

# A cultura galega e o mundo

*Ângelo Gonçalves Vicente*

## 1. Introducción

---

Que é a cultura galega? Por que pode interesar á cidadanía galega que a tal cultura sexa levada ao exterior, gastando parte do diñeiro de todas e todos achegado através dos impostos, ou investindo nese esforzo diñeiro privado que, obviamente, non poderá ser dedicado a outras actividades? Por outro lado, o mundo é demasiado grande e levar a cultura galega aos catro cantos á vez sería imposíbel. Será conveniente priorizar algúns países ou rexións? Por que países ou rexións conviría, nese caso, comezar? En base a que criterios se poderían escoller eses países?

Estas son algunhas das cuestións que facilmente podería colocar calquera persoa á hora de ser confrontada co asunto da proxección exterior da cultura galega. E isto é así porque, efectivamente, fan referencia a elementos fundamentais, e de senso común, a levar en conta. No presente artigo propónse unha reflexión arredor destas cuestións, tentando achegar elementos de xuízo que axuden a conformar unha opinión arredor de cada unha delas en particular e da internacionalización da cultura galega en xeral, ben por os tales xuízos seren compartillados, ben por estimularen contra-argumentos ou matizacións.

O interese en se abordar este tema deriva, en primeiro lugar, dalgunhas accións da Consellaría de Cultura e Deporte, na altura de redacción deste artigo (outubro-novembro de 2007) que fan prever unha maior énfase na proxección exterior da cultura galega nos próximos tempos, entre os que probabelmente destaca o impulso da Axencia Galega das Industrias Culturais, que asumirá tal tarefa como un dos seus obxectivos fundamentais. E, por outra banda, deriva dos desexábeis beneficios que para a cidadanía galega devirían dunha maior presenza da súa cultura no mundo. A expor algúns deles será dedicado o seguinte apartado do presente texto.

## 2. Beneficios da internacionalización da cultura galega

---

Facer visíbeis no exterior da Galiza as súas singularidades culturais require un esforzo notábel que, por selo, debería envolver axentes públicos e privados. Un esforzo que, ademais e como é lóxico, será asumido predominantemente por axentes galegos, aos que se lles presume maior preocupación e interese por internacionalizar a cultura galega.

Isto ten como consecuencia inmediata que toda unha serie de recursos galegos, os dedicados a tal fin, deixan de estar disponíbeis para outros tipos de investimentos. Envolve, pois, un custo de oportunidade equivalente á intensidade do esfor-

zo proxectador realizado. Pénsese, para se ver máis claro, que o diñeiro público que se destina a garantir un posto dedicado á literatura galega nunha feira internacional do libro de renome, deixa de poder destinarse a axudar, imaxínese, un granxeiro galego a modernizar as súas instalacións a fin de aumentar a súa produtividade e, conseguintemente, a súa competitividade, contribuíndo deste modo para a súa sobrevivencia.

Por isto, resulta de vital importancia que os beneficios esperábeis dun eventual esforzo proxectador da cultura da Galiza ao exterior constitúan argumentos explícitos, claros e fortes, capaces de lexitimar o tal empeño perante a sociedade que o soportará, e capaces de motivar e mobilizar os axentes potencialmente interesados en participaren nel. Reflexiónese agora, pois, sobre cales poden ser algúns destes beneficios.

En primeiro lugar, a proxección externa da cultura galega contribúe para aumentar o nivel de vendas dos produtos culturais galegos na medida en que:

a) Axude a facelos visíbeis perante persoas que previamente os descoñecían, incluíndoos entre as opcións posíbeis de consumo cultural das tales persoas. Como é lóxico, os individuos non poden adquirir aquilo que nin sequera saben que existe. En sentido contrario, cantos máis individuos coñezan un produto, máis potenciais consumidores del existirán.

b) Facilite o acceso aos tales produtos, ao achegalos a máis persoas potencialmente interesadas neles, a través de Internet, de feiras internacionais, delegacións culturais, etc.

c) Axude a prestixialos e valorizalos; o que xa non só tería incidencia na cantidade vendida, mais tamén na posibilidade de seren aumentados os prezos de venda. Un modo de traballar neste sentido consiste en garantir uns mínimos de calidade na produción cultural galega utilizada para a súa promoción no exterior.

Este primeiro resultado positivo da internacionalización cultural beneficia directamente aqueles axentes ligados á produción e venda dos produtos culturais galegos, fortalecendo deste modo o tecido cultural galego e favorecendo unha cada vez menor dependencia de subsidios e maior capacidade de subsistencia da cultura do pobo galego no mundo global.

Mais, ao aumentaren os ingresos económicos na Galiza a través do crecemento nas exportacións de produtos culturais galegos, tamén se xera emprego ao ser necesario aumentar a produción para encarar a maior demanda. E isto acontece por:

a) Necesitarse máis persoas a producir.

b) Supor un aumento nos ingresos dos axentes ligados á produción e venda dos produtos culturais galegos suficiente para se dedicaren en exclusiva, nos casos en que isto non for xa así, á tal produción e venda, prescindindo dos hoxe habituais traballos paralelos necesarios para subsistiren. Deste modo, o abandono deses traballos paralelos deixa postos de traballo libres para outras persoas.

c) Supor un aumento do poder de consumo e investimento dunha parte da sociedade galega (os axentes ligados á produción e venda dos produtos culturais

galegos, que agora venden máis, e aquelas persoas que encontran novos traballos por algunha das dúas vías que se vén de expor, que agora gañarán máis) que reverte total ou parcialmente nun aumento da demanda de produtos doutros sectores galegos, estendéndose así, sucesivamente, ao resto da sociedade galega.

Outra consecuencia previsíbel e positiva da internacionalización da cultura galega consiste no contributo para unha convivencia máis harmónica e cohesionada na sociedade da Galiza porque:

a) O aumento de transaccións económicas e riqueza a que dá lugar o crecemento das vendas de produtos culturais galegos envolve un aumento da recadación por parte dos poderes públicos galegos, o que lles atribuirá unha maior capacidade para unha redistribución mitigadora das desigualdades socioeconómicas existentes entre as xentes da Galiza.

b) A maior visibilidade externa da cultura galega consegue que haxa máis persoas, entre as que desde fóra se achegan á Galiza, que teñan coñecemento previo das singularidades do país e, até, un maior interese e respecto por elas, posibilitando deste modo unha máis rápida e intensa integración, resultando isto especialmente importante no caso persoas que acudan á Galiza a fin de permanecer durante longo tempo. Sería máis difícil, por exemplo, que estudantes erasmus padecesen o choque que actualmente se deriva de chegaren á Galiza sabendo apenas castelán e pensando que esta é a única lingua que se fala na Galiza cando, en realidade, é mesmo minoritaria.

### **3. Definición de cultura galega**

---

A Galiza debería ser claramente a principal beneficiaria dos proveitos que se veñen de expor. Dun lado, porque parece aceptábel que a explotación do patrimonio cultural do pobo galego revirta nel mesmo, ao ser o seu creador. Doutro lado, porque se asume aquí, como xa se suxeriu con anterioridade, que os recursos que se empregaren na internacionalización da cultura galega serán esencialmente galegos, quer públicos, quer privados. Poderanse obter apoios puntuais foráneos, mais enténdese que só entre os axentes galegos se poderá contar co compromiso e constancia necesarios para se atinxir unha proxección eficaz da cultura galega.

Desta maneira, a definición do concepto *cultura galega* revélase fulcral, pois del dependerá que os produtos culturais a promocionar no exterior sexan susceptibles de seren identificados coa Galiza, de modo tan exclusivo canto for posíbel. Só así o esforzo investido polas xentes e institucións galegas rendirá beneficios a esas mesmas xentes e institucións, contribuindo para unha mellora da súa calidade de vida.

Non queréndose achegar aquí unha definición completa, si, como parte da reflexión, se considera oportuno avanzar unha proposta. Por *cultura galega* pode entenderse o conxunto de produtos culturais que gozan de profundo enrai-

zamento histórico no pobo galego ou que, sendo novos, constitúen contributos singulares da Galiza para o patrimonio cultural universal. A seguir colócanse algúns exemplos:

a) Produtos profundamente enraizados na historia do pobo galego: as cantigas medievais ou a obra de Rosalía de Castro, as músicas chamadas tradicionais galegas, os muíños e mosteiros, etc.

b) Produtos novos singulares: músicas actuais, de orixe non galega, mais cantadas en lingua galega, por exemplo. Deste modo, parte do repertorio dos Tamara (pop) ou de Astarot (rock) fan parte da cultura galega. Tamén se poden considerar parte desta categoría aquelas creacións que pola súa natureza carecen ou poden carecer de ligazón a pobo ningún (pinturas, fotografías, esculturas, etc), pois nestes casos a orixe do autor pode considerarse determinante.

Con esta definición de cultura galega fican excluídas por exemplo, bandas de música pop en castelán (a non ser que inclúan algún elemento singular sistemático: gaita galega, por exemplo), escritores galegos en lingua castelá, grupos de danza flamenca na Galiza, etc. Este tipo de manifestacións culturais, sendo absolutamente valiosas e enriquecedoras, insérense, no caso dos exemplos expostos, na cultura española, coa que serán tendencialmente identificadas no exterior, que ten as súas propias institucións e mecanismos de promoción cultural no exterior.

#### **4. Prioridades xeográficas**

---

Considérase que a aspiración última da cultura galega debe consistir en estar presente en todo foro e lugar do mundo: en calquera biblioteca, en calquera museo, en calquera sala de concertos, etc.

No entanto, os recursos de que dispoñen os diferentes colectivos de axentes que poden participar na exportación cultural galega son limitados e a súa utilización para este fin, ademais, e como se refería con anterioridade, supón un custo de oportunidade, polo que semella recomendábel comezar por identificar e priorizar aqueles ámbitos xeográficos nos que a cultura galega poida ter máis facilidades, onde conte con máis posibilidades de ter éxito. Deste modo, estarase a dar un paso firme na dirección do fortalecemento económico dos diferentes colectivos que participan na proxección exterior da cultura. Fortalecemento económico que, pouco a pouco, levará a que estes colectivos se vexan con forzas para atinxir metas xeográficas máis ambiciosas pola súa conta.

Para determinación destas prioridades xeográficas cómpre contar coa experiencia das persoas e institucións que participan e teñen participado na exportación cultural galega, pois que son quen se encontran en mellor lugar para determinar que territorios acollen mellor e máis facilmente ese tipo de produtos.

Con todo, desde aquí vanse propor algúns criterios que tamén poderían ser de utilidade na escolla.

1. O coñecemento previo da produción cultural galega: o coñecemento dun produto ou, neste caso, dun conxunto de produtos, facilita o seu consumo ao xerar confianza nel por parte dos eventuais consumidores e ao introduci-lo nas súas opcións de consumo.

2. Distancia xeográfica: a maior distancia xeográfica supón maior dificultade exportadora, na medida en que encarece o seu custo: transportes de mercadorías, viaxes, chamadas telefónicas máis caras, etc.

3. Facilitade comunicativa: pénsese en que para calquera tipo de evento, de actuación no exterior, é necesario realizar toda unha serie de contactos e, moitas veces, é necesario atinxir un certo grao de simpatía con determinadas persoas ou cargos a fin de que un determinado evento poida ter, finalmente, lugar; isto será máis fácil alí onde os diversos axentes da cultura galega poidan comunicarse con fluidez. E esta fluidez será máis probábel nas linguas galego-portuguesa ou española.

En base a estes criterios poderían suxerirse como territorios prioritarios, por exemplo, os Estados portugués e español e os países con máis notábel presenza de emigración galega.

Debe notarse aínda que existen outros espazos xeográficos nos que a cultura galega debería estar presente pola importancia simbólica ou prestixio que supoñen: como é o caso das nacións celtas para determinadas expresións musicais galegas. Se ben que estes probabelmente varían de modo sensíbel dependendo do sector concreto desde o que foren pensados, non pretendéndose aquí afondar máis.

## **5. Galiza e a súa cultura**

---

Convén agora chamar a atención para unha dimensión que, sendo tamén importante na proxección externa da cultura galega, resulta habtualmente ignorada: o estado desa mesma cultura na súa casa, na Galiza.

Para comprender mellor o valor desta dimensión, vaise recorrer a unha pequena alegoría. Imaxínese que un labrador ten un boi. Teno mal coidado e desatendido e, ademais, cando ha de facer traballos para os que necesita deste animal, pede emprestado o dun veciño. Parece lóxico deducir do comportamento do tal labrador, que non dá moito valor ao seu boi. Pénsese agora que un día o tal labrador pon en venda o animal. É previsíbel que as persoas que coñezan como foi tratado o boi polo seu dono, infiran que non debe de valer moito e prefiran non o comprar ou, chegado o caso, estean dispostas a pagar moi pouco por el. Deste modo, o trato dispensado polo labrador ao seu boi estará a prexudicalo á hora de o vender.

Aquí sostense que isto mesmo é aplicábel a todo tipo de produtos: a minusvaloración, por parte do vendedor, do produto que tenta allear, prexudica as condicións da venda, reducindo o número de compradores e o prezo a que pode ser realizada.

Cando o pobo galego está a transmitir a mensaxe de que non valoriza convenientemente a súa cultura e, por tanto, prexudicando as condicións da súa eventual venda a persoas do exterior? Por exemplo, cando algunha persoa ou institución emprega a lingua castelá alí onde podería empregar a súa propia sen ningún inconveniente: pénsese no predominio do castelán nos xornais galegos, ou no uso do castelán por parte de empresas galegas como idioma único nos seus webs, ou até como idioma principal. Por exemplo, cando as orquestras galegas que actúan na Galiza ignoran de modo practicamente total, dentro dos seus repertorios, a música galega, ou cando se dirixen ao público galego en castelán. Por exemplo, cando para a construción dun grande proxecto arquitectónico destinado a ser emblema do país se recorre a un arquitecto estranxeiro.

Estes e outros moitos comportamentos cotidianos, individuais e colectivos, máis ou menos conscientes, son observados, non se perda isto de vista, pola xente de fóra que visita a Galiza que, en parte, valoriza a cultura galega en función de como a valoriza o pobo galego, seu creador, levando e proxectando esta imaxe no exterior. Imaxe que, ao ser negativa, afecta á baixa as condicións e posibilidades de venda da cultura galega no exterior e, por tanto, ás hipóteses de se aumentar a calidade de vida da cidadanía da Galiza a través do fortalecemento do tecido industrial galego.

---

*Ángelo Gonçalves Vicente é director de actividades da  
Fundación Via Galego.*