

XOSÉ LÓPEZ, MANUEL GAGO & CARLOS TOURAL

xose.lopez.garcia@usc.es; magago@gmail.com; carlos.toural@usc.es

UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA, ESPAÑA

LA EURORREGIÓN GALICIA-NORTE DE PORTUGAL COMO ESLABÓN PARA LA CREACIÓN DE REDES CULTURALES TRANSNACIONALES

RESUMEN

La desaparición de las fronteras en la Europa comunitaria y la creación de comunidades de trabajo que caminaron cara la creación de agrupaciones de cooperación transfronteriza, como la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal, han alimentado las condiciones para crear nodos de actuación, a modo de eslabones, que favorecen la articulación de redes culturales transnacionales en diferentes campos, como puede ser el de la Cultura y la Comunicación. Los lazos sociales, culturales, lingüísticos y económicos constituyen la base sobre la que, en la sociedad en red, podemos construir renovados mecanismos de actuación en el campo de la interculturalidad, la convivencia cultural y la comunicación en el siglo XXI. En esta comunicación analizaremos algunos de los pasos dados que nos deben permitir reflexionar sobre como aprovechar estas iniciativas para avanzar en la creación de redes culturales. La evolución de la eurorregión desde su constitución en 2008 hasta la actualidad y los nuevos lazos que se han establecido en las dos comunidades son solo un punto de partida. Pero esta comunidad crece precisamente mientras las redes sociales ganan protagonismo en la comunicación mediada tecnológicamente y cuando la creación de redes culturales transnacionales se hace más necesaria para estar en el mundo con proyectos colaborativos marcados por la identidad y la creatividad.

PALABRAS CLAVE

Eurorregión Galicia-Norte de Portugal; redes culturales transnacionales; comunicación y cultura

INTRODUCCIÓN

La Comunidade de Traballo Galicia-Norte de Portugal, creada en 1991, surgió como una oportunidad para encuentros periódicos entre “os dous lados da raia” para analizar cuestiones de interés común y estudiar la posibilidad de coordinar iniciativas comunes. Era una apuesta por la colaboración entre dos pueblos que, aunque nacidos de un tronco común, habían vivido de espaldas durante años gracias a una política alimentada desde los gobiernos centrales de los dos países. Y, aunque nació sin mucho entusiasmo, el paso del tiempo ha demostrado que era una opción que permitía dar un paso adelante para una mejor planificación transfronteriza.

La cooperación transfronteriza, auspiciada por la Xunta de Galicia y la Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional da Região Norte de Portugal, encontró un buen punto de partida para, tras sucesivas adaptaciones, encarar la creación de la Eurrorregión Galicia-Porte de Portugal que, desde su creación, en el año 2008 como Agrupación Europea de Cooperación Transfronteriza, ha conseguido aprovechar este nuevo camino para impulsar la cooperación entre administraciones, con un fuerte carácter económico, pero que también tiene un importante componente cultural y comunicativo. Esta agrupación europea, GNP-AECT¹, se formalizó en el año 2010 con la toma de posesión de los órganos directivos y su entrada en funcionamiento en el mismo año.

El siguiente paso, en la línea de la configuración que auspicia a Unión Europea, fue la creación de una macrorregión, que engloba a territorio que forman parte de varios países y que comparten desafíos comunes, por lo que resulta aconsejable promover acciones conjuntas. Fue en el año 2010 cuando el presidente de la Comisión de Coordinación e Desenvolvemento Rexional da Rexión Norte de Portugal, el presidente de la Xunta de Galicia y el presidente de la Junta de Castilla y León firmaron el convenio por el que quedó formalmente constituida la macrorrexión “Regiones del Sudoeste Europeo (RESOE), la primera de carácter ibérico, a la que en el año 2014 se uniría Asturias, en la primera ampliación.

En este año 2016, después de este recorrido de organización en el campo de la colaboración transfronteriza desde las administraciones públicas, Galicia y el Norte de Portugal han celebrado, en el mes de mayo de 2016 acciones conmemorativas de los 30 años de adhesión a la Unión Europea. Este ha sido el marco que ha impulsado estas nuevas vías de colaboración, que habían quedado bloqueadas durante las dictaduras que sufrieron los

¹ Recuperado de <http://www.gnpaect.eu/gl/>

dos países, España y Portugal, y que habían consolidado las fronteras durante años, provocando un mosaico de relaciones muy singulares.

En este escenario del entramado formal de regiones, euroregiones y macrorregiones, en la segunda década del tercer milenio, después de 30 años los dos países en la Unión Europea, podemos decir que la euroregión constituye un espacio de sólida interrelación social, económica y cultural, bien situada para afrontar desafíos de futuro. Al margen de la eficiencia del funcionamiento de los instrumentos creados y de los aciertos y errores cometidos por sus gestores, lo cierto es que hay una base que alimenta la integración y la colaboración en el campo simbólico en un momento en el que la sociedad red (Castells, 1996) marca el camino de muchas dinámicas de funcionamiento.

Las oportunidades en esta sociedad red se presentan al calor de los dispositivos móviles y las redes sociales, que alimentan o pueden alimentar elementos de conexión y renovadas redes de intervención social. Los cambios habidos en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, con las mudanzas en el ecosistema comunicativo, han creado un escenario que en la segunda mitad de la segunda década del tercer milenio preside la conectividad y la movilidad.

Este ámbito de la movilidad, que gira alrededor de lo que muchos estudiosos han denominado como la cuarta pantalla (Cebrián Herreros & Flores Vivar, 2011, p. 18; Aguado & Martínez, 2008), tiene una serie de características intrínsecas que le permiten adaptarse al nuevo entorno así como poder cumplir con las necesidades que demanda la sociedad. Cualquier estrategia en la colaboración transfronteriza tiene que contemplarlo, por lo tanto, en el tercer milenio.

El otro ámbito decisivo para la construcción de puentes de colaboración en la sociedad red son las redes sociales. El estudio de estas redes sociales, que cuenta con diferentes enfoques desde las ciencias sociales, ha merecido la atención de los investigadores en Comunicación, que se han centrado en el estudio de cómo algunas redes sociales más populares (Facebook y Twitter) han informado de diferentes acontecimientos mediáticos (Muralidharan, Rasmussen, Patterson & Jae-Hwa, 2011), el seguimiento de la campaña electoral estadounidense de 2008 a través de los social media (Harfoush, 2009; Pérez-Latre, 2011); las redes sociales como fuentes informativas para periodistas (Lariscy, Avery, Sweetser & Howes, 2009; Carrera, 2012; Cerviño, 2013); o el uso que hacen los periodistas de las redes sociales (Herrero, 2013; Mercier, 2014; Jeanne-Perrier, Smyrniaios & Díaz Noci, 2015; Lee, 2015). Hay, por lo tanto, numerosos trabajos para diseñar estrategias con conocimiento de causa a fin de afrontar con éxito los desafíos.

LOS CANALES DE COMUNICACIÓN

Desde su aparición, en la fase previa al auge de la comunicación móvil y el impacto de las redes sociales, el entramado de colaboración y acciones conjuntas transfronterizas en la euroregión ha tenido no sólo problemas de organización y buen entendimiento con todos los actores, sino también para hacerse visible ante los ciudadanos y conformar estados de opinión favorables a la nueva vía de trabajo. La dispersión de las acciones, el escaso interés de los actores comunicativos dominantes y el fracaso de experiencias colaborativas en el campo de la comunicación contribuyeron a que los resultados no fuesen los deseados por los promotores de la nueva estructura y del modelo organizativo de la euroregión.

Varias iniciativas permanecen como voceros que ponen su punto informativo en la constelación del ecosistema mediático actual. Desde el ámbito gallego, podemos citar desde la página oficial de la Agrupación Europea de Cooperación Territorial Galicia-Norte de Portugal, que incluye un área que denomina “Diario de la Euroregión”², que se denomina “Xornal galego-portugués da Gallaecia”, unha iniciativa privada que tenta ocupar un espazo informático sobre este ámbito da eurorexión. No son las únicas iniciativas, hai moitas máis, en especial de páxinas corporativas, como a do Centro de Estudos Eurorexionais Galiza-Norte de Portugal (CERR)³, del Eixo Atlántico⁴ ou guías privadas turísticas e de servizos, como Galicia-Portugal.com, pero sí una muestra de la atención a este espacio con perspectivas e iniciativas de diferentes características.

Con todo, lo relevante es que, en estos años, se ha revitalizado el interés por esta área de la euroregión Galicia-Norte de Portugal y se ha creado un viejo-nuevo espacio en el que hay una semilla de colaboración que también ha llegado al campo simbólico y que, si se aplican medidas renovadas, se puede impulsar en el momento actual.

ALGUNAS EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS

Una de las iniciativas pioneras en el ámbito de la sociedad de la información fue el proyecto Xanela, surgido en 1998 con financiación europea RISI II, y promovido por la Zona Franca de Vigo. El proyecto Xanela buscaba proveer de servicios de información a los 18 ayuntamientos del Eje Atlántico

² Recuoerado de novasdoeixoatlantico.com

³ Recuperado de <http://www.fceer.org/>

⁴ Recuperado de <http://www.eixoatlantico.com/index.php/es/>

(que juntaba municipios de Galicia y Portugal). Un aspecto significativo es que de la estrategia inicial de la creación de un buscador y servicios básicos de información en Internet, se pasó con cierta rapidez a una orientación cultural. La Xanela da Cultura, presentada en 2001, convirtiéndose en un modelo de medio orientado a la agenda de ocio y cultura, estructurado como un portal que pretendía reunir una agenda cultural común para los dos países pero al mismo tiempo ofrecer una web específica para cada municipio.

Xanela marcaría sin duda la orientación cultural que en los próximos años tendrían mucha parte de los proyectos estratégicos presentados alrededor de la euroregión.

Un ejemplo de colaboración en el ámbito de patrimonio cultural fue la red CASTRENOR (2007), promovida por la Xunta y el Ministerio de Cultura portugués para la promoción inicial del patrimonio galaico. El programa tenía como objetivo la creación de una “red temática”, ámbito de desarrollo turístico y cultural que no se ha extendido a otros ámbitos posibles del patrimonio cultural. Esta red se articularía a través de una “programación de carácter transfronterizo” y la “creación de espacios turísticos y culturales más amplios que posibiliten nuevas fórmulas de desarrollo”.

Los sucesivos desarrollos han mostrado la predilección de los agentes de ambos lados de la frontera de escoger la Edad de Hierro como un elemento fundamental a la hora de generar proyectos comunes. Otro caso en este sentido es el proyecto “CREATIVA” (2011), que a partir de la selección de yacimientos arqueológicos del proyecto precedente (Castrenor) elaboró una plataforma tecnológica basada en Google Earth, centrada en fotografía panorámica de diferentes áreas de yacimientos de ambos lados de la frontera. Este proyecto, sin embargo, se encontraba aislado dentro de una serie de iniciativas dispersas alrededor de la economía cultural (guías de empresas y servicios, foros de debate sobre coworking y otros temas, etc.).

En la mayor parte de los casos, las iniciativas han tenido un carácter de proyecto demostrativo, pero carecemos de datos que nos permitan evaluar la repercusión y el impacto del proyecto en relación al territorio sobre el que se desarrollan.

HACIA UN MODELO SOSTENIBLE DE CREACIÓN DE UN ESPACIO PÚBLICO COMÚN

Estamos en un importante momento de redefinición de las estrategias de desarrollo económico y social de las euroregiones a nivel de la Unión, como de debate del propio futuro de la institución a nivel europeo.

La estrategia de institucionalización de estos territorios debería examinarse a la luz de la convergencia social, económica y cultural obtenida a lo largo de estos años.

Una de las necesarias reflexiones debe girar hacia la evaluación del impacto que los proyectos – y, por lo tanto, las políticas – financiados por las instituciones europeas han tenido de manera efectiva sobre el territorio, su sociedad, su economía y su cultura. Disponer de buenos mecanismos evaluativos no sólo de los proyectos en curso sino también del dinero invertido a lo largo de estos años permitirá determinar cuál es el futuro institucional de espacios como la euroregión y, en gran medida, la orientación de los recursos destinados.

Aunque no es posible disponer de toda la información, no hay duda de que una significativa parte del esfuerzo inversor y de los proyectos presentados giran alrededor de la cultura y su explotación turística. El motivo es obvio, toda vez que el principal elemento definidor del territorio de Galicia y norte de Portugal es la existencia de una historia, una cultura y un marco lingüístico común. Sin embargo, las aproximaciones a esta cultura han sido muchas veces condicionadas temáticamente hacia una realidad arqueológica como puede ser la cultura de la Edad del Hierro (es decir, el desarrollo de contenidos de una realidad anterior a la conformación de los dos Estados en los que hoy se divide la Euroregión). Es posible extender estas acciones hacia otros contenidos sociales y culturales que puedan conectar y redefinir la euroregión?

Un ejemplo interesante es la atención que modelos turísticos de éxito en las dos regiones no han valido para desarrollar claramente productos comunes, a pesar de su éxito indudable. Es el caso, por ejemplo, del Camino de Santiago, que además de las rutas oficiales, ha generado desde Portugal un importante flujo turístico a Galicia que se ha producido sin apenas planes de promoción turística en el país vecino (recordemos que las competencias turísticas en el exterior corresponden al Estado y no a las autonomías) o del Douro Vinhateiro como destino relativamente frecuente del turista gallego, y que también, no ha sido promocionado por Portugal en Galicia de manera institucional. En el caso portugués, podríamos hablar también de una importante ruta, la del Románico, que funciona como un elemento vertebrador del norte de Portugal más rural. Y otro modelo de éxito es la Noite das Bruxas en Montalegre, una iniciativa promovida al principio por el singular Padre Fontes, que ha sido adoptada a nivel municipal por la cámara y genera miles de visitantes cada viernes 13 en este ayuntamiento de la frontera entre Galicia y Portugal.

En estos cuatro casos, estos productos tendrían una fácil prolongación en los dos ámbitos de la euroregión y, al menos en el caso del Camino, las rutas del vino del Douro o la Noite das Bruxas, han conseguido alcanzar el más complejo de estos factores: la sostenibilidad local a partir de la implicación de diferentes agentes comprometidos con el proyecto y beneficiados por su viabilidad económica.

A estas alturas, es necesario situar en el eje de la reflexión como construir elementos de identidad común que acaben generando consecuencias sociales y económicas que avancen en la integración, más allá de los desiderátums de los proyectos oficiales financiados por la Unión. Sería necesario aprender de los casos de éxito a la hora de potenciar otros ámbitos, perfectamente desarrollables de la identidad común, sabiendo que no es posible obtener éxito en los proyectos piloto sin el apoyo y el compromiso de los agentes locales por hacerlo sostenible.

A MODO DE CONCLUSIÓN

La euroregión Galicia-Norte de Portugal, a partir de diferentes iniciativas y experiencias puestas en marcha en los últimos años, ha entrado en el espacio comunicativo con mensaje diferenciado. Las actuaciones llevadas adelante han conseguido reforzar este espacio como unidad diferenciado y como un actor en el entramado actual de zonas transfronterizas con identidad. El espacio ha mostrado sólidos lazos sociales, económicos y culturales, que ahora tratan de reforzar las estrategias de comunicación, tanto de las entidades oficiales como las iniciativas privadas.

Después de años de dispersión de iniciativas, en el marco de la pluralidad que emerge de los actores de la euroregión parece posible una mayor colaboración y abrir espacio para renovadas estrategias que permitan un aprovechamiento del valor añadido de los lazos comunes para intervenir en el escenario ibérico, europeo y mundial. El escenario actual parece más propicio que el de hace veinte años para que la euroregión Galicia-Norte de Portugal alimente la creación de redes culturales transnacionales en el campo de la Comunicación que emerjan desde la base y se sustenten el proyectos sostenibles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, J. M. & Martínez, I. (2008). La cuarta pantalla: industrias y contenido móvil. In J.M. Aguado & I. Martínez (Eds.), *Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Carrera, P. (2012). Periodismo y social media. In M. P. Diezhandino (Ed.), *El periodista en la encrucijada*. Madrid: Ariel.
- Castells, M. (1996). *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I: The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Cebrián Herreros, M. & Flores Vivar, J. (2011). *Periodismo en la telefonía móvil*. Madrid: Fragua.
- Cerviño, B. (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas*. Trabajo de Fin de Máster, Universidad Autónoma, Barcelona, España. Recuperado de <http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/216886/Versi%C3%B3n%20digital%20del%20trabajo.pdf?sequence=1>
- Harfoush, R. (2009). *Yes We Did. An Inside Look at How Social Media Built the Obama Brand*. Berkeley: New Riders.
- Herrero, E. (2013). *Periodistas y redes sociales en España. Del 11M al 15M. (2004-2011)*. Tesis doctoral, Universidad Carlos III, Madrid, España. Recuperado de <http://fcic.periodistes.org/wp-content/uploads/2013/11/Estudi-Periodistas-y-redes-sociales-en-Espa%C3%B1a.pdf>
- Jeanne-Perrier, V.; Smyrniaios, N. & Díaz Noci, J. (2015). Periodismo y redes digitales. Innovación y cambio profesional o movilización de “sociabilidades”. Introducción. *Sur le Journalisme*, (4)1. Recuperado de <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/viewFile/195/81>
- Lariscy, R. W.; Avery, E. J.; Sweetser, K. D. & Howes, P. (2009). An examination of the role of online social media in journalists' source mix. *Public Relations Review*, 35(3), 314-316.
- Lee, J. (2015, 24 de febrero). The Double Edged Sword. The Effects of Journalists Social Media Activities on Audience. Perceptions of Journalists Social Media Activities on Audience. Perceptions of Journalists and Their News Products. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12113/epdf>
- Muralidharan, S.; Rasmussen, L.; Patterson, D. & Jae-Hwa, S. (2011). Hope for Haiti: An analysis of Facebook and Twitter usage during the earthquake relief efforts. *Public Relations Review*, 37, 175-177.

Pérez-Latre, F. J. (2011). Social Networks, Media and Audiences: a Literature Review. *Comunicación y Sociedad*, 24(11), 65-74.

Citação:

López, X.; Gago, M. & Toural, C. (2017). La euronregión Galicia-Norte de Portugal como eslabón para la creación de redes culturales transnacionales. In M. Gama & H. Sousa (Eds.), *Contributos do Congresso Internacional "Redes de Cooperação Cultural Transnacionais: Um olhar sobre a realidade lusófona"* (pp. 68-76). Braga: CECS.