



Contexto e dinámica cultural de Galicia

MARCOS LORENZO

Marcos Lorenzo

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

Cando se fala de cultura é un lugar común advertir do carácter polisémico do termo, dadas as múltiples acepcións que presenta no seu uso cotián. Co ánimo de adoptar o enfoque máis aberto posible, faremos nosa a definición acuñada na Conferencia Mundial de Políticas Culturais de México en agosto de 1982 e que reza do seguinte xeito:

No seu sentido máis amplo, a cultura pode considerarse actualmente como o conxunto dos trazos distintivos, espirituais e materiais, intelectuais e afectivos que caracterizan unha sociedade ou un grupo social. Engloba, ademais das artes e as letras, os modos de vida, os dereitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradicións e as crenzas.

Ao longo do século XX, nomeadamente a partir dos anos 50, a cultura foi adquirindo unha notable relevancia nas políticas públicas dos gobernos en atención ás súas virtualidades, como: 1) vía de desenvolvemento persoal, incidindo no incremento das destrezas e habilidades expresivas da poboación; 2) factor de cohesión social, servindo ao reforzo das relacións cidadás, á integración de colectivos desfavorecidos e ao fomento da convivencia intercultural; 3) soporte de identidade, estimulando o sentido e orgullo de pertenza e a participación na comunidade; e 4) activo económico, xerando emprego cualificado, cunha notable contribución de valor engadido e efecto arrastre sobre outras actividades.

En efecto, dun tempo a esta parte o sector cultural está a merecer a consideración de expertos e institucións na súa faceta de activo estratéxico para a competitividade dos territorios. Así o recoñece a Axenda de Lisboa (2000) ao propor un cambio de rumbo no modelo produtivo de Europa cara a unha economía do coñecemento, e así o certifica o *Libro verde das industrias culturais e creativas*, elaborado pola Comisión Europea, e que aspira a establecer as condicións para que a UE se dote dunha economía creativa. Polo tanto, ás catro dimensións anteditas poderíamos engadir unha quinta que sintetiza as anteriores cunha orientación de futuro: a da cultura en tanto que motor da sociedade do coñecemento e piar da nova economía.

Así e todo, e con independencia do seu impacto económico, a cultura acubilla valores de seu non sempre traducibles a indicadores e cifras. Así, a cultura galega posúe uns riscos históricos e antropolóxicos que enriquecen a todos os habitantes deste vello país e modulan a nosa personalidade dun xeito singular e diferenciado. Somos, en boa medida, o que a cultura fixo —e fai— de nós. Un dos fitos cons-

tituíntes da nosa identidade, se acaso o de maior transcendencia, é a propia lingua galega, vínculo fraternal con Portugal e hoxe vehículo de comunicación nos cinco continentes. Outro dos fitos que nos particularizan é o de sermos a meta dun vieiro, o Camiño de Santiago, que leva séculos vertebrando a idea de Europa. Por esa ruta transitaron a arte románica e os cancioneiros, auténticas alfaías do medievo. Xa vindo cara ao presente, a epopea da emigración masiva e a ponte marítima que urdimos con América conformounos como unha auténtica sociedade transcontinental, cun pé a cada lado do Atlántico. Con estes catro trazos non pretendemos sintetizar os nosos valores culturais senón apenas deixar constancia do monumental legado recibido e das fondas raíces que sosteñen esta nosa árbore, sen cuxo zume non se podería comprender o noso presente.

Como calquera cultura viva, a galega tamén experimentou intensas transformacións. No último século e medio asistimos a un proceso de modernización que nos equiparou á contorna europea. Se antes do XIX predominaba a creación individual, sexa nas formas populares ou nas artes especializadas, coa chegada da industrialización xurde a eclosión da produción seriada e a distribución a grande escala, ben a través da prensa escrita, da fotografía ou da exhibición de espectáculos dirixidos a unha nova burguesía consumidora de cultura nas vilas e cidades. A chegada do século XX supuxo a expansión destes consumos cara a outros segmentos de poboación, en parte debido ás mellores nas condicións de vida e no acceso á educación, en parte grazas á implantación de novos soportes de comunicación, como a radio, o cine e a televisión, elementos cruciais na irrupción do que se veu en denominar como “cultura de masas”. Estes fenómenos, acompañados por un aumento sostido do gasto público en cultura, permitiron a consolidación da industria cultural como un sector económico en constante medre, así como un paulatino ascenso dos hábitos e prácticas culturais da cidadanía. A día de hoxe, a emerxencia dos novos soportes dixitais, e as súas profundas afeccións nos patróns de produción, distribución, consumo e participación cultural, están a remodelar o noso panorama creativo, constituíndo un verdadeiro desafío para artistas e profesionais da cultura.

Así as cousas, o sector cultural galego, entendido este como o conxunto das industrias creativas, os axentes públicos e o tecido sociocultural da Comunidade, mostra agora unha puxanza como nunca antes coñecera, cun volume global de actividade que rolda o 2 por cento do PIB da economía galega, senlleiras iniciativas de éxito e artistas de valía e proxección mundial. Ben é certo que, para navegar nos mares convulsos da crise económica, cumpriría abordar algunhas

eivas estruturais que ameazan o seu porvir. No que segue teremos oportunidade de coñecer máis polo miúdo os claroscuros e retos que se debuxan no horizonte vindeiro da cultura en Galicia.

Industria e mercado cultural

Comezamos, pois, este breve repaso sobre as principais magnitudes da nosa cultura cunha radiografía do tecido empresarial galego, non sen antes lembrar a definición que das industrias culturais propuña a UNESCO en 2005:

As industrias culturais son as que producen e distribúen bens e servizos culturais que, considerados desde o punto de vista da súa calidade, utilización ou finalidade específicas, encarnan ou transmiten expresións culturais, independentemente do valor comercial que poidan ter.

Empresas

Pois ben, unha primeira ollada sobre as empresas culturais galegas desvélanos un panorama moi heteroxéneo, con casuísticas moi dispares, mais no que predomina un mesto tecido de microempresas (96 por cento) en réxime de autoemprego ou cun cadro de persoal inferior a dez traballadores. Algúns expertos indican que ese discreto tamaño medio podería ser unha vantaxe en termos de flexibilidade e capacidade de adaptación ás conxunturas económicas, e un hándicap á hora do acceso a financiamento e novos mercados.

En conxunto, e dependendo das fontes consultadas, o número de empresas culturais para Galicia oscila entre as 2.153, na estimación máis cautelosa, e as 6.931, na máis optimista. Esta enorme diverxencia nos datos é debida na súa meirande parte a que no segundo caso se inclúen as empresas dedicadas ao comercio e aluguer de produtos culturais (librarías, quioscos e tendas de discos, entre outras). En todo caso, onde si coinciden todos os informes publicados é na medranza ininterrompida do número de empresas nos anos previos á crise, chegando a rexistrar un incremento superior ao 30 por cento no intervalo que comprenden os anos 2004 a 2009.

Emprego

As cifras publicadas sobre emprego cultural tamén amosan diferenzas substanciais segundo as fontes. Acoléndonos ás afiliacións á Seguridade Social, dato intermedio entre o valor máximo e o mínimo dos publicados, en 2009 habería unha media de 15.600 persoas empregadas na industria cultural galega, incluíndo os traballadores por conta propia e allea. Outras fontes, como a

Enquisa de Poboación Activa, indican que en 2009 o emprego cultural supuña un 3 por cento do total de emprego en Galicia. No lapso que media entre 2000 e 2008 incrementaríase en máis dun 50 por cento.

En canto ao perfil dos traballadores, e con datos para 2006, destaca a alta presenza de titulados superiores (52 por cento), a notable participación das mulleres (42 por cento) e, de xeito singular, a temporalidade nos contratos (46 por cento), a case 20 puntos da media española e afondando nesa tendencia desde polo menos o ano 2001, o que podería resultar sintomático da intermitencia dos ingresos empresariais e, por tanto, da falla de continuidade dos negocios. De feito, o ano medio de constitución das empresas sitúase en 1999, o que xa informa dun sector de nova factura e con treito para se consolidar.

Distribución sectorial

No que atinxe ao peso relativo por subsectores, destaca o produto gráfico, con máis da metade do número de empresas, do emprego xerado e da facturación obtida, seguido do audiovisual, con aproximadamente un cuarto nesas tres dimensións, e xa a certa distancia da industria musical e a das artes escénicas, como sinala o informe “As cifras da industria cultural galega” (AGADIC). Non é pois de estrañar que o produto gráfico e o audiovisual sexan os únicos ámbitos articulados a través dun clúster, do que se deduce un interesante grao de madurez sectorial.

Facturación

Tamén a facturación das industrias culturais galegas medrou de forma significativa nos últimos tempos, cun ascenso dun 17 por cento en tan só dúas anualidades (2006 a 2008), acadando un volume de negocio total de aproximadamente 1.100 millóns de euros. Como é de agardar, a implantación xeográfica das nosas empresas da cultura non se presenta dun xeito homoxéneo no territorio senón que pivota arredor daqueles núcleos urbanos cun maior dinamismo, destacando as bisbarras da Coruña, Santiago e Vigo, que en 2007 agrupaban preto do 80 por cento do valor engadido xerado en Galicia. De entre estas tres, un recente estudo do Consello da Cultura Galega (“O sistema produtivo da cultura en Galicia”) destacaba a de Santiago como a de maior taxa de crecemento no período 2004-2007.

Comercio exterior

No entanto, onde a empresa cultural galega mostra un comportamento máis átono é na súa

orientación aos mercados internacionais. Se analizamos o comercio exterior con datos do ICEX para 2009 poderemos comprobar como a venda de produtos culturais só representaba un 0,04 por cento das exportacións galegas, e decrecendo desde 2006 nun 71 por cento. O saldo comercial en 2009 era deficitario e os intercambios de escasa magnitude, con apenas 7,5 millóns de euros en importacións e 5,3 en exportacións. O noso principal mercado exterior era Portugal, cun 41 por cento das vendas. Esta limitada abertura ao exterior é citada con frecuencia como unha das deficiencias máis acusadas da nosa industria.

Consumos culturais

Outras das eivas que frean as expectativas de crecemento da industria galega son os consumos culturais da poboación e a propensión á gratuidade nas políticas de prezos das institucións. Vaíamos por partes. O consumo cultural dos galegos e galegas leva medrando sen interrupción nos últimos anos, duplicándose desde 2003 e acadando un total de 816 millóns de euros en 2008, segundo a Enquisa de Orzamentos Familiares. O consumo por habitante sitúase en algo menos de 300 euros anuais, mentres que en España a media achégase aos 370 euros. Porén, atendendo á desagregación do gasto, vemos que deses 300 euros, máis do 40 por cento responde á adquisición de equipamentos e accesorios audiovisuais de tratamento da información e internet, a moita distancia do pago por servizos culturais (84 euros) ou da compra de libros e publicacións periódicas (66 euros). Afondaremos nesta cuestión nun apartado posterior. Abonde agora con indicar que se en 2007 o consumo cultural supuña un 2,8 por cento da cesta da compra das familias galegas, en 2008 esa porcentaxe caeu nunha décima, o que pregoa un escenario de crise. Entre as variables con maior relevancia no condicionamento do gasto cultural figuran a idade, os niveis formativos e a renda dispoñible.

Prezos

Parte desa escaseza relativa no consumo cultural dos galegos está relacionada cunha práctica moi extensa nos equipamentos culturais de titularidade pública (e non só): o recurso á gratuidade como fórmula para captar públicos. Sirvan como exemplo algúns datos ilustrativos. En 2006 a entrada a museos e coleccións museográficas en Galicia era de balde nun 73 por cento dos casos. En 2009, segundo indica o Anuario SGAE, o gasto medio por asistente a funcións de teatro foi de 5,8 euros en Galicia por 12,9 en España, en representacións de danza de 5,9 euros en Galicia

Os efectos da crise económica fixéronse sentir nas prioridades de gasto das familias galegas, minguando os recursos destinados a turismo e a consumos culturais. A crise está a afectar con severidade as partidas para cultura das administracións públicas, así como os investimentos en patrocinios por parte das empresas doutros sectores

por 12,2 en España, en concertos de música clásica de 2,8 euros en Galicia por 8 en España e en concertos de música popular de 4 euros en Galicia fronte aos 5,1 da media española. Tal e como advirten os expertos, a xeneralización da gratuidade incide na desvalorización do produto cultural, ademais de supor un acto de competencia desleal para cos operadores privados.

Turismo cultural

Outro dos fenómenos onde cómpre deterse pola súa contribución á economía galega é o turismo cultural. No último terzo do século XX o turismo acadou dimensións masivas, converténdose nun eixe central de desenvolvemento local para os lugares de destino. A partir dos anos 90 xorden novas tipoloxías baseadas na cultura e natureza que permiten diversificar a oferta e desestacionalizar a demanda. Pois ben, segundo as estatísticas do Instituto de Estudos Turísticos, Galicia foi destinatária en 2009 de preto de 490.000 visitas de residentes españois motivadas por intereses culturais, e dunha cifra similar de viaxeiros internacionais. De 2002 a 2008 os desprazamentos culturais a Galicia multiplicáronse por dous entre os residentes españois e por cinco entre os cidadáns estranxeiros. En 2009 rexístrase un leve descenso por mor da crise. Ese mesmo ano, o gasto agregado en Galicia dos turistas e viaxeiros culturais excede os 700 millóns de euros. Para 2007, as estimacións dun informe do Consello da Cultura Galega (“O turismo cultural en Galicia”) falaban dun volume de negocio equivalente ao 2,5 por cento do PIB da Comunidade. Se lle engadimos a contribución ao PIB da industria cultural autóctona, poderemos concluír que a alianza entre cultura e turismo revélase como unha trabe mestra da prosperidade do país.

O turista cultural realiza estadias máis longas e cun maior desembolso medio que o común dos viaxeiros. As estadias prólonganse máis no caso das mulleres, das persoas con estudos superiores e dos non residentes en Galicia ou comunidades limítrofes. O gasto medio por viaxe dos estranxeiros triplicaba en 2009 o dos residentes en España (1.074 contra 378 euros). En canto á nacionalidade dos viaxeiros culturais foráneos, en

2008 sobresaían os portugueses, a sensible distancia dos procedentes do resto de Europa e do continente americano.

Un dos baluartes na atracción de turismo cultural a Galicia é o Camiño de Santiago. En 2007 inscribíronse nas Oficinas do Peregrino 114.000 persoas, repartidas a partes iguais entre españois e estranxeiros. A tendencia interanual é ascendente en ambos os casos, aínda que a maior ritmo entre os peregrinos foráneos. Deles, un 53 por cento proviñan de Alemaña, Italia e Francia.

Tamén entre a cidadanía galega foi callando esa práctica de lecer, chegando en 2008 ás 680.000 viaxes por motivos culturais, para caer bruscamente ao ano seguinte até pouco máis de 500.000, sinal do impacto previsible da crise nas economías domésticas. Así e todo, o gasto medio por viaxe dos turistas culturais galegos non deixou de medrar, situándose en 2009 en 497 euros, moi por riba dos 381 do ano 2005.

Impacto da crise

Como acabamos de indicar, os efectos da crise económica fixéronse sentir nas prioridades de gasto das familias galegas, minguando os recursos destinados a turismo e a consumos culturais. Pero non só iso. A crise está a afectar con severidade as partidas para cultura das administracións públicas, así como os investimentos en patrocinios por parte das empresas doutros sectores. Se a iso lle sumamos a crise interna das industrias culturais, derivada da revolución dixital (cambios nos soportes de transmisión de bens e servizos e por tanto nos hábitos culturais da cidadanía), o panorama a curto prazo non semella moi alentador. Así mesmo, tal e como sinala o documento “Reflexión estratéxica sobre a cultura galega” (Consello da Cultura Galega), a industria cultural galega está demasiado centrada nas fases da creación e produción da cadea de valor, cunha énfase menor na promoción e distribución, o que dificulta a saída comercial dos seus produtos. Non son poucos os estudosos que nesta tesitura de reconversión industrial recomendan unha batería de cambios no sector que pasarían por un aproveitamento máis intensivo das novas tecnoloxías, pola aposta na diferenciación do produto, por unha alianza

estratéxica co turismo, por unha maior apertura a mercados exteriores ou polo deseño de servizos creativos para empresas que lle permitan diminuír a súa dependencia dos fondos públicos e diversificar así as súas fontes de ingreso.

Algúns datos recentes corroboran a vulnerabilidade das empresas culturais galegas ante a crise económica. En 2009 as afiliacións á Seguridade Social decrecerían na industria cultural nun 7,5 por cento, por un 1,3 por cento no total do emprego galego. Así mesmo, nese ano o IPC rexistraría un incremento dun 0,9 por cento en Galicia, mentres que os prezos dos produtos culturais e de lecer baixaron un 0,6.

Sector público e ámbito sociocultural

A cultura galega, igual que as restantes culturas ibéricas, está inscrita nun modelo continental europeo onde as administracións públicas xogan un papel decisivo na estruturación e dinámicas do mercado cultural. Non é que o sector público se circunscriba á preservación do patrimonio e á educación cultural da cidadanía (e, por tanto, á xeración de públicos), senón que tamén lidera a promoción de novos equipamentos e a programación de actividades, exercendo un rol determinante como cliente, na adquisición de bens e servizos, e como empresario, na produción de espectáculos e na fixación dos prezos. A súa posición central no sistema cultural obriga a unha análise en detalle das súas principais características.

Financiamento e gasto público

Do conxunto das administracións, as locais (municipios e deputacións provinciais) son as que máis recursos destinan á cultura. Segundo datos do Ministerio de Cultura, en España e para 2008, o 55 por cento do gasto liquidado en cultura correspondía ás administracións locais, fronte a un 30 por cento das comunidades autónomas e un 15 por cento da administración central. Pois ben, para esa mesma anualidade as administracións locais galegas liquidaron 202 millóns de euros, un gasto que, segundo os nosos cálculos, rolda os 70 euros por habitante, sensiblemente inferior á media estatal (86 euros). Conforme descendemos de escala e ampliamos o zoom, esa diverxencia con España acentúase. Así, en 2006 os concellos galegos de menos de 5.000 habitantes gastaban en cultura 37 euros por habitante, lonxe dos 68,5 da media dos seus homólogos españois, tal e como recolle o informe “O capital da cultura”, da Fundación Caixagalicia. Non é de estrañar: a cultura tardou en institucionalizarse e entrar na axenda local galega. De feito, a día de hoxe só o 22 por cento dos concellos de menos

de 50.000 habitantes conta cunha concellaría de cultura propia.

Pola contra, a Xunta de Galicia presenta un gasto liquidado en cultura superior á media das comunidades autónomas. En 2008 o volume de gasto da Xunta ascendeu a 168 millóns de euros, medrando un 25 por cento desde 2004, e cunha asignación per cápita de 61 euros, para unha media nas comunidades autónomas de 47. Nos últimos dous anos, a contracción do gasto público en cultura como consecuencia da crise terá de certo mudado substancialmente esa tendencia. Outro elemento significativo é como se distribúe ese gasto segundo a súa natureza económica. No caso da Xunta de Galicia máis do 70 por cento correspondía a gastos de capital, para unha media das comunidades autónomas do 41. Esa proporción, sustentada no tempo desde ao menos 2003, suxire un notable esforzo da administración autonómica na dotación de novos equipamentos culturais, por riba do efectuado na programación de actividades, no respaldo á iniciativa social e privada e na contratación de persoal técnico cualificado.

Outros axentes cunha particular relevancia no financiamento da cultura en Galicia son as fundacións e obras sociais das caixas e bancos galegos. Así, no último lustro o desembolso en cultura da Fundación Caixagalicia, da Obra Social Caixanova e da Fundación Barrié, copropietaria do Banco Pastor, puido roldar en conxunto os 40 millóns de euros anuais. O proceso de bancarización das caixas galegas abre agora un período de incerteza a respecto da continuidade desas achegas.

Equipamentos culturais

A prioridade pública na dotación de equipamentos atopa o seu reflexo numérico no incremento de salas de concertos e de espazos teatrais. Así, segundo datos do Ministerio de Cultura, entre 2005 e 2009 duplicáronse as salas de concertos e medraron case un 20 por cento os espazos escénicos teatrais, a un ritmo moi superior á media española. Son de titularidade pública un 81 por cento das salas e un 86 dos teatros. Tamén no apartado de bibliotecas presentamos un indicador moi favorable, cun 8,3 por cento das existentes en España, moi por riba do noso peso en poboación. No caso dos museos e coleccións museográficas, a dotación galega é máis discreta, e no que se refire aos cines, na súa inmensa maioría de propiedade privada, padeceron un descenso dun 30 por cento entre 2003 e 2009, en consonancia co que sucede noutros territorios próximos. En todo caso, e segundo indica o Consello da Cultura Galega, entre os concellos galegos de menos de 50.000 habitantes o ascenso do número de equipamentos

nas últimas dúas décadas virou radicalmente a paisaxe recibida, con case 2.500 espazos (aproximadamente 9 por concello), entre os que destacan os centros culturais polivalentes, bibliotecas, casas da cultura, escolas de música, arte, baile ou danza, salas de arte e exposicións, arquivos, auditorios, teatros e museos.

Outra cuestión é o uso que deses equipamentos fai a cidadanía, ou dito á inversa, a cantidade e calidade dos servizos culturais ofertados e as políticas que maximicen a súa ocupación e que estimulen a participación das persoas e colectivos, garantindo así a apropiación social dos mesmos.

Hábitos e prácticas culturais

Vexamos agora con que intensidade a poboación galega participa da cultura, que hábitos e prácticas culturais presenta. No que respecta a estes, os máis frecuentes en 2006 (Enquisa de Condicións de Vida das Familias) eran, por esta orde: 1) lectura de xornais; 2) escoitar a radio; 3) asistencia a concertos de orquestras en verbenas; 4) ver vídeos ou DVD. Estes hábitos estaban presentes en máis do 50 por cento da poboación. Con máis dun 25 por cento e menos dun 50 figuraban: 5) asistencia ao cine; 6) lectura de libros non profesionais; 7) visitas a museos e exposicións; 8) asistencia a concertos de música popular; 9) asistencia a funcións de monicreques, contacontos e circo. E nun terceiro tramo, con menos dun 25 por cento: 10) asistencia ao teatro; 11) asistencia a concertos de música clásica e ópera. Porén, como reflicten os datos do Ministerio de Cultura, en todos os ítems a porcentaxe de galegos que frecuentaban estes hábitos era inferior á media española, salvo na asistencia a concertos de música popular, onde se igualan.

Entre 2002 e 2007 os hábitos culturais sufriron un descenso pronunciado en todas as categorías, nunha tendencia similar ao acontecido en España, pero entre nós con maior intensidade. Así, a asistencia a bibliotecas baixou nese período oito puntos, a lectura de libros non profesionais sete puntos, a asistencia ao cine decaeu dez puntos e a asistencia ao teatro máis de seis puntos. As variables que en maior medida condicionan os hábitos culturais da poboación serían a idade, a posesión de estudos superiores e a residencia nas provincias atlánticas.

No que respecta ás prácticas culturais, as máis comúns en Galicia en 2006/07 eran, por esta orde: 1) facer fotografías; 2) pintar ou debuxar; 3) tocar un instrumento. Todas elas abranguendo a máis do 5 por cento da poboación. Por riba do 3 por cento teríamos: 4) outras artes plásticas; 5) escribir; 6) facer vídeos. E por baixo do 3 por cento: 7) cantar nun coro; 8) deseñar páxinas

web; 9) danza, ballet e baile; 10) facer teatro. En xeral, as nosas prácticas culturais son menores que as rexistradas en España, a excepción de tocar un instrumento ou exercitar “outras artes plásticas”.

Uso das novas tecnoloxías

Os menores hábitos e prácticas culturais da cidadanía galega poderían gardar correspondencia coa nosa pirámide de poboación, con certas carencias educativas, sobre todo nos tramos de maior idade, e coa dispersión dos núcleos habitacionais, o que dificulta o acceso aos focos de oferta cultural. Así e todo, o decaemento dos hábitos en datos recentes non se explica por ningún deses parámetros. É posible que ese retroceso presente unha correlación inversa co avance das novas tecnoloxías, na medida en que os novos soportes dixitais están a mudar as formas de acceso aos contidos culturais, alterando así os patróns de consumo. Pois ben, segundo o Anuario de Estadísticas Culturais do Ministerio de Cultura, o uso regular do ordenador subiu en Galicia 14 puntos entre os anos 2004 e 2009 (do 40 ao 54 por cento da poboación) e o acceso a internet en 17 puntos (do 32,5 ao 50 por cento). Ambas as porcentaxes son en España dez puntos superiores.

Ensinanzas culturais

Sinalabamos agora a importancia da educación na adquisición de hábitos culturais. En efecto, o ensino cultural é o ámbito por excelencia onde forxar a creatividade das persoas, o caldo de cultivo preciso para o xurdimento de novos valores artísticos e para a xeración de públicos esixentes e informados. Os datos dispoñibles do Ministerio de Educación neste campo apuntan cara a un futuro esperanzador. Durante o curso 2008/09 estaban matriculados en Galicia máis de 10.000 alumnos e alumnas en ensinanzas artísticas de réxime especial (artes plásticas e deseño, música, danza e arte dramática), un 8 por cento do total español. No caso particular da música, esa porcentaxe ascendía ao 9 por cento. No que respecta ao cadro de profesores, dispuñamos dun 7 por cento do total estatal, cunha ratio de 8 alumnos por mestre para unha media española de 6,9.

Se atendemos ás ensinanzas de réxime xeral, as proporcións móstranse máis acordes co noso peso poboacional: un 4,3 por cento dos alumnos españois nos bacharelatos de artes e un 7,1 nas formacións profesionais relacionadas (curso 2008/09). No conxunto das ensinanzas do ámbito cultural atopamos dous trazos ben demarcados en España: o alto grao de feminización, con máis do 60 por cento de alumnas en todas as modalidades formativas salvo nas de FP, e a opción polo

ensino público, onde cursan entre o 70 e o 95 por cento dos alumnos dependendo das ramas.

Asociacionismo cultural

Outro sismógrafo onde medir o dinamismo cultural dun país é a través da saúde e densidade do seu tecido asociativo de base. Segundo estimacións propias, en Galicia habería na actualidade unhas 6.000 asociacións activas vinculadas á cultura. Nesta categoría incluímos asociacións culturais, centros socio-recreativos, asociacións de veciños, agrupacións musicais e corais, asociacións de mulleres e mesmo clubs deportivos.

A pesar da súa longa traxectoria e rica bagaxe, o asociacionismo cultural galego veríase afectado pola escaseza de recursos económicos, materiais e humanos. Nunha análise circunscrita á provincia da Coruña e realizada polo grupo de investigación INTEREA, seis de cada dez entidades afirmaban contar con menos de 6.000 euros anuais, en boa medida procedente de subvencións públicas, oito de cada dez carecía de profesionais contratados e a inmensa maioría dispuña dunha sede social cedida ou compartida (non alugada nin en propiedade). Ademais, o tecido asociativo presentaría un debuxo global atomizado, con sete de cada dez entidades con menos de cen socios, e unha baixa dinámica cooperativa, con cinco de cada dez sen apenas contacto con outras asociacións e seis de cada dez non federadas. Outro dos males sinalados polos expertos sería a falla de planificación e avaliación das actividades realizadas e a escasa implicación da cidadanía nas mesmas, o que podería denotar eivas na formación en técnicas de xestión cultural e de animación sociocultural.

Algunha desas carencias poderían ser extrapolables aos concellos galegos de menor dimensión. De feito, un estudo recente do Consello da Cultura Galega (“A situación sociocultural dos concellos de menos de 50.000 habitantes”) indica que tan só un 24 por cento destes municipios avaliou a súa acción cultural, e que apenas un 6 por cento realizou estudos estratéxicos de política cultural, o que apunta a déficits de metodoloxías e/ou profesionalidade que sería preciso paliar.

Os retos do sistema cultural galego

A partir do indicado nos apartados anteriores podemos inferir agora, a modo de conclusión, unha listaxe de prioridades orientadas á mellora futura do sistema cultural galego. Son as seguintes:

1. Dotarse de estratexias de xeración de públicos e de ferramentas de activación sociocultural que permitan estimular a creatividade

social e incrementar os hábitos, prácticas e consumos culturais da cidadanía.

2. Para o que é preciso implantar unha formación específica dirixida aos xestores públicos, profesionais do ámbito privado e activistas do tecido asociativo, que redunde na planificación e avaliación das súas accións, é dicir, na adquisición dun maior grao de profesionalidade e racionalidade na xestión.

3. Impulsar novos modelos de negocio nas industrias culturais galegas desde maiores doses de innovación e diferenciación do produto, que repercutan na diversificación de ingresos e, por tanto, na estabilidade e autonomía das empresas.

4. Abrir plataformas de internacionalización da cultura galega orientadas a propiciar o intercambio con axentes externos, como vía para a adopción de boas prácticas, de ampliación do capital relacional e de ensanchamento de oportunidades para os nosos artistas e empresas.

5. Lograr unha máis intensa incorporación das novas tecnoloxías na poboación galega, no tecido asociativo, nas administracións públicas e nas industrias culturais, como fórmula de inserción na sociedade do coñecemento e dun mellor posicionamento global da cultura galega.

6. Fomentar unha maior cooperación sectorial entre asociacións, empresas e administracións públicas, co albo de xerar sinerxías e economías de escala e, polo tanto, de facilitar a acometida de proxectos culturais máis ambiciosos, cunha alta visibilidade social e exterior.

7. Reforzar os atractivos culturais de Galicia cara aos visitantes, con especial énfase na valorización do patrimonio e no lanzamento de propostas contemporáneas, de forma que se complemente e agrande a oferta de lecer para os turistas culturais.

8. Reorientar o esforzo público realizado até hoxe na dotación de infraestruturas culturais cun novo acento nos contidos e na contratación de persoal cualificado, de tal xeito que se poñan en marcha novos procedementos de traballo que garantan o axeitado impacto social das programacións culturais.

Esta batería de propostas non pretende ser un recompilatorio exhaustivo nin esgota, evidentemente, o campo das posibles melloras que hai que acometer. Só mostra algúns alicerces sobre os que sustentar unha aposta de futuro (mil primaveras máis) para ese proxecto compartido que é a cultura galega ■