

VIERNES, 5 de febrero de 2010

REPORTAJE: LUCES

A cultura busca mapa para ir fóra

As críticas dos galegos do exterior céntranse na "falta dun plan" de visibilización

Ó. I. / D. S. | 5 FEB 2010

Archivado en: Comunidades autónomas Administración autonómica Galicia Administración pública España Cultura

A promoción da cultura galega no exterior, área estratéxica co bipartito, segue a ser terreo esvaradío na Dirección Xeral de Promoción e Difusión Cultural que dirixe Francisco López. Á promesa dun "plan de internacionalización" nada máis chegar seguiu, meses despois, a presentación das "liñas estratéxicas" do departamento. Un desglose de liñas de subvención que incluía, en palabras do conselleiro de Cultura, Roberto Varela, a promesa de "rachar co círculo vicioso" das axudas públicas, na idea de potenciar o consumo cultural.

A proxección -ou a visibilidade- da cultura do país volveu ao torreiro conceptual coas penúltimas declaracións de Varela. Se ao primeiro diagnosticou que estaba "ensimesmada" ou "acomplexada", logo acordou que atinxía, precisamente, á súa promoción exterior. A cuestión, que polarizou o sector -11 Premios Nacionais esixiron por carta a dimisión do conselleiro-, ten que ver coa propia visión instrumental da cultura, pero tamén, segundo a maioría dos consultados, coa ausencia de estratexia. "A cultura non é só turismo", critica Helena González, profesora de Literatura Galega na Universidade de Barcelona.

"Non hai estratexia para a promoción exterior. A cultura non é só turismo"

No peso da cultura -como diagnóstico de partida- céntrase O sistema produtivo da cultura en Galicia: unha visión económica, presentado onte polo Consello da Cultura e o Consorcio da Zona Franca de Vigo. A primeira análise de conxunto das empresas culturais de Galicia completa os informes sectoriais elaborados durante o Goberno anterior: as industrias culturais suman case o 2% do PIB galego sen computar o turismo -frente ao 0,26% da transformación leiteira, por exemplo-, pero Madrid e Cataluña seguen concentrando máis da metade dos empregos culturais e dos rexistros empresariais. O problema, como dicía Xan Bouzada en 2007, segue sendo medir a cultura. "Cómo se miden os efectos identitarios e de actuación socioeconómica dos contidos simbólicos?", preguntábase daquela o sociólogo.

Pola súa valoración dos contidos simbólicos e a potencia para espallalos, Cataluña é soño recorrente. "A petroleira Petrobras, que agora ten unha alianza coa catalá Gas Natural, vén de chamar ao Cervantes de Rio de Janeiro para que ofrezan cursos de catalán aos seus traballadores", resume Manuel Lombao, director do Instituto Cervantes de Brasilia. Doutro xeito, para a artista ourensá María Ruido -radicada en Barcelona desde 1997-, non hai réplicas galegas para o Consell de la Cultura i de les Arts, pero tampouco para a asociación catalá de artistas visuais. "Arte e produción cultural non están unidas gremialmente", sintetiza. Neste contexto, se a cultura galega alá leva aínda un sotaque "tradicional e folclórico" é -di- "pola súa proxección política, como todas as producións culturais do Estado".

Constantino Bértolo, o director editorial de Caballo de Troya, leva ao rego o problema de non interpretar os autores de aquí "no contexto galego". "Ao cabo, o problema literario de Galicia non deixa de ser unha manifestación do seu problema político".

Manuel Lombao: "No Brasil existimos, pero podíamos existir máis"

Un ano e medio conta o xornalista Manuel Lombao (Lugo, 1943) á fronte do Instituto Cervantes de Brasilia. Non dá moitas voltas: "A cultura galega no Brasil existir, existe; pero podía existir máis e podía existir doutra forma". Lombao precisa e describe, sumariamente, a situación. "O galego ten o seu recuncho en case todas as universidades", explica, e engade, cun fondo de decepción: "E logo están as comunidades de emigrantes en Rio, en Baía e en São Paulo, que non vou adxectivar...".

Pero o problema, para o xornalista, excede os feitos puntuais. "Falta unha boa formulación da promoción exterior da cultura", denuncia, "imos cada un por libre". E a referencia á política cultural catalá non tarda en aparecer. Coloca un exemplo gráfico: "A petroleira Petrobras, que agora ten unha alianza coa catalá Gas Natural, vén de chamar ao Cervantes de Rio de Janeiro para que ofrezan cursos de catalán aos seus traballadores". O xornalista láíase da escaseza de recursos da marca Cervantes e da necesidade de "visualizar a Galicia de hoxe, non só a dos emigrantes". "Brasil está no intre máis atraínte da súa historia", conclúe

Helena González: "A cultura exterior precisa estratexias, non é só turismo"

"Tempo, estratexias a medio e longo prazo e o acordo con asociacións profesionais, axentes culturais de dentro e fóra, e coas persoas e empresas que participan nos circuítos profesionais internacionais da arte, a música, a literatura, a banda deseñada, as artes escénicas, o cinema". Para a profesora de Literatura Galega na Universidade de Barcelona, as políticas a curto prazo "están a resultar moi caras". Á perda de diñeiro xa investido en darse a coñecer, engádelle os proxectos interrompidos. "Esta situación leva a torpezas innecesarias como os insospeitados atrancos xurdidos en Cultura para pagar en 2009 subvencións xa outorgadas".

No inventario do que falta, a autora de Escritoras, xénero e nación refresca a necesidade de incorporar á axenda política a un Instituto Rosalía de Castro. "O seu traballo sería incorporar a xestión dos Centros de Estudos Galegos das universidades do mundo, que nada teñen que ver coa Política Lingüística, e son fundamentais na creación de complicitades". Antes ca iso, para interesar fóra coa cultura galega, habería que compartir o relato da estratexia. "A cultura no exterior non é só turismo".

Xabier Cid: "Dise 'proxección', non se pensa no receptor"

"Cando se fala de proxección fálase precisamente diso, de proxección, e habería que

pensar en recepción. Como en todo proceso comunicativo, só ten éxito o que empata co interese do destinatario". Para Xabier Cid (Ourense, 1975), que cursa un máster de xestión de organizacións deportivas en Stirling -vive en Escocia, traballa na empresa galega A navalla suíza-, a panca "crucial" das comunidades galegas no exterior nunca se aproveitou na proxección da cultura cara afóra.

Saca exemplos da súa experiencia alá como lector de Lingua e Literatura. A promoción do idioma ten que ser distinta segundo haxa ou non comunidades galegas. "Nestes casos, a promoción da lingua a través dos lectorados tense feito dun xeito uniforme, e non todas as universidades son iguais: hai universidades de investigación, hai universidades con alumnado, onde se debe facer unha promoción docente pra friquis, que si existen, e despois hai universidades que nin arre nin xo". Neses casos, di, "quizais o que hai que promocionar é a existencia de profesores que traballen sobre o galego, e non tanto clases onde acoden moi poucos estudantes e que teñen unha rendibilidade dubidosa".

María Ruido: "Nin sabía que había Promoción e Difusión Cultural"

"Xente de repercusión internacional hai dentro e fóra", admite María Ruido. "Outra cousa son as iniciativas e o apoio do Goberno galego". En calquera caso, a autora de ensaios visuais como Plan Rosebud, visible no CGAC e premiado no Festival de Cine Independente de Nova York, nunca tivo axudas gobernamentais específicas. "Nin sabía que existía un departamento de Promoción e Difusión Cultural", afirma. O chamamento do conselleiro de Cultura a rachar co "círculo vicioso" das subvencións apónllo a unha posible "visión neoliberal da produción cultural". "As políticas de mecenado que hai nos EEUU nin se conciben en Europa", remarca, igual que os problemas de visibilidade non son de xínea cultural. "Non é que a xente prefira ver Avatar, é que a coñecen antes de ir vela". Se a percepción xeral da cultura galega en Cataluña, onde vive desde hai 14 anos, segue sendo da orde "tradicional e folclórica" é "pola súa proxección política, como todas as producións culturais do Estado". No interior, un problema a corrixir segue sendo a desarticulación colectiva e institucional. "Arte e produción cultural non están unidas gremialmente", resume.

Constantino Bértolo: "O mercado é rexionalista e vai a por quen vende"

O director editorial de Caballo de Troya, Constantino Bértolo (Lugo, 1946), apenas dubida: "A literatura galega non se percibe en Madrid; chegan moi poucos autores pero non trasladan conciencia de galegos". Segundo Bértolo, que puxo no circuío en castelán libros de Xurxo Borrazás e Alberto Lema, si funcionan "os dous de sempre, Rivas e De Toro; que acontece? que os seus lectores asimílanos a escritores casteláns". E aos últimos autores arribados ao campo literario español vía tradución "ninguén os le no contexto de literatura galega".

O diagnóstico de Bértolo, á fronte dun catálogo na marxe do canon comercial, atinxe, ademais, ao mercado. "Literariamente, o mercado segue a ser rexionalista, e se detecta a un autor que vende en galego ou en eusquera, vai a por el", considera, "mais, en fin, habería que se preguntar se a literatura castelá é percibida en Madrid".

Porque co imperio impónse tamén a súa imaxinación. "Dende o orzamento público pódese facer como as literaturas do leste e subsidiar traducións: é pouco fronte ao tempus do mercado". Ao cabo, o problema literario de Galicia non deixa de ser unha manifestación do seu "problema político".

Cristina Pato: "Do que temos ao que se sabe fóra, hai un treito longo demais"

A gaiteira e pianista Cristina Pato (Ourense, 1980) salienta, antes de máis, a boa prensa dos viños galegos en Nova York. "No campo enolóxico, Galicia existe na cidade e nosos viños atópanse en todas as cartas dos restaurantes", oufánase, e lembra unha reportaxe no New York Times sobre as adegas que o cineasta José Luis Cuerda xestiona no Ribeiro. "A música, porén, entra pouco a pouco", admite, "e os neoiorquinos asocian a gaita ao escocés, non ao galego". Pato vén de editar o disco The Galician Connection. Tamén se fixa na Cataluña -"dende hai anos hai un festival de jazz catalán, unha mostra"- e dictamina: "Do que temos que ofrecer ao que se coñece fóra, existe un treito longo demais".

Antón Castro: "A identidade viaxa cos creadores antes que co colectivo"

A Antón Castro interésalle "a cultura dos galegos, máis que a cultura de Galicia". Castro (Muxía, 1952) levou a dirección do centro Cervantes de Milán. Amósase escéptico con "vender a cultura galega como algo específico" e refírese á problemática que iso orixina "nun espazo global". Na súa valoración do individuo como "verdadeiro portador da cultura" e da necesidade de políticas culturais, Castro carga as tintas sobre a Cidade da Cultura, "un lastre terríbel para nós e para as xeracións futuras que só tería sentido nunha urbe de dez millóns de persoas". Pero este crítico de arte defende por riba de todo unha caste de liberalismo cultural: "Os grandes artistas que marcaron o século XX nunca foron subvencionados".

Félix Fernández: "Se non tes relación con exterior, non te chaman"

Félix Fernández (Celeiro, 1978), que mestura vídeo, instalación e performance - desde 2001 en Madrid- empeza falando de iniciativa política. Di ser consciente da "parálise" institucional, e o máis internacional que se lle ocorre neste capítulo, como a outros dos consultados, é o traballo do Centro Coreográfico que dirixía Natalia Balseiro, arrombado en setembro. A Fernández, no Marco vigués en 2009 -na compartida Nexus, videoinstalación inspirada en tres personaxes de Blade Runner-, déronlle hai pouco a beca Fenosa para rematar un proxecto entre Berlín, Nova York e Baltimore. 16.000 euros cunha duración máxima de 18 meses. "É unha maneira de incentivar", recoñece. "Se non tes relación co exterior é difícil que te chamen".

Xavier Queipo: "Hai que facer acupuntura, actuar en lugares concretos"

"Eu sería partidario de desenvolver o concepto de acupuntura cultural", propón o escritor compostelán Xavier Queipo, en Bruxelas desde 1989. "Actuar naqueles lugares onde unha simple presenza asegure repercusión". O autor de *Dragona* rescata "o que xa pensara o bipartito" a nivel de feiras do libro e do célebre plan de actuación sobre a lusofonía. Tamén a necesidade de publicitar traducións a outras linguas e tirar proveito dos lectorados. Unha política de "alianzas culturais, máis que estratexias de guerra" é, na súa opinión, o que habería que artellar en termos de repercusión exterior. Crítico co "retroceso" político, Queipo chacotea co baño galego de David Meca. "Coas institucións podemos contar ata onde podemos contar".