



POSTAL GERUNDENSE

*Inauguración de la
Casa de Cultura. - Gerona*

LA CULTURA POPULAR SE EXAMINA

Hay un punto neurálgico en el difícil y noble trabajo del gobierno de una comunidad humana. Está en el momento de hacer que la cosa pública llegue a encender esta antorcha tan ilimitada a la que, para empezar a entendernos, llamamos «cultura popular».

Quienes están en el ejercicio de su vocación de gobernantes tienen plena conciencia de que la verdadera cultura popular es algo inconsútil, casi vaporoso. Y quienes están en el ejercicio del periodismo tienen la misma conciencia. Lo prueba el hecho de que las ruedas de prensa, declaraciones, manifestaciones o similares nunca se inician con respuestas (ni con preguntas) referentes a la cultura popular. Las obras públicas, los problemas de la circulación, los polígonos urbanísticos, todo tiene dimensiones más exorbitadas, o por lo menos son cosas que se dejan encajonar muy fácilmente entre números concretos que descubren presupuestos, realidades y deseos.

Pero, ¿qué es cultura popular? Vamos a aproximarnos al tema. «Vida Católica» realizó recientemente una encuesta a cuatro alcaldes de distintas ciudades de nuestra provincia: Gerona, Figueras, Bañolas y Olot; una de las cuestiones se refería al fomento de la cultura popular. Sin que los preguntados hiciesen exhaustivo inventario, que no está al alcance de unas respuestas periodísticas, vamos a citar globalmente las realidades a que se referían nuestros alcaldes. Podría ser un buen punto de partida. Son éstas: escuelas de Bellas Artes, salas de Exposiciones, subvenciones para viajes de fines de estudio, re-

parto de libros, fiestas y manifestaciones deportivas, fomento de cultura física, atención de museos, subvenciones para excavaciones, y etc.

De ahí se puede deducir el extenso alcance de la cultura popular. Sintetizando, llegaríamos a tener una aproximación aceptando que la cultura popular empieza donde termina la enseñanza primaria estricta. El tronco de la enseñanza obligatoria y primaria, si es como debe ser, será capaz de admitir, como prolongación y culminación hacia arriba, el frondoso follaje de la cultura popular que le dará color y le dejará distinguirse desde la lejanía, superados ya los moldes de la enseñanza elemental. A la Universidad llegan pocos hombres, hasta la fecha. Labor de buen educador es hacer llegar la cultura popular a todos, a todos los hombres sin excepción.

La ausencia de cultura popular no duele a quienes están afectados de aquella falta; volvamos a comparar con lo tangible de las obras públicas: donde falta una carretera, un puente, un teléfono, o una traída de aguas, hasta los analfabetos observan el abandono o la dejadez; en cambio, quienes no poseen unas elementales nociones de cultura, nunca solicitarán les sean facilitados medios y realidades para poseer, disfrutar y ampliar la verdadera cultura popular de que todo hombre es merecedor. Por eso es más tremenda la responsabilidad de quienes están delante de comunidades que hay que ir desarrollando. Su vela ha de ser más tensa y preocupada.

Decíamos más arriba que las cifras parecen estar reñidas con los asuntos de cultura popular. No es así. Ocurre, sí, que no estamos acostumbrados a hacer mucho caso de las estadísticas, pero éstas existen aunque a veces revelen cosas que no gustan totalmente. El «Anuario del Mercado Español», publicado por Banco Español de Crédito, en uno de sus capítulos se refiere a la **compra de libros y revistas**. Se dirigió una encuesta a 7,6 millones de hogares españoles. Los individuos, residentes en estos hogares, se clasificaron en diferentes grupos socioeconómicos que detallamos a continuación para mayor expresividad de los datos conseguidos:

Zona rural:

- Grupo 1. Empresarios agrícolas con obreros fijos.
- Grupo 2. Empresarios agrícolas sin obreros fijos.
- Grupo 3. Jornaleros agrícolas.

Zona urbana:

- Grupo 4. Empresarios de industrias y comercios. Grandes y medianas empresas (con cinco o más empleados).
Profesionales liberales. Independientes no asalariados.
Directores de grandes empresas y sociedades.
Altos cargos (delegados o jefes de delegaciones, de órganos del Estado).
- Grupo 5. Empresarios industriales y comerciales con asalariados (menos de cinco).
Técnicos medios. Con estudio o títulos de tipo medio.
- Grupo 6. Empleados de oficina.
Dependientes de comercio.
Comerciantes e industriales sin asalariados.
Contra maestros, encargados de taller y obreros calificados.
- Grupo 7. Subalternos de oficinas.
Peones y obreros no calificados.
Personal de servicios domésticos y análogos.

Estos 7 grupos, preguntados los individuos en ellos reunidos, dieron los siguientes resultados sobre

ESPAÑOLES QUE HAN COMPRADO LIBROS EN QUINCE DIAS

Grupo	Compraron (porcentaje)	No compraron (porcentaje)
Zona rural		
1	28,3	71,7
2	14,6	85,4
3	8,3	91,7
Zona urbana		
4	53,7	46,3
5	42,8	57,2
6	19,8	80,2
7	19,5	80,5

ESPAÑOLES QUE HAN COMPRADO REVISTAS EN QUINCE DIAS

Grupo	Compraron (porcentaje)	No compraron (porcentaje)
Zona rural		
1	48,4	51,6
2	31,8	68,2
3	16,0	84,0
Zona urbana		
4	85,0	15,0
5	70,4	29,6
6	53,7	46,3
7	44,1	55,9

Los artículos comprendidos en estos apartados revelan, al mismo tiempo que las diferencias de poder adquisitivo de los Grupos socioeconómicos, el distinto nivel cultural de los mismos. Así puede observarse como los porcentajes de adquisición en un periodo de 15 días reflejan una graduatoria que va descendiendo progresivamente desde el 53,7 y 85,0 por 100 de hogares del grupo 4 que compraron libros y revistas hasta el 8,3 y 16,0 por 100, respectivamente, de la categoría 3. El nivel de compras de revistas resulta muy superior en todas las categorías o grupos al de libros, fenómeno lógico habida cuenta de que el precio medio unitario de los dos artículos difiere sensiblemente.

Esta es la visión de un aspecto de la cultura popular española. El cuadro se presta a la reflexión y al estudio. Sus enseñanzas son muy válidas para quienes, en el ejercicio de su vocación o de su cargo, tienen entre manos el siempre difícil cometido de llevar una comunidad de hombres hacia adelante, hacia la madurez deseada.

Jorge Dalmau