

«Riqueza activa» y Cultura 1969

por JORDI DALMAU

Compareció puntualmente a su cita anual el **Anuario del Mercado Español 1969**, la obra que con notabilísimo esfuerzo viene editando el Banco Español de Crédito. La profusión de datos, el detalle de innumerables aspectos de nuestra economía y de nuestra sociedad, la complejidad misma de su ordenamiento podrían ser una real barrera que privase al lector apresurado de la *captación del verdadero contenido*. Acercar el dato importante a su principal destinatario puede ser misión del trabajo periodístico; en este caso, el destinatario de los datos que vamos a escoger en el Anuario será el gerundense, el protagonista, a sabiendas o no, de nuestra historia actual, el gerundense, que ha de conocer nuestra objetiva situación en el concierto nacional, que el improbable trabajo de reducir las cosas vivas a números nos ha sido puesto en la mano. Vamos pues a seleccionar aquellos datos de algunos aspectos gerundenses, referidos a nuestras «áreas comerciales»: Gerona, Figueras, Olot y Puigcerdá. Indicábamos ya en anterior artículo el concepto de «área comercial» según el criterio del Anuario: una zona caracterizada por poseer una propia personalidad, independiente de la división administrativa, englobando núcleos con peculiaridades socioeconómicas similares y homogéneas, traducidas en afinidades de costumbres y hábitos de compra, gustos y motivaciones, así como de formas de vida. Ya se adivina que no hay que confundir un «área» con una «comarca»; la primera tiene un marcado visor económico; y la segunda, humano. El «Atlas Co-



El paso multicolor y vistoso del turismo por nuestras costas ha llenado nuestras arcas y nuestros «índices de riqueza activa» a niveles insospechados. La tierra, la naturaleza, mimadas por regalo, pero también por esfuerzo del hombre, conocen bien el saludo cordial sobre olas de sonrisas. Pero hacen falta más saludos, más encuentros: es preciso que las sirenas del júbilo celebren también la llegada de nuestros buenos «índices de riqueza activa» a los puertos, un tanto exhaustos, de nuestros «índices culturales».

mercial de España» señala la existencia de 101 áreas comerciales, dato que no habremos de olvidar en las comparaciones a que nos referiremos.

«Riqueza activa» es el conjunto de elementos que contribuyen al proceso de desarrollo y a la formación de la renta nacional. Como quiera que dichos elementos son de carácter heterogéneo y de imposible medición en unidades monetarias, ha sido preciso encontrar unas expresiones homogéneas representativas: así nació el índice de «riqueza activa» o participación de cada área en el total nacional. Las fórmulas del cálculo, que omitimos transcribirlas aquí, se basan en el Anuario sobre estas bases: demografía, cultura, economía y turismo, elaborándose unos índices que luego son tratados con datos referentes a la población total, urbana e inmigrantes por año; aparecen también unos datos de carácter cultural, tomándose el número de habitantes que estudian bachillerato y el número de librerías, datos que indican parcialmente lo deseado puesto que se deberían tener en cuenta otros elementos de orden cultural tales como bibliotecas e instituciones formativas; pero el bachillerato se puede bien admitir como índice de cultura media, bastante significativo. Por otra parte se ha seleccionado el dato de librerías como instrumento de cultura en general; en este dato se comprenden editoriales, librerías de nuevo o usado, y los puestos fijos o quioscos que se dedican también a la venta de libros. Estos son los datos que nos facilita el Anuario relativos a las cuatro áreas comerciales de nuestra provincia:

INDICE DEMOGRAFICO

	Población total	Población urbana	Inmigrantes	Índice demográfico
Gerona	761'7	221'0	1.236'7	739'8
Fígueras	212'3	131'6	352'3	232'1
Olot	127'7	95'5	197'5	140'2
Puigcerdá	34'5	—	88'9	41'1

La última columna, **Índice demográfico**, expresa el resumen de los datos. Interesa conocer que la más alta en ese índice de las áreas co-

merciales españolas es Barcelona, con 17.802'2, y la menos favorecida es Ayamonte con 26'4.

INDICE ECONOMICO

Se parte de un «indicador general de riqueza» elaborado a base de riqueza agrícola, urbana, comercial e industrial. Tratándose siempre los

datos en unidades de base nacional = 100.000, aparecen luego los datos «camiones» y «teléfonos», de esta forma:

	Indicador de riqueza	Camiones	Teléfonos	Índice económico
Gerona	1.185'3	1.429'4	1.007'8	1.207'5
Fígueras	258'6	343'2	196'0	265'9
Olot	152'5	209'0	86'0	149'2
Puigcerdá	38'4	59'2	46'8	48'1

Digamos que el área comercial con índice económico más elevado es 18.155'5 correspondiente a Madrid. El más bajo es 16'8 de Ayamonte (Huelva).

INDICE TURISTICO

Siempre refiriéndose a unidades sobre base nacional = 100.000, el llamado índice turístico ofrece estos datos para nuestras áreas:

Gerona	5.090'0
Fígueras	900'3
Olot	103'5
Puigcerdá	357'1

Los extremos, en este apartado son: Palma de Mallorca con 14.477'3 en la delantera, y Jativa, en el polo opuesto, con índice turístico 1'5.

La magia de las fórmulas matemáticas reúne luego los antecedentes datos para resumirlos en el llamado «índice de riqueza activa». En el concierto nacional la riqueza activa de nuestras áreas ocupa unos niveles de desarrollo que, como

se puede apreciar seguidamente, representamos unos muy dignos puestos:

Puigcerdá:	nivel de desarrollo	336'8
Gerona	»	254'6
Fígueras	»	183'5
Olot	»	96'5

Lugar:	2.º	entre 101 áreas.
»	4.º	
»	6.º	
»	24.º	

Aclaremos que el privilegiado lugar nacional que ocupa el área de Puigcerdá se debe en parte a que para la elaboración del índice «niveles de desarrollo» se opera **sobre una estrecha relación entre la riqueza activa y el índice de su población total** (sobre Padrón Municipal del año 1965).

El privilegiado lugar nacional de Puigcerdá sólo es aventajado por Palma de Mallorca, exponente claro de que la política turística da sus frutos muy claros y prometedores.

INDICE CULTURAL

Sobre un total de unidades base nacional igual a 100.000, las áreas de nuestra provincia tienen en el Anuario Banesto los siguientes datos:

	Estudiantes bachillerato	Librerías	Índice cultural
Gerona	686'8	754'6	720'7
Figueras	189'7	128'8	159'3
Olot	107'5	92'7	99'7
Puigcerdá	19'0	18'4	18'7

La elocuencia de estas cifras se aumentará si las comparamos con otras áreas que tradicionalmente son tenidas por menos promocionadas culturalmente que las nuestras. He ahí una buena fuente de sorpresas:

Jaén tiene asignado un índice cultural de 774'1, sensiblemente superior al de Gerona, que le proviene de tener más estudiantes de bachillerato (977'5). Logroño, en igual sentido tiene 879'4 estudiantes, 920'3 librerías, y así alcanza un índice cultural de 899'9.

Buen motivo de meditación para todos quienes un día u otro se hayan sentido triunfalmente eufóricos ante la riada turística que, al parecer de muchos, es la panacea universal del desarrollo. Los economistas, atentos a todo el palpito humano, están mostrando en el Anuario que *el humanismo total no se improvisa ni se com-*

pra en cualquier tienda de «souvenirs». En número de librerías Puigcerdá está a la misma altura que Utiel. Ronda tiene más estudiantes de bachillerato que Olot. El área de Figueras tiene las mismas librerías que el área de Jaca y muy pocas más que Ciudadela. Los 686'8 estudiantes de bachillerato de Gerona son superados por los 711'6 de Ciudad Real, por los 691'8 de Toledo, por los 848'5 de Zamora, entre otros.

El objetivo lenguaje de las cifras expresa sin lugar a dudas que la «riqueza activa» no vibra al unísono con el «índice cultural». Se hace evidente que el mundo económico, que se asienta en nuestras áreas sobre los sillares del prodigioso e indiscutible hecho turístico, no tiene todavía la ascendencia moral y de promoción humana que habríamos de soñar tuviese sobre el vital aguijón de la cultura.