación LEADER creou o dominio Web “Virtual Hebrides” (<http://www.virtualhebrides.com>). Trátase dun portal web onde ofrece unha ampla información sobre as illas e ó mesmo tempo, ofrece servizos moi concretos ós seus usuarios, dende ofertas de emprego, reservas turísticas, entre outras.

Este é só un exemplo de experiencias de desenvolvemento rural a partir das TIC levadas a cabo en Europa que acadaron un certo grao de éxito, pero sendo realistas non todas elas acadaron os obxectivos propostos. So moitos os factores que interveñen nestes proxectos de desenvolvemento rural a partir das TIC, e en función de cómo estean programados, dependerá o maior ou menor grao de éxito destas iniciativas.

### **3. Emigración de retorno e desenvolvemento rural.**

Neste punto exporei os resultados dunha investigación levada a cabo no concello lugués de Antas de Ulla, que tiña como obxectivo principal estudar a emigración de retorno a escala local e analizar os seus impactos na economía e na sociedade. Para elo, estudiáronse en profundidade as condicións e os motivos das saídas, os países de destino, a duración do período emigratorio, as vivencias no país de acollida, os motivos polos que deciden retornar á súa terra natal, o capital aforrado e os investimentos en Galicia e a situación social e laboral tralo retorno.

A fonte principal para a recollida de información foron as entrevistas en profundidade a emigrantes retornados residentes no concello de Antas. Foi un traballo moi laborioso pola propia natureza da entrevista, na que se tocaron moitos aspectos, e tamén debido ó elevado número que se estudaron. A propia desconfianza dos emigrantes é un factor a ter moi en

conta á hora de realizar as entrevistas, xa que poden ocultar información moi valiosa para o investigador como por exemplo, neste caso, os investimentos no país de destino e en Galicia. No concello de Antas, este factor viuse mitigado debido a que boa parte dos emigrantes entrevistados eran coñecidos e veciños meus e a súa vez, estes servíanme de enlace para localizar a máis veciños do concello que se decidiran a probar fortuna como emigrantes noutros países. Os primeiros emigrantes entrevistados, xogaron un papel moi importante para a localización de máis casos para entrevistar e como mediadores para mitigar, na medida do posible, ese ambiente de desconfianza mencionado.

O concello de Antas víuse moi afectado polos movementos migratorios dende comezos do S.XX, que tiveron como principais destinos América Latina, Europa e outras comunidades autónomas españolas. A pesar de que se lle deron explicacións idealistas e literarias como o “afán de aventura”, os causantes deste transvase de poboación foron o atraso económico, o desequilibrio entre os recursos e a poboación, e o ineficaz sistema de propiedade e explotación da terra.

Da análise en profundidade das entrevistas feitas a emigrantes retornados do concello de Antas, podemos establecer o perfil tipo do emigrante, que amosa unhas características propias en función do destino migratorio elixido, se ben os motivos que os levaron a emigrar son na maioría dos casos comúns. O seu perfil caracterízase por proceder do medio rural e traballar no campo, complementando os seus ingresos traballando a xornal, de canteiros, albaneis, carpinteiros, etc. No caso das mulleres a súa situación antes de partir non era mellor. Ademais de traballar nas tarefas do campo, tiñan que facer as do fogar e coidar dos fillos, e a demais, era



frecuente que se dedicasen á costura, oficio que aprendían ó mesmo tempo que ían á escola.

A elección do país de destino vén dada pola presenza de familiares ou amigos que lles informan da situación social e económica do país en cuestión, estes animábanos a emigrar e a aspirar a mellorar social e economicamente. Foron moi importantes o papel que xogaron as redes informais de emigrantes no proceso migratorio galego. Os veciños que decidían emigrar informaban ben por correspondencia ou ben nas súas viaxes a Galicia das marabillas dos países nos que estaban emigrados. A adaptación ó país de destino, é máis dificultosa no caso dos emigrantes con destino a países europeos, estes teñen que enfrontarse a un idioma e costumes distintos.

A situación social e laboral dos emigrantes, non varía tanto en función dos países de destino senón do tempo transcorrido dende a súa chegada. Para cada un dos tres principais destinos emigratorios, os primeiros anos son os de maiores dificultades, e cando as condicións laborais e salariais son peores. Son tamén nestes primeiros anos no país de destino, cando a mobilidade laboral é maior, precisamente na procura dun emprego mellor. Superados os primeiros anos, a adaptación consúmase e as condicións laborais melloran substancialmente.

Os investimentos dos emigrantes de Antas en Galicia foron moi cuantiosos, tendo unha importancia vital na dinámica económica deste concello. Pero o transvase do capital dos emigrantes non seguiu un ritmo homoxéneo, se ben foi variable en función do destino elixido. No caso dos emigrantes con destino a Latinoamérica, o fluxo de capital prodúcese case

na súa totalidade cando se consuma o retorno, debido a que mentres están no país de destino teñen o capital en distintos investimentos como a súa vivenda, bens inmobles (pisos en alugueiro), ou capitalizado nas súas propias empresas. Unha vez que deciden retornar ese capital é recuperado e investido en Galicia. Os investimentos de maior relevancia, están en relación coa construción (vivenda unifamiliar) ou adquisición (piso en edificación colectiva) da súa propia vivenda; de estar en idade laboral invisten os seus aforros en abrir o seu propio negocio na vila de Antas. En función do capital acumulado, tamén fan investimentos fóra do seu concello natal, mercando pisos con intención de alugalos nas principais cidades galegas.

O fluxo de capital dos emigrantes que tiveron como destino países europeos foi constante mentres durou o período emigratorio, todo o capital aforrado enviábase para Galicia. Este feito garda relación coa pretensión que tiñan os emigrantes de acumular un determinado capital no menor tempo posible, para logo investilo dun xeito productivo en Galicia. Os investimentos están relacionados coa construción da súa propia vivenda e a apertura de diversos negocios na vila de Antas, tales como cafeterías, tendas de alimentación e téxtil; noutros casos optan por continuar coa actividade agrogandeira, mercando novas terras e maquinaria para modernizar e aumentar os beneficios da explotación.

No caso de emigrantes con destino a outras comunidades autónomas españolas, o fluxo de capital prodúcese ó igual que no caso latinoamericano, unha vez que se consuma o retorno, xa que os investimentos no destino foron tamén numerosos. O retorno deste tipo de emigrantes prodúcese na maioría dos casos ó acadar a idade da xubilación, co cal os investimentos en

Galicia soen ser a construción dunha vivenda unifamiliar ou ben mercar un piso na vila de Antas. A parte destes, os investimentos non se limitan ó concello de orixe, xa que prefiren investir nas principais cidades galegas mercando pisos con intención de alugalos.

A influencia do capital da emigración de retorno, foi moi importante e tivo unha forte pegada tanto dende o punto de vista económico como urbanístico. O crecemento da vila de Antas na segunda metade do S.XX e especialmente dende os anos sesenta, non se pode explicar sen ter en conta a influencia do capital da emigración, xa que na maioría dos casos a residencia tralo retorno establécese na vila de Antas e non na aldea de onde proceden. Dende o punto de vista económico, na vila de Antas localizáronse e cartografáronse corenta e tres locais comerciais, relacionados co sector industrial e servicios. Case o 50% por cento dos mesmos están vinculados co capital dos emigrantes e se temos en conta unicamente os establecementos relacionados co sector servicios, a proporción achégase ó 60%. Isto da mostra da importancia do capital da emigración de retorno, tanto dende o punto de vista urbanístico como no desenvolvemento económico deste concello.

A cuestión dos fillos é un factor a ter moi en conta na decisión dos emigrantes á hora de programarse o retorno a Galicia definitivamente. No caso dos países Latinoamericanos, o retorno dos fillos é pouco probable, xa que nacen e fórmanse no país de destino e non teñen a penas vinculación con Galicia. No caso de que os proxenitores tomen a decisión de regresar, sempre manteñen un contacto co seu país de destino ó ter ós seus fillos nel, en ocasións pasan unha parte do ano no país de destino xunto ós fillos e

outra en Galicia. Non se pode falar dun retorno definitivo a Galicia nin tampouco o fluxo de capital é completo.

No caso da emigración a Europa, o fluxo de capital é constante e os investimentos no país de destino son escasos. Neste tipo de emigración, é pouco probable que os emigrantes leven ós seus fillos con eles, xa que o seu obxectivo é aforrar o máximo posible para regresar a Galicia. De nacer no país de destino viaxan a Galicia para deixalos xunto ós avós e seguir aforrando para poder facer investimentos productivos en Galicia. Nos casos en que os emigrantes permanecen no país de destino unha longa tempada e teñen fillos, a probabilidade de que estes retornen cos seus pais é moi baixa. Os emigrantes que elixiron outras comunidades autónomas de España, están boa parte da súa vida na comunidade autónoma de destino, os fillos nacen e edúcanse alí e tamén, ó igual que no caso latinoamericano, é pouco probable o seu regreso a Galicia.

#### **4. As novas tecnoloxías e a emigración de retorno como factores destacados nos procesos de desenvolvemento rural.**

Ó longo dos puntos precedentes, mostráronse experiencias de desenvolvemento rural a partir da implantación das novas tecnoloxías, así como os impactos sociais e económicos da emigración de retorno nun concello rural da provincia de Lugo. As novas tecnoloxías da información e da comunicación poden contribuír ó desenvolvemento socioeconómico dos espazos rurais, así como a emigración de retorno coa inxección de capital nos seus lugares de orixe. Deste xeito, ¿Poden as novas tecnoloxías e a emigración de retorno impulsar verdadeiros procesos de desenvolvemento rural?

Son moitos os territorios afectados polo fenómeno da emigración, tanto en Galicia como no resto de España e tamén a nivel internacional. Hai que ter en conta dende un principio que non todos dos procesos migratorios teñen as mesmas características, é dicir, para cada rexión a realidade migratoria é distinta, tanto na magnitude dos movementos de retorno como no capital aforrado e investido nos seus lugares de orixe. Deste xeito, un factor a ter moi en conta sería a importancia cuantitativa dos movementos migratorios de retorno nunha rexión determinada así como o capital aforrado polos seus emigrantes.

Por outro lado, tamén existen diversos factores que interveñen nos procesos de desenvolvemento mediante a implantación das novas tecnoloxías da información e comunicación. Por un lado é imprescindible dotar ós espazos rurais dunha rede de telecomunicacións que permita a conexión a Internet de alta velocidade. Este é sen lugar a dúbidas un dos principais escollos á salvar nestas rexións. No caso de Galicia, a conexión a Internet nos espazos rurais segue a ser un dos principais inconvenientes a este respecto. Son moitos os factores que condicionan o seu artellamento, entre eles citar a forte dispersión da súa poboación, os condicionantes físicos (orografía) e, a escasa demanda deste servizo debido ó forte despoboamento e avellentamento da súa poboación, sendo este un factor a ter en conta á hora de tomar decisións por parte das administracións públicas. As infraestructuras de telecomunicacións, son imprescindibles para levar a cabo os procesos de desenvolvemento na III Revolución Tecnolóxica, así como o foron as estradas e os camiños de ferro na Revolución Industrial.

Pero hai que ter en conta tamén que as infraestructuras de telecomunicacións, non son capaces por si solas de levar a cabo procesos de desenvolvemento económico. É por tanto moi importante levar a cabo políticas de formación ós cidadáns en relación ás novas tecnoloxías así como nos centros educativos, con dotacións específicas para este fin, e tamén, fomentar unha conciencia social colectiva das potencialidades que ofrece esta ferramenta tecnolóxica.

Un dos puntos fortes en relación ás vantaxes que ofrecen as novas tecnoloxías, xira en torno ó teletraballo e ó comercio electrónico. En relación ó primeiro, ábreanse moitas oportunidades para os espazos rurais. Son moitas as empresas que fomentan este tipo de traballo, sempre que exista unha boa rede de telecomunicacións e poboación cualificada para levalo a cabo. Un exemplo de desenvolvemento con éxito do teletraballo témolo nas illas Hébrides en Escocia, que foi analizado en apartados precedentes. Neste caso o medio rural compite fronte á cidade ofrecendo unha maior calidade de vida e man de obra cualificada a un menor custe, e pode potenciar como no caso das illas Hébrides un fluxo de emigrantes retornados coas consecuencias económicas e sociais que elo implica. A este respecto atopamos un punto de encontro entre a emigración de retorno e as novas tecnoloxías. Se os espazos rurais se dotan dunhas boas infraestructuras de telecomunicacións, así como programas de concienciación social e fomento do emprego das novas tecnoloxías nas escolas, poderíanse fomentar o retorno de emigrantes, especialmente das segundas xeracións, máis cualificadas para traballar en empregos vinculados co sector tecnolóxico.

Serían por tanto necesario levar a cabo accións conxuntas para atraer empresas de marcado carácter tecnolóxico ofertando por un lado unha boa rede de telecomunicacións, persoal altamente cualificado, e nun entorno natural que mellora a calidade de vida, sen dúbida as principais bazas dos espazos rurais fronte ás cidades. Por outro lado a difusión e implantación das TIC nos espazos rurais, xunto con programas de concienciación social das vantaxes que elo implica, pode influír moi positivamente nas PEMEs, coa difusión do comercio electrónico. Mediante as TIC, as empresas teñen acceso a novos mercados, máis alá dos habituais e fontes de información e asesoramento profesionais, ó igual que o poden ter as grandes firmas. Non sería por tanto necesaria a ubicación nas grandes cidades para garantir o éxito das iniciativas empresariais, senón máis ben estratexias ligadas ó marketing de cara os potenciais clientes do ciberespacio.

Se as novas tecnoloxías da información e comunicación mediante o comercio electrónico, aumentan considerablemente o éxito das iniciativas empresariais debido ó aceso a novos mercados, é probable que moitos dos emigrantes retornados se decanten por investir en iniciativas empresariais, do mesmo xeito que o fixeron no pasado. A diferenza é que coa implantación das novas tecnoloxías, poden atraer ós lugares de orixe ás segundas xeracións, con maior cualificación e cun espírito máis emprendedor, e levar así iniciativas empresariais máis ambiciosas. Isto leva asociado ademais do conseguente impacto económico, unha revitalización social ó atraer a poboación, na maioría moza, posibilitando verdadeiros procesos de desenvolvemento rural e loitar así contra o avellentamento demográfico e despoboación dos espazos rurais.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ÁLVAREZ SILVAR, Gabriel. *La migración de retorno en Galicia (1970-1995)*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 1997.

CAIRNCROSS, Frances: *The death of the distance. How the communications revolution will change our lives*. London. Texere, 2001.

CASTELLS, Manuel: *La era de la información. La sociedad red*. Madrid. Alianza Editorial, 2000.

CASTILLO CASTILLO, José. *La emigración española en la encrucijada: estudio empírico de la emigración de retorno*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1980.

EIRAS ROEL, Antonio. *Aportaciones al estudio de la emigración gallega, un enfoque comarcal*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 1992.

FERRÁS SEXTO, Carlos. “Movimientos migratorios, cambio socioeconómico e desenvolvemento rexional en Galicia (1970-1990)”. En: *Estudios migratorios*. N.2. [s.l.]: [s.n.], 1996 b. P. 85-121.

FERRÁS SEXTO, Carlos. *Cambio rural na Europa Atlántica: os casos de Irlanda e Galicia: 1970-1990*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, Xunta de Galicia, 1996 a.

*Information and Communication Technologies and Rural Development*. OECD, 2001

NÚÑEZ SEIXAS, Xosé M. “La emigración: Galicia en el mundo”. En: *Freixanes, Víctor F. Galicia, una luz en el Atlántico*. Vigo: Edicións Xerais de Galicia, 2001. P. 224-247.

O'MALLEY, Mónica: “Digitalizar Longford”. *El desarrollo rural en la Sociedad de la Información*. [En línea]. [Ref. De 9 de setembro de 2004]. Disponible en Internet: <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-es/biblio/is/contents.htm>

PATERNO, Nino: “Cuando la telemática rompe el aislamiento y crea empleos: Del Twed a la tela”. *El desarrollo rural en la Sociedad de la Información*. [En línea]. [Ref. De 9 de setembro de 2004]. Disponible en Internet: <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-es/biblio/is/contents.htm>



RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Román. “A emigración de retorno nas pequenas cidades galegas”. En: *Estudios Migratorios*. N. 5. [s.l.]: [s.n.], 1998. P. 29-52.



# **MARKETING TERRITORIAL E NOVAS TECNOLOXÍAS**

**David Santomil Mosquera**

Instituto Universitario de Estudios e Desenvolvemento de Galicia (IDEGA)

Universidade de Santiago de Compostela



## 1. Introducción:

¿Territorial marketing?, ¿marketing territorial?, ¿mercadotecnia territorial?, ¿mercadoloxía territorial? ¿mercadeo do territorio<sup>53</sup>?...Sí, falamos da fusión de dous termos atribuídos tradicionalmente ó mundo empresarial (caso do marketing) e á Xeografía (territorio) respectivamente.

Falamos pois dun concepto de recente creación e de definición flexible pouco utilizado nos discursos xeográficos: O **marketing territorial**. É dicir o “marketing do territorio”. Mediante o cal podemos interpreta-lo territorio como unha imaxe, un produto vendible ou unha mercancía, na procura dun espazo atractivo e de fomento do desenvolvemento socioeconómico centrado en captar, por exemplo: inversións económicas, actividades productivas, axudas das administracións públicas, poboación residente, visitantes ou turistas.

E agora, ¿cómo relacionar novas tecnoloxías e marketing territorial?. Neste caso presento nas II Xornadas SINDUR un avance do meu traballo de investigación titulado: **Mercadotecnia territorial e avaliación dos recursos turísticos a microescala: Fundamentos teóricos e modelo práctico do concello de Brión (A Coruña)**. No cal pretendo buscar e inventaria-los recursos turísticos existentes nas aldeas e parroquias do concello de Brión (A Coruña), localizando cada un dos mesmos nun SIX<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Eduardo Parra (1990) presenta como sinónimos os termos mercadotecnia, marketing, mercadoloxía ou mercadeo no seu “Diccionario de publicidad y marketing”. Mercadotecnia territorial e marketing territorial utilízanse nas diferentes referencias bibliográficas en castelán. A pesares de que a maioría dos autores utilizan maioritariamente o termo “marketing territorial”.

<sup>54</sup> Un Sistema de Información Xeográfica (SIX) que permita relacionar a base de datos na que figuran tódolos recursos cunha cartografía dixital a microescala (de detalle).

coa intención de publicalo en Internet á vez que se ofertan toda unha serie de produtos turísticos creados a partir da avaliación dos recursos turístico – territoriais de Brión: Miradores paisaxísticos e rutas históricas, antigos edificios emblemáticos (castelos, pazos, igrexas,...), oficios tradicionais (cereiros, cesteiros, sombreireiras, selleiros,...), gastronomía tradicional (augardente, carnes, pescados,...), festas populares, etc.

O obxectivo final será promocionar e comercializar (vender) cada un dos produtos turísticos mediante Internet (a axencias de viaxe, asociacións, particulares, etc.) coa intención de que visiten Brión e “consuman” os diferentes produtos turísticos ofertados. Realmente estamos “vendendo Brión” na rede.

Destá forma limito as estratexias de marketing territorial ó sector turístico<sup>55</sup>, na procura de atraer visitantes e turistas a Brión. Interpretando o territorio como un produto turístico creado (caso do SIX) e promocionado (caso de Internet) mediante o uso das novas tecnoloxías da información e a comunicación. Establecendo así unha relación directa entre o marketing territorial e as novas tecnoloxías.

A continuación presentarei de forma máis detallada os fundamentos teóricos do chamado marketing territorial e a posibilidade de aplica-las novas tecnoloxías no desenvolvemento de estratexias centradas na atracción de visitantes e turistas a un territorio. Presentando finalmente as principais

---

<sup>55</sup> De aí que no meu traballo utilice o termo marketing turístico – territorial, para diferenciarlo daquelas estratexias de marketing limitadas á atracción de empresas, poboación residente, investimentos,... Neste caso as estratexias de marketing territorial céntranse no sector turístico e na atracción de visitantes e turistas que, a maiores, pode levar implícita a atracción de empresas, poboación, investimentos,...

características do traballo de investigación que desenvolvo actualmente no concello de Brión.

## **2. O Marketing ou Mercadotecnia Territorial**

Como xa comentaba anteriormente, o marketing territorial caracterízase por interpreta-lo territorio como un produto, imaxe ou mercancía vendible, coa intención de atraer recursos humanos i económicos que permitan desenvolver social, cultural y economicamente un territorio aproveitando os seus propios recursos. Trátase pois dun método ou técnica empresarial destinada a promove-los territorios na procura dun desenvolvemento sostible a tódolos niveis. Persoalmente centrareime no desenvolvemento da actividade turística a escala local, de cara a proxectalo posteriormente a escalas superiores (comarcal, rexional, etc.), para as cales están mellor adaptadas tódalas estratexias de marketing.

O marketing territorial, tamén interpretado como o “marketing dos territorios” (Cidrais, 1998) pódese considerar como un conxunto de coñecementos e instrumentos desenvolvidos polo marketing, que pode aplicarse na xestión estratéxica dos territorios, promovendo a súa emancipación política i económica (Ferrás Sexto, 2001). Partindo da creación dunha imaxe territorial atractiva coa finalidade de mostrala e “vendela” a potenciais residentes, investidores ou visitantes.

Sen dúbida algunha, considero que temos que coñecer tódolos recursos existentes no territorio antes de elaborar calquera estratexia de promoción territorial ou turístico - territorial. Por iso é necesario analizar, avaliar e diagnosticar cada un deles, apoiándonos no traballo de

inventariado e avaliación a microescala realizado con anterioridade, no meu caso utilizando un Sistema de Información Xeográfica.

Unha vez avaliados tódolos recursos e coñecida a súa potencialidade turística concretaremos cal será a imaxe ou marca territorial que pretendemos promocionar e “vender” ós actuais e potenciais residentes, empresarios, institucións, visitantes e turistas, etc.

*TERRITORIO = PRODUCTO/MERCANCÍA*  
*POBOACIÓN, INVESTITORES, VISITANTES E TURISTAS = CLIENTES*

O proceso de “venta do territorio” iníciase coa transformación dos recursos locais en turísticos e posteriormente en produtos turísticos concretos (balnearios, hoteis, rutas históricas, etc.). Productos que podemos promocionar e comercializar mediante imaxes ou marcas, que van dirixidas ós nosos clientes potenciais (axencias de viaxes, empresas, asociacións, visitantes, posibles habitantes, etc.) a través de Internet. Clientes que reportarán beneficios humanos (maior dinamismo demográfico) i económicos (xeración de emprego, euros, etc.) ó territorio de acollida.

### **3. As novas tecnoloxías aplicadas ao Marketing Territorial**

¿Que pretenden dicirnos as mensaxes publicitarias e os slogans “Ven a Galicia”, “Compostela, cidade universal”, “Andalucía solo hay una”, “Castilla y León es vida”<sup>56</sup> ou “Visítanos”, “Coñécenos”, “Somos únicos”,...

---

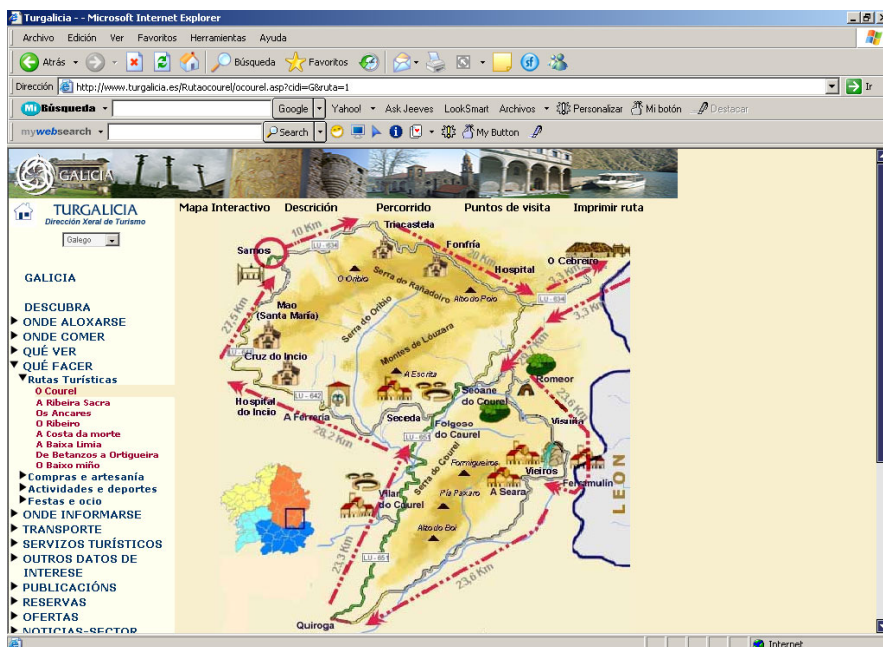
<sup>56</sup> Slogans que figuran nos anuncios publicitarios de radio e televisión e nas páxinas web. Caso de [www.santiagoturismo.com](http://www.santiagoturismo.com), [www.andalucia.org](http://www.andalucia.org), [www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com), etc. en cada caso.



Vemos claramente como o territorio trata de venderse a visitantes e turistas na radio, na televisión e en Internet da mesma forma que o fan as empresas cos seus produtos. Só temos que botar unha ollada ás feiras ou exposicións onde as diferentes cidades, rexións, comunidades autónomas, países,... compiten nun mesmo espazo por demostrar ós asistentes por qué ese lugar e o máis adecuado para visitar, residir ou crea-la súa empresa. Feito que permite demostra-la existencia dunha auténtica competición inter - territorial (Holcomb, 1993), onde as mellores estratexias de marketing territorial decantarán a balanza cara un ou outro territorio á hora de tomar unha decisión. Un claro exemplo témolo en FITUR (Feria Internacional de Turismo, Madrid), onde cada territorio oferta os seus recursos turísticos na procura de captar turistas ó igual que o fan as empresas que tamén están presentes nesa feira de turismo.

As estratexias de marketing territorial en Internet aumentan a medida que evoluciona a rede e aumenta o seu número de usuarios, de forma que os concellos, as deputacións provinciais, as comunidades autónomas, os países,...crean páxinas web nas cales mostran ós usuarios da rede os seus recursos turístico - territoriais á vez que ofertan produtos turísticos amparados por imaxes, marcas, slogans ou logotipos concretos.

Vemos, por exemplo, como en [www.turgalicia.es](http://www.turgalicia.es) ofertan onde aloxarse e comer, qué visitar, qué facer, onde informarse, onde facer reservas, por onde moverse coa axuda dun mapa onde nos recomendan certas rutas, etc. no Courel (Lugo).



A modo de anécdota, presentar unha iniciativa desenvolvida polo portal web [www.corcubion.com](http://www.corcubion.com), onde reclaman ós usuarios os slogans que lle axuden a “vender” o seu pobo de cara ós turistas, neste caso algúns dos concellos da Costa da Morte (A Coruña).

Nin máis nin menos...solicitan: ¡Véndenos a túa vila!, para que tódolos usuarios aporten un slogan turístico que axude a crear unha imaxe ou marca atractiva para os visitantes ou turistas. Neste caso o slogan gañador do I Concurso de Slogans Turísticos da Costa da Morte foi: “Fisterra: Fin da Terra, comezo dos soños”.

A importancia do marketing territorial en Internet. Caso [www.corcubion.com](http://www.corcubion.com)



Considero que os slogans, imaxes ou marcas sitúanse na última fase do proceso de planeamento estratéxico dos recursos turísticos. Establecendo como fase de partida o inventariado dos recursos turístico – territoriais existentes, seguido da súa avaliación e posterior creación de produtos turísticos. Sendo estes últimos os que estarán amparados polos slogans, imaxes ou marcas creados de cara á súa promoción e comercialización.

Trátase pois dun proceso cíclico de planeamento no cal baseo o meu traballo de investigación, do cal presento un breve resumo do contido, estrutura e metodoloxía de traballo no seguinte apartado deste artigo.

#### 4. Modelo práctico do Concello de Brión.

Como comentaba anteriormente, o primeiro dos obxectivos perseguidos no meu traballo de investigación será a búsqueda e o

descubrimiento de posibles recursos turísticos no concello Brión (A Coruña), situado a escasos 10 kilómetros de Santiago de Compostela.

A estrutura deste traballo desenvólvese seguindo as diferentes fases dun proceso cíclico de planeamento estratéxico<sup>57</sup>.

Establecéndose as seguintes fases ordenadas cronoloxicamente:

1. Formulación de obxectivos
2. Inventario da situación existente: Posibles recursos turísticos
3. Análise, avaliación e diagnose turístico - territorial
4. Elaboración e valoración de diferentes alternativas
5. Concretar un conxunto de estratexias de actuación

Evidentemente, no conxunto de estratexias de actuación figurará a estratexia de mercadotecnia territorial que pretendo aplicar a Brión. Comentando cales serían as posibles vías de solución para unha correcta promoción e comercialización dos produtos turísticos creados.

Un dos grandes erros que, ó meu entender, cometen os responsables de edita-las guías, mapas e folletos de promoción turística dos concellos, pasa por non coñecer de antemán a situación na que se atopan cada un dos recursos que eles identifican. Desta forma, saltanse todo o proceso planeamento, pasando directamente a unha fase de promoción sen sentido, na cal “venden” recursos turísticos que non existen como tales, atopándonos castros soterrados, pazos pechados, miradores inaccesibles, etc. Por iso é

---

<sup>57</sup> Esquema seguido en: ROSÁRIO PARTIDÁRIO, M. (1999): “Introdução ao Ordenamento do Território”. Universidade Aberta, Lisboa. Páx. 66-73.

imposible que alguén se aventure a mobilizar a posibles visitantes e turistas ata estes lugares.

Trátase pois dunha estrutura de traballo baseada nas diferentes fases dun proceso de planeamento estratéxico. Fases nas cales tratarei de introduci-lo uso das novas Tecnoloxías da Información e a Comunicación (TIC) coa finalidade de facilita-lo proceso. No o cal procuro utilizar unha metodoloxía de traballo baseada no uso dos Sistemas de Información Xeográfica (SIX) e no traballo de campo.

Con esta finalidade, realicei un amplo repaso pola bibliografía existente sobre o concello de Brión: Plan Xeral de Ordenación Municipal, folletos, guías turísticas, libros, revistas, unidades didácticas, consultas en Internet, etc. Á vez que identificaba cada recurso nun SIX elaborado en base á cartografía dixital da Xunta de Galicia a escala 1:5000.

Unha vez recollida toda esta información bibliográfica, comezou o traballo de campo e a ratificación dos datos existentes, percorrendo varias veces o concello de Brión. Momento no cal, lamentablemente, comprobei o que estaba imaxinando dende un primeiro momento: Pazos en ruínas ou inaccesibles, dificultades na localización dos recursos, castros soterrados, mámoas e petroglifos inexistentes, festas populares que xa non se realizaban, infraestructuras municipais en desuso, etc.

De todas formas, localicei no mapa cada un dos posibles recursos turísticos á vez que cubría unha ficha ligada á cartografía, informando así sobre a súa localización, accesibilidade, sinalización, estado de conservación e utilización, etc.

Evidentemente, xorden problemas (López Olivares, 1998): ¿Qué recursos valoramos como turísticos para introducilos no inventario? e ¿cómo deseñar un inventario para clasificar cada un dos recursos?. Estas son as preguntas que se realizan practicamente tódolos investigadores á hora de realizar un inventario, pois a enorme complexidade territorial de certas áreas e as diferentes escalas de traballo obrigan a adapta-lo seu deseño a cada caso. Persoalmente decidín utiliza-lo modelo proposto pola Organización Mundial de Turismo (OMT) en 1978, adaptándoo á escala municipal e máis concretamente a un concello rural onde o sector turístico é practicamente inexistente.

No tocante ós recursos que podemos considerar “turísticos”, remítome ó Simposium sobre planificación turística organizado pola Secretaría de Estado de Turismo celebrado en 1981<sup>58</sup>. Onde proponen que se inclúa no inventario aqueles recursos que presentan unha certa demanda turística actual ou potencial, debido á súa singularidade (antigüidade, rareza, calidade artística, etc.), accesibilidade ou posibilidade de aproveitamento (Leno Cerro, 1993).

Unha vez realizado o inventario dos posibles recursos turísticos mediante un Sistema de Información Xeográfica que permita relacionar esta base de datos coa cartografía “de detalle” (incluso a escala maiores a 1:5000), realízase o proceso de análise e avaliación dos recursos seleccionados. Con este fin, decidín utiliza-lo método de avaliación analítica

---

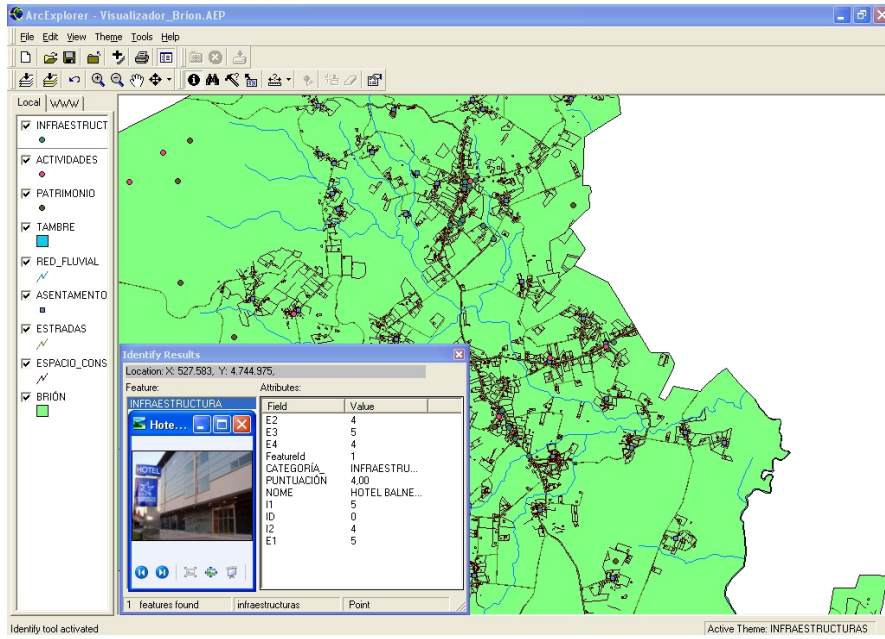
<sup>58</sup> Citado no apartado: El inventario y su realización: cuantificación y distribución. De LÓPEZ OLIVARES, D. (1998): “La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos”. Universitat Jaume I, Castellón de la Plana. Páx. 49.

defendido por Leno Cerro, F. en 1993, por López Olivares, D. en 1998 e posteriormente por Cibeira Moreiras, R.Mª. (2001) entre outros autores. No cal avalían cuantitativamente cada recurso identificado no inventario en base a diferentes factores. Tales como: conectividade, conservación, contorno, uso, valor intrínseco ou grao de promoción e comercialización.

Ó meu parecer, trátase dun técnica de avaliación que non é totalmente fiable, pois a asignación dos valores é moi discutible. Sen embargo servirá de referencia para establecer si a posibilidade de explotación turística de cada recurso é inexistente, baixa, media, alta ou moi alta. Feito que, sen dúbida, axudará no proceso de creación de produtos turísticos e na elaboración dunha determinada estratexia de mercadotecnia territorial de cara á súa promoción e comercialización.

Nesta última fase de promoción e comercialización dos produtos turísticos creados baixo imaxes, marcas ou slogans concretos publicaría o SIX en Internet, coa finalidade de que os usuarios da rede, visitantes e turistas puidesen acceder a esa información. Sabendo así de antemán cal é o estado no que se atopa cada recurso, a accesibilidade, fotografías, horarios, etc.

Aquí vemos o visualizador creado a partires do SIX. O traballo a microescala permítenos aumenta-lo zoom ata escalas 1:5000, 1:1000, 1:500,...





## **BIBLIOGRAFÍA**

ARMAS DIÉGUEZ, P. (2000): “*El patrimonio paisajístico gallego como recurso turístico*”. En: Leira López, J. e Méndez Fonte, R. (2000): *O Patrimonio e a cultura proxectual, un diálogo necesario*. Deputación Provincial de Lugo (A Coruña), pp. 13-23.

ASHWORTH, G.J. e VOOGD, H. (1990): “*Selling the city. Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*”. Belhaven Press/Printer. Londres.

CÁMARA, D. (1995): “*Diccionario de marketing*”. Universidad de Deusto. Bilbao

CIBEIRA MOREIRAS, Rosa M. (2001): “*O potencial turístico do Val do Avia (Ourense)*”. Estudios Turísticos. Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.

CIDRAIS, A. (1998): “*O marketing territorial aplicado ás cidades medias portuguesas: os casos de Evora e Portoalegre*”. Tese de mestrado. Universidade de Lisboa. Lisboa.

FERRÁS SEXTO, C. (2001): “*El territorio como mercancía. Fundamentos teóricos y metodológicos del marketing territorial*”. En: *Revista de Desenvolvemento Económico*. Nº5 (diciembre 2001). Salvador, BA, pp. 67-78.

GALACHO JIMÉNEZ, F.B. (2003): “*Las nuevas tecnologías en la planificación y gestión turística*”. En: Santos Solla, X.M. (2003): *La Geografía y la gestión del turismo: Actas del VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Universidade de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, pp. 415-464.

GONZÁLEZ PÉREZ, Clodio (1998): “*Brión: Historia, economía, cultura e arte*”. Editorial Toxosoutos. Noia.

GRAHAM, J.R (1992): “*Marketing magnético*”. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.

KOTLER, Ph. et al (1993): “*Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*”. Free Press, New York.

- LENO CERRO, F. (1989): *La evaluación de los recursos turísticos. El caso del Canal de Castilla*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. 2 Vols.
- LENO CERRO, F. (1993): *“Técnicas de evaluación del potencial turístico”*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.
- NEVES, O. (1993): *“Marketing territorial. Contributo para a promoção económica das cidades”*. En: Revista Portuguesa de Gestão. Nº1/93. pp. 45-55.
- NOISETTE, P. e VALLÉRUGO, F. (1996) : *“Le marketing des villes. Un défi pour le développement stratégique”*. Les Editions d’Organisation, París.
- ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (1978): *“Evaluación de los recursos turísticos”*. O.M.T. Madrid.
- PHILO, C. e KEARNS, G. (1993): *“Selling Places: The city as cultural capital, past and present (Policy, planning and Critical Theory)”*. Pergamon Press. Oxford.
- PUÑAL RAMA, A.B. e COCINHA, I. (2001): *“A patadas co patrimonio arqueolóxico”*. En: Tempos novos. Nº46 (marzo 2001). pp. 16-26.
- SARMENTO, J. (2003): *“Marketing territorial e espaços virtuais a indústria do turismo nos açores e no sudoeste da Irlanda”*. En: Documentos de traballo (IDEGA). Xeografía. Nº13 (febreiro 2003). Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela.
- SOLOVIOVA, Y. (2003): *“Las nuevas tecnologías en la planificación y gestión turística en el sector turístico español”*. En: Santos Solla, X.M. (2003): *La Geografía y la gestión del turismo*. Actas del VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación. Universidade de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, pp. 489-496.
- SOUTO GONZÁLEZ, X.M. dir. (2001): *“Planeamento estratéxico e mercadotecnia territorial”*. Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular. Vigo.
- SPERLING, D. (1991): *“Le marketing territorial”*. Milan-Midia, Toulouse.
- TEXIER, L. (1993): *“Peut-on parler de Marketing Territorial?”*. En : *Revue d’Economie Regionale et Urbaine*, Nº1, 1993, pp. 141-159.
- TEXIER, L. e VALLA, J-P. (1993): *“Le Marketing Territorial et ses enjeux”*. En *Revue française de Gestion*. pp. 45-55.

WARD, S.V. (1998): *“The Marketing and Promotion of Towns and Cities, 1850-2000 (Studies in History, Planning and the Environment Series)”*. Ed. Paperback. London.

WIEVORKA, M. (1975): *“Le marketing urbain. Espaces et Sociétés*, 16, pp.109-123



**INFOBRION DIFUNDE EN INTERNET O  
DESENVOLVEMENTO DAS II XORNADAS  
SINDUR. NOVAS TECNOLOXÍAS E ECONOMÍA  
CULTURAL**

**Yolanda García Vázquez**

**Francisco Xosé Armas Quintá**

Grupo de Investigación Socio-Territorial. GIS-T IDEGA.

Universidade de Santiago



## **1. Resumo de actividades.**

As II Xornadas SINDUR tiveron lugar en Santiago de Compostela e o concello de Brión, os días 15, 16 e 17 de decembro de 2004. Na segunda sesión, participaron estudantes da Universidade de Santiago, da Universidade do Minho (Portugal), alumnos e alumnas do IES de Viceso e do colexio de Pedrouzos (Brión), técnicos do concello de Brión, e investigadores da Universidade de Santiago. Ó longo do día leváronse a cabo unha serie de actividades, coa finalidade de familiarizar a estudantes e xubilados coas novas tecnoloxías. InfoBrion publicou en vídeo dixital, un resumo das actividades que se levaron a cabo no pavillón de deportes e na Casa de Cultura de Brión. Entre elas destacar o taller de manualidades, fabricación de vidreiras, xogos populares e a exposición do portal [www.infobrion.com](http://www.infobrion.com).

Ó longo da mañá do día 16 de decembro, desenvolvéronse dúas táboas de debate. Nunha delas participaron profesores e estudantes do IES de Viceso de Brión e técnicos do proxecto Infobrion, onde se debateu sobre as Novas Tecnoloxías da Información e a Comunicación, a Educación, e o desenvolvemento local. Na segunda táboa de debate, participaron técnicos de cultura da administración local e do proxecto Infobrion, co fin de debater sobre o papel que poden desempeñar as tecnoloxías da información e a comunicación (TIC), na difusión da cultura e desenvolvemento local. Pola tarde, levouse a cabo unha xornada de demostración con nenos de diferentes idades procedentes do CEIP de Pedrouzos (Brión), que tamén colaboran no proxecto SINDUR. O obxectivo perseguido era o promoción e uso das TIC como ferramenta de comunicación interxeracional. Coa colaboración de varios veciños do concello, demostraron ós máis pequenos distintos oficios,

xogos, etc. recollendo material en formato dixital para despois publicar en Internet.



Na fotografía que se mostra a continuación, correspóndese coa presentación das táboas de debate que se ían a celebrar ó longo da sesión matinal. Nesta mesa de presentación estaban presentes (de esquerda a dereita) o Dr. Artur Serra i Hurtado, profesor na Universidade Politécnica de Cataluña, amosou un gran interese no proxecto que se está levando a cabo no concello de Brión e establecer posibles contactos para intercambiar experiencias similares de desenvolvemento local a partires das novas tecnoloxías entre Galicia e Cataluña.





Participaron tamén nesta mesa de presentación representantes dos dous centros de ensino de Brión que están a colaborar no proxecto SINDUR. César Sieiro Pousa, como director do CEIP de Pedrouzos sinalou o gran interese pedagóxico que ten o emprego das novas tecnoloxías entre os alumnos. Luz Ramos López é a coordinadora do proxecto SINDUR no IES de Viceso. Sinalou as potencialidades que ofrecen as novas tecnoloxías da información e comunicación no ensino así como a súa aportación ó proxecto SINDUR.

A continuación, D. Xosé Luís García García, alcalde do Concello de Brión, expuxo a grandes trazos a colaboración do concello de Brión coa Universidade de Santiago para materializar este proxecto, así como as posibles repercusións da penetración das novas tecnoloxías da información e comunicación na sociedade, economía e a cultura.

O Dr. Carlos Ferrás Sexto, director do proxecto SINDUR e profesor na Universidade de Santiago de Compostela, incidiu no esforzo que se está a facer para levar a diante esta experiencia piloto, tanto por parte da Universidade de Santiago como dende o concello de Brión e os centros de

ensino, así como a valoración de resultados do portal electrónico despois de case un ano de vida.

Para rematar interveu D. Alberto Álvarez Escudero, responsable da área de cultura no Concello de Brión. Falou sobre a metodoloxía de traballo levada a cabo para a actualización constante de Infobrion.com, a selección de material para a súa publicación en Internet e a constitución dun arquivo virtual e físico na Casa da Cultura do concello de Brión.

Na táboa de debate Educación, Desenvolvemento local e Novas Tecnoloxías, participaron dous profesores do IES de Viceso, a coordinadora do proxecto SINDUR no Instituto, Luz Ramos e o xefe de estudos Xabier Vázquez Parcero. Fixeron un breve repaso da evolución cualitativa e cuantitativa dos contidos da sección do ciberinstituto no portal web InfoBrion. A gran maioría das actividades dos alumnos e alumnas deste centro de ensino son recollidas en formato dixital e publicadas na web, sendo moitos dos contidos empregados como recursos didácticos nas aulas.



Na táboa de debate Educación, Desenvolvemento local e Novas Tecnoloxías, participaron tamén tres alumnos do IES de Viceso, Daniel Arufé, Cristina Vázquez e Lorena Bellez. Presentaron varias fichas que elaboraron en conxunto con varios compañeiros do instituto. Un dos traballos que publicaron na sección de cibereducación en Infobrion está relacionado co uso das novas tecnoloxías no ámbito académico. Realizaron unha enquisa entre os alumnos do instituto para coñecer a utilización do ordenador e os motivos polos que se accede a Internet. Esta reportaxe está dispoñible en InfoBrion na seguinte URL: [http://www.infobrion.com/publico2/i\\_taller.php?id=529](http://www.infobrion.com/publico2/i_taller.php?id=529)



Entre os traballos que se lavaron a cabo entre os alumnos e alumnas do IES de Viceso publicados en Infobrion e que se expuxeron nesta táboa de

debate cabe citar unha reportaxe relacionada coa perda da biodiversidade ([http://www.infobrion.com/publico2/i\\_taller.php?id=501](http://www.infobrion.com/publico2/i_taller.php?id=501)), elaborada por dúas alumnas de 4º de ESO dentro das actividades da asignatura de ciencias medioambientais.

Coa colaboración de 

# InfoBrion.com

Consulta o teu mail 

Presentación | Brion Folk Project | Cibereducación | Os veciños | Os museos | A praza pública | Noticias | Axenda | Buscador

<p><b>■ Seccións</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación</li> <li>Xestión e administración</li> <li>O Instituto na memoria</li> <li>O obradoiro do sabio</li> <li>Excursións didácticas</li> <li>Actividades deportivas</li> <li>Festas e conmemoracións</li> <li>Vida cotiá no instituto</li> <li>Revista do instituto</li> <li>Axenda</li> <li>Taboleiro de novas</li> <li>Xogos</li> <li>Cartas ó director</li> <li>Asociación de pais e nais</li> <li>Asociación de ex-alumnos</li> </ul>	<p><b>Ciberinstituto de Viceso</b> O obradoiro do sabio</p> <p>Alumnas de 4º da ESO do IES Esparís estudian o Medioambiente.</p> <p><b>Perda de biodiversidade</b> Un mal que debemos evitar</p> <p>Aida Rodríguez Puime e Rocio Reboreda Pardo</p> <p><i>As alumnas elaboran e expoñen o traballo na materia de Ciencias Medioambientais en 4º da ESO; con elo coñecen e conciéncianse dos grandes problemas medioambientais, á vez que traballan a exposición oral e en público dos seus coñecementos.</i></p> <p><b>¿Que é a Biodiversidade?</b></p> <p>Biodiversidade é a contracción da expresión "diversidade biolóxica". Nun sentido amplo é sinónimo de "vida sobre a Terra". Aínda que non hai ningunha definición completa e exacta de que é a biodiversidade, trala Conferencia de Río de Janeiro de 1992 a palabra biodiversidade inclúe estes conceptos:</p> <p>a) Variedade de especies que hai na terra</p>	<p><b>Galería de imaxes</b></p>  <p><b>Perda da biodiversidade</b> A biodiversidade dun ecosistema é a súa principal garantía de supervivencia.</p> <p><b>Sons</b> <small>[Espera uns segundos para escoitar o son]</small> - Non hai</p> <p><b>Vídeos</b> <small>[Espera uns segundos para ver os vídeos]</small> - Non hai</p> <p><b>Foros relacionados</b> - Non hai</p>
---	--	--

Na táboa de debate Cultura, Desenvolvemento local e Novas Tecnoloxías participaron distintos técnicos do concello de Brión de múltiples áreas, dende a música, o deporte, voluntariado e a área de cultura. Ademais participaron os organizadores da Festa de Santa Minia e a Festa do Cabalo de Brión.

Armando Patiño Nimo, falou sobre o arquivo físico e en formato dixital que se está configurando na casa de cultura de Brión. Gracias ás novas tecnoloxías da información e comunicación, todo o material que se dispoñía no concello relativo a festas e outros eventos, están na actualidade a disposición de tódolos veciños e veciñas do concello mediante Infobrion e tamén na casa de cultura en formato dixital en alta calidade para quen o requira. Carlos Pintor Iglesias, profesor de piano na escola de música do concello, fixo especial fincapé na importancia das novas tecnoloxías de cara a promoción e difusión das agrupacións musicais do concello, dende a banda de música, o grupo de pandereiteiras Noitebra entre outros. Tamén poden empregarse para promocionar a propia escola de música do concello e atraer a novos alumnos, así como fomentar a cultura musical entre as xeracións máis xóvenes de Brión.

A continuación tivo a palabra Benigno Vázquez Barbeira, organizador da Festa de Santa Minia no concello de Brión. Na súa opinión, as novas tecnoloxías poden xogar un papel moi destacado á hora da promoción turística desta festa, así como outras moitas deste concello. Falou da posibilidade de facer reportaxes en vídeo dixital das celebracións relixiosas vencelladas á Festa de Santa Minia para logo publicalas en Internet. Ademais da vertente turística, esta ferramenta fai posible que desaparezan as distancias entre os emigrantes galegos na diáspora ó poder desfrutar dos festexos e outros acontecementos da vida diaria do seu concello natal.

## Festas e tradicións

Un dos acontecementos relixioso-festivos máis destacables de Galicia **InfoBrion.com presenta a Romaría da Santa Minia-2004 en video dixital**

Unha reportaxe realizada coa finalidade de mostrar en Internet as diferentes actividades organizadas.

GIS-T IDEGA, USC e Carlos Pintor

Os días 25, 26 e 27 celebrouse a tradicional Romaría de Santa Minia na Carballeira do mesmo nome. Un ano máis, foron milleiros os romeiros que chegaron a Brión para ofrecerse á virxe milagreira coa finalidade de mellora-lo seu estado de saúde. Agora podes ve-los **VIDEOS** da Festa da Santa Minia no ano 2004 en versión dixital.

O 27 de setembro é o propio día da festa. Sen embargo, organizáronse diferentes actos relixiosos e actividades durante os tres días:

- Misas
- Actuacións musicais: Bandas de música e de gaitas, charangas e orquestras
- Xogos para nenos
- Carpas onde degustar polbo á feira, churrasco, etc.
- Mercadiño
- Fogos artificiais

**Nesta reportaxe podes ver as FOTOGRAFÍAS e VÍDEOS deste ano**

## Galería de imaxes

[<] Ant 1 2 3 4 5 6 7 Seg [>]



## O baile

Sesión vermut na Carballeira de Santa Minia. As charangas, os grupos de gaitas e as orquestras anima... [Ampliar](#)

## Sons

- [Espera uns segundos para escoitar o son]
- Opinión dunhas romeiras de Pontevedra [0' 52"]
  - A charanga na carballeira [2' 24"]
  - As gaitas e os tambores [3' 08"]
  - O son da charanga no adro da capela [1' 17"]

## Videos

[Espera uns segundos para ver o vídeo]

Xosé Manuel Trigo Romero, responsable da área de deportes do concello de Brión expuxo a súa opinión en relación ás novas tecnoloxías e o deporte. Entre elas citou a posibilidade de dispoñer de reportaxes cos resultados dos partidos de fútbol da comarca, reportaxes sobre as escolas deportivas e incluso entrevistas a deportistas de elite destacados de toda Galicia.

Manuel Gendra Picallo, secretario da asociación de veciños de Bastavales, falou sobre as enormes posibilidades que ofrecen as novas tecnoloxías da información e comunicación e centrou a súa opinión na comunidade emigrante. Deste xeito, os emigrantes de Brión así como os do

resto de Galicia, poden estar en contacto diario mediante as TIC, pero non só se limita á comunicación, van máis alá ó poder coñecer o día a día da súa comunidade natal e as actividades da súa xente. Fixo referencia ó gran interese que mostraron os emigrantes do concello de Brión e arredores en Arxentina sobre o portal Infobrion, en especial as entrevistas ós maiores deste concello.

Alberto Álvarez Escudero, responsable da área de cultura do concello de Brión fixo referencia á posibilidade de publicar en Internet reportaxes de todas as actividades lúdico-culturais celebradas ó longo do ano, dende o Nadal, Antroido, Magosto, etc. Destacou a importancia da difusión dos distintos cursos ofertados, tanto dende a casa da cultura como dende a área de servicios sociais, coa posibilidade de facer a inscrición por Internet.

Participou tamén nesta táboa de debate Manuel José Fernández García, organizador da Festa dos Cabalos no concello de Brión. Fixo referencia ás novas tecnoloxías como unha ferramenta clave para a promoción turística deste evento. En Infobrion está publicada unha ampla reportaxe con vídeos dixitais sobre a XXII edición da Festa do Cabalo.

Dora Vieiro Nogueira, técnico de formación e voluntariado no concello de Brión fixo referencia ás novas tecnoloxías como ferramenta de difusión de cursos de formación así como a publicación de reportaxes das distintas actividades levadas a cabo polos voluntarios, entre elas citar a programación dos campamentos de verán.

O Dr. Carlos Ferrás Sexto, director do proxecto SINDUR e profesor na Universidade de Santiago actuou de moderador nesta táboa de debate.

## **2. Crónica da organización do taller dixital interxeracional.**

Dentro do programa das II Xornadas SINDUR, Novas Tecnoloxías e Economía Cultural, celebradas os días 15, 16, 17 de decembro de 2004, tiveron lugar un taller dixital de demostración e utilización das tecnoloxías da información e comunicación vinculados coa cultura popular, nos que participaron activamente os veciños e veciñas de Brión, e os alumnos de educación infantil e primaria do colexio de Pedrouzos.

Uns meses antes, o equipo de InfoBrión comezou a establecer os primeiros contactos coas persoas do concello previamente localizadas por parroquias, para poder ter unha representación de distintas partes do concello. Os maiores, igual que a mocidade, recibíunos e atendeu moi educadamente ás explicacións do que consistiría este taller. O noso obxectivo nesta xornada interxeracional entre maiores do concello de Brión e alumnos do Colexio Público de Pedrouzos, era a difusión das oportunidades que brindan as novas tecnoloxías da información e comunicación no eido da educación e a cultura.

Necesitábamos un espazo amplo e cuberto, polo que decidimos utilizar o pavillón de deportes do concello. Os días previos á xornada, comezamos cos preparativos no pavillón, para que chegado o día, estivese todo listo para tódolos convidados. Comezamos a xornada as 15: 30 horas do día 17 de decembro de 2005, elixido para coincidir coa entrada dos nenos no colexio de Pedrouzos; alí todo estaba preparado, e os convidados, todos veciños de Brión, esperaban con moita leducia a entrada dos alumnos e alumnas. Unha vez alí, todos eles repartíronse por grupos de once nenos xa



organizados previamente cos distintos profesores que os acompañaban. Deste xeito, cada un deles podía rotar pola distintas actividades.

Entre as actividades elixidas para o desenvolvemento deste taller interxeracional, estaban as seguintes: xogos populares, manualidades, encaixe de bolillos, fabricación de vidreiras, exposición de contidos didácticos no portal [www.infobrion.com](http://www.infobrion.com), e mais prácticas de manexo en Internet con computadoras con conexión a alta velocidade. Todas estas actividades foron recollidas en vídeo, fotografía e son dixital, co fin de publicalo en Internet. Deste xeito, ademais de achegar os escolares á cultura popular local, pretendíase impulsar o emprego das tecnoloxías da información e comunicación (TIC) nos fogares, ó divulgar o evento en Internet, tanto entre os escolares como por parte dos pais e nais de alumnos. As TIC, ademais de por en valor a cultura e as tradicións locais, abre novos mercados para produtos artesanais, e sobre todo, dálle a posibilidade a moitos emigrantes galegos na diáspora de sentirse cada vez, máis preto da súa terra natal.



Un dos invitados moi coñecido polos veciños de Brión, foi D. Elisardo Ribas, octoxenario colaborador con InfoBrion moi asiduamente que sen dubidalo, aceptou vir a amosarlle ós nenos algún dos xogos que nos tempos da súa infancia xogaban na súa aldea, un dos elixidos foi a Estornela. Elisardo é un home moi afable e falador, cunha abraiante memoria, e sobre todo cun gran sentido do humor que aproveitaba a ocasión para contarlles ós nenos e nenas de Brión, pequenas historias de cando el era neno.

Outro dos invitados foi Dna. Aurora García, mestra de manualidades no Concello de Brión dende hai varios anos. Traballa asiduamente con nenos e maiores de distintas idades e nesta ocasión, e nesta ocasión decidiu confeccionar un boneco de neve e un prato decorado con motivos navideños, aproveitando as datas do Nadal.

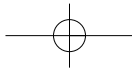
Noutra das actividades estaba Dna. Ángeles Lord, que foi a encargada da explicación e a confección dunha vidreira artesanal. Ela é unha verdadeira experta neste tema, e moi coñecida no mundo da artesanía; proba delo é que o seus traballos atópanse repartidos en moitos puntos da xeografía galega. Por último, citar a Dna. Araceli, que elixiu para a ocasión o encaixe de bolillos, cada vez máis adentado na nosa cultura; ela mesma foi unha alumna das clases de manualidades que se están a levar a cabo no Concello de Brión. Poden ollarse algúns dos vídeos dixitais publicados en Internet na seguinte dirección: <http://www.infobrion.com/publico2/video.php?id=5185>

Temos que resaltar a complicación que conlevou a organización deste encontro interxeracional, xa que foi preciso que tódolos grupos de

nenos rotasen por tódalas actividades que alí se estaban a desenvolver. Despois de case dúas horas de participación activas dos nenos e nenas do colexio de Pedrouzos, así como dos asistentes ás II Xornadas SINDUR, os máis pequenos regresaron de novos ós seus fogares, dando mostra de agradecemento polo éxito da actividade.

Dende InfoBrion queremos agradecer a tódolos participantes nas mesas de demostración, que colaboraron desinteresadamente nas distintas actividades organizadas.





## DOCUMENTOS DE TRABAJO YA PUBLICADOS.

### ÁREA DE ANÁLISE ECONÓMICA

29. DESCENTRALIZACIÓN DE LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA Y DESEMPLEO REGIONAL: EVIDENCIA PARA LA ECONOMÍA GALLEGA. (Roberto Bande - Melchor Fernández)
30. LA MATRIZ DE CONTABILIDAD NACIONAL: UN METODO ALTERNATIVO DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS NACIONALES. (Melchor Fernández- Casiano Manrique de Lara)
31. EMISSIONS PERMITS MARKETS AND DOMINANT FIRMS (Manel Antelo and Lluís Bru)
32. COMERCIO INTRAINDUSTRIAL EN BIENES QUE DIFIEREN EN CALIDAD AMBIENTAL. EFECTOS DE LA POLÍTICA AMBIENTAL Y DE LA POLÍTICA COMERCIAL (Dolores Riveiro García)
33. LA TASA DE CRECIMIENTO COMPATIBLE CON EL EQUILIBRIO EXTERNO Y LAS COMPONENTES DE LA DEMANDA INTERNA: UN TEST PARA LA ECONOMÍA ESPAÑOLA. (Belén Fernández Castro)

### ÁREA DE ECONOMÍA APLICADA

17. DESARME ARANCELARIO DEL MERCADO GALLEGO Y EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE BIENES. (Iván López Martínez - Beatriz García-Carro Peña)
18. A XEOGRAFÍA ECONÓMICA DOS SERVIZOS ÁS EMPRESAS EN ESPAÑA (Manuel González López)
19. THE EVOLUTION OF INSTITUTIONS AND STATE GOVERNING PUBLIC CHOICE IN THE SECOND HALF OF TWENTIETH-CENTURY SPAIN (Gonzalo Caballero Miguez)
20. A CALIDADE DE VIDA COMO FACTOR DE DESENVOLVEMENTO RURAL. UNHA APLICACIÓN Á COMARCA DO EUME. (Gonzalo Rodríguez Rodríguez.)
21. CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA Y DESARROLLO DEL TURISMO EN LA "COSTA DA MORTE". (Begoña Besteiro Rodríguez)

### ÁREA DE HISTORIA

11. GALICIA NOS TEMPOS DE MEDO E FAME: AUTOARQUÍA, SOCIEDADE E MERCADO NEGRO NO PRIMEIRO FRANQUISMO, 1936-1959. (Raúl Soutelo Vázquez)
12. ORGANIZACIÓN E MOBILIZACIÓN DOS TRABALLADORES DURANTE O FRANQUISMO. A FOLGA XERAL DE VIGO DO ANO 1972. (Mario Domínguez Cabaleiro - José Gómez Alén - Pedro Lago Peñas - Víctor Santidrián Arias)
13. EN TORNO Ó ELDUAYENISMO: REFLEXIÓNS SOBRE A POLÍTICA CLIENTELISTA NA PROVINCIA DE PONTEVEDRA. 1856-1879. (Felipe Castro Pérez)
14. AS ESTADÍSTICAS PARA O ESTUDIO DA AGRICULTURA GALEGA NO PRIMEIRO TERCIO DO SÉCULO XX. ANÁLISE CRÍTICA. (David Soto Fernández)
15. INNOVACIÓN TECNOLÓXICA NA AGRICULTURA GALEGA (Antom Santos - Pablo Jacobo Durán García - Antonio Miguez Macho)

### ÁREA DE XEOGRAFÍA

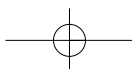
14. A EVOLUCIÓN DA ESTRUCTURA FAMILIAR NO MARCO DA TRANSICIÓN DEMOGRÁFICA NUN CONCELLO RURAL GALEGO. O CASO DE CABANA DE BERGANTIÑOS. (Rocío Romar Roel)
15. APROXIMACIÓN AOS PROBLEMAS DE DELIMITACIÓN TERRITORIAL DUNHA DENOMINACIÓN DE ORIXE. O EXEMPLO DA D.O. ARZÚA-ULLOA. (R. C. Lois González, Xosé A. Armesto López, Alfonso Ribas Álvarez e Xacobe Domínguez Pedreira)
16. A CALIDADE DE VIDA NA CIDADE HISTÓRICA DE SANTIAGO DE COMPOSTELA. INTRODUCCIÓN Ó MARCO CONCEPTUAL E ANÁLISE DE CASO A PARTIR DOS INDICADORES DE EDUCACIÓN E VIVENDA. (Xosé Carlos Macía Arce)
17. LOS ESPACIOS VERDES URBANOS EN A CORUÑA. (Román Sanz Freire)
18. "TOWARDS A NEW MODEL FOR THE EVOLUTION OF TOURISM DESTINATIONS. THE EXAMPLE OF THE "UNIVERSAL'S PORT AVENTURA" IN SALOU, TARRAGONA." (Martin Scheer)

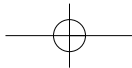
### XORNADAS DO IDEGA

2. O SISTEMA UNIVERSITARIO GALEGO: BALANCE E PERSPECTIVAS (Santiago Lago Peñas, Alberto Vaquero García)
3. AS PRESTACIÓNS POR DESEMPREGO A DEBATE (Santiago Lago Peñas, Rosa María Verdugo Matés)
4. INTERNET I EDUCACIÓN. I XORNADAS SINDUR (Carlos Ferrás Sexto)
5. RESÍDUOS SÓLIDOS URBANOS: A SUA PROBLEMÁTICA E A SUA GESTIÓN (Marcos Lodeiro Pose, Rosa María Verdugo Matés)
6. CINEMA E INMIGRACIÓN (Cineclub Compostela, Rosa María Verdugo Matés e Rubén C. Lois González)

### EDICIÓN ELECTRÓNICA

Tódolos documentos de traballo pódense descargar libremente da páxina web do instituto (<http://idegaweb.usc.es>)





## Normas para os autores:

1. Os autores enviarán o seus traballos, por correo electrónico á dirección ([idegadt@usc.es](mailto:idegadt@usc.es)) en formato PDF ou WORD. O IDEGA poderá solicitar o documento en papel si o estima convinte.
2. Cada texto deberá ir precedido dunha páxina que conteña o título do traballo e o nome do autor(es), as súas filiacións, dirección, números de teléfono e fax e correo electrónico. Así mesmo se fará constar o autor de contacto no caso de varios autores. Os agradecementos e mencións a axudas financeiras se incluírán nesta páxina. En páxina aparte se incluírá un breve resumen do traballo na lingua na que estea escrito o traballo e outro en inglés dun máximo de 200 palabras, así como as palabras clave e a clasificación JEL.
3. A lista de referencias bibliográficas debe incluír soamente publicacións citadas no texto. As referencias irán o final do artigo baixo o epígrafe Bibliografía ordenadas alfabeticamente por autores y de acordo co seguinte orden: Apellido, inicial do Nome, Ano de Publicación entre parénteses e distinguindo a, b, c, en caso de máis dunha obra do mesmo autor no mesmo ano, Título do Artigo (entre aspás) ou Libro (cursiva), Nome da Revista (cursiva) en caso de artigo de revista, Lugar de Publicación en caso de libro, Editorial en caso de libro, Número da Revista e Páxinas.
4. As notas irán numeradas correlativamente incluíndose o seu contido a pe de páxina e a espacio sinxelo.
5. As referencias bibliográficas deberán facerse citando unicamente o apelido do autor(es) e entre parénteses o ano.
6. Os cadros, gráficos, etc. irán numerados correlativamente incluíndo o seu título e fontes.
7. O IDEGA confirmará por correo electrónico o autor de contacto a recepción de orixinais.
8. Os orixinais serán remitidos para a súa avaliación anónima. O informe de avaliación se enviará os autores que, xunto ca versión revisada, deberán contestar as suxerencias que se lles fixeran, incorporando unha carta de resposta o avaliador. Os editores, a vista dos informes dos avaliadores, resolverán sobre a súa publicación nun prazo prudencial. Terán preferencia os traballos presentados as sesións Científicas do Instituto.
9. Para calquera consulta ou aclaración sobre a situación dos orixinais os autores poden dirixirse o correo electrónico do punto 1.
10. No caso de publicar unha versión posterior do traballo en algunha revista científica, os autores comprométese a citar ben na bibliografía, ben na nota de agradecementos, que unha versión anterior publicouse como documento de traballo do IDEGA.

