

ANDALUCES ANTE LA CULTURA



Pedro A.Vives

Lo que sea que entendamos por cultura viene a parar en una complejidad paradigmática a la que es imposible fijar confines, especialmente si estos son administrativos. Pero esa misma complejidad, o diversidad como ahora preferimos, resulta ser un espejo implacable de lo que sucede dentro de los límites que queramos ponerle; espejo incapaz de negar las arrugas de la historia, la mirada amable de los hallazgos, los forúnculos de la pobreza o las comisuras sonrientes de las bazas ganadas en buena o peor lid. También refleja el fondo de paisajes abiertos o lo sucinto de habitaciones apenas ventiladas: no existe por sí una cultura andaluza —aunque coloquialmente usamos esa expresión— sino sencillamente Andalucía emplazada en la cultura.

Nuestro reflejo se compone inevitablemente de un pasado, largo y plagado de ambivalencias según la mirada que se elija, y de un presente blasonado por una infinitud cordial de comunicaciones. Tanto el pasado como el presente no nos pertenecen ni en exclusiva ni a ratos; son patrimonio de una totalidad humana del que primero sabemos que se atiene a parámetros españoles, de ahí en más a los euro-mediterráneos y, por parar en algún punto, en los occidentales. De manera que nuestros hábitos y usos en materia de cultura están atrapados por así decir en esos tres horizontes que el espejo no puede dejar de arrojarnos a la cara. Arroja una mezcla de esplendores y atascos seculares, pero más cercanamente nos propone el paso de la sociedad andaluza por una industrialización frustrada antes incluso de la guerra civil, por el estancamiento y retroceso durante el largo franquismo y por una modernización acelerada en el último tercio del siglo XX en la que Andalucía ha debido saltarse etapas del canon occidental, hasta llegar a esta suerte de globalización terciaria cuyo mejor seguro pudiera estar, sin embargo, en una agroindustria promisoría por arraigada.

Respecto a la evolución genérica de los hábitos culturales andaluces, ya en este siglo, pueden rastrearse con fiabilidad desde 2002 tan solo. Entonces la primera gran encuesta realizada por el Ministerio de Cultura para 2002-03 aportó resultados desagregados por comunidades autónomas que se han continuado para 2006-07 y 2010-11. A ello se sumó en 2010 una encuesta específica realizada por el Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía (IESA-CSIC) para la Consejería de Cultura de la Junta. Esas cuatro encuestas¹, con diferencias

1 Los estudios citados pueden consultarse en la web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/EHC/2010/Presentacion.html>), y en la correspondiente de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía (<http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/estadistica/sites/consejeria/estadistica/habitu>).

en parámetros pero metodología y objetivos suficientemente concertados, han arrojado una aproximación coherente a los hábitos culturales de los andaluces; pero a nadie escapa que, precisamente entre las dos primeras oleadas encargadas por el Ministerio de Cultura y los dos estudios subsiguientes, la crisis de la economía, del empleo y del estado de bienestar en definitiva está siendo demasiado profunda como para no esperar que altere en algún sentido el uso de la cultura en cualquier estructura social. Este es el punto de llegada y partida del estudio abordado por el Observatorio Atalaya. Hay que decir pues que, con lo que ahora se añade, el paso del tiempo y la seriación de estudios demoscópicos darán una imagen suficiente de qué hay, qué hubo y en qué medida se habrá alterado la relación de los andaluces con la cultura al comenzar el siglo XXI.

En cuanto a simbologías y costumbres los andaluces pareciera en ocasiones que estemos sobrados. Traemos y llevamos con naturalidad conspicua la confianza en la ciencia, en el avance humano hacia el espacio sideral o hacia la nano-cirugía como si fueran cosas que hubieran avisado nuestros tatarabuelos. Debe ser cosa de memoria recobrada, de cuando la vida portuaria de Málaga, Sevilla o Cádiz tuteaba cada mañana al mundo mundial y hasta Vera o Cazorla llegaban noticias seguras de una humanidad en marcha pese a los achaques. Y de ahí que cuando se pregunta por la cultura los andaluces digamos con firmeza que es cosa de la educación y de la ciencia ante todo; que, ya un poco menos, de las letras y las artes, de libros y escenarios o pantallas. Mayoritariamente consideramos que nuestro nivel cultural en la actualidad —en 2010 concretamente— es mayor que el de nuestros padres, y ello porque la población andaluza ha tenido más oportunidades de formación en las tres o cuatro décadas previas. Pero sucede que los conceptos —las respectivas ideas— de cultura, formación y educación puede decirse que son intercambiables entre nosotros; a más edad, por ejemplo, se considera que la cultura de los jóvenes es mayor ahora que quince o veinte años atrás, pero también que están mucho peor educados: ¿qué mezcla de cultura/formación/educación está operando en ese auto-diagnóstico? Se está tentado de considerar una semántica compartida y trufada de memoria y resultados educativos: pero pese a ese cruce de ideas básicas puede decirse que existe un consenso cultural andaluz² que, a poco que se repare en él, resulta primeramente occidental, europeo e hispánico después; moderno también.

Justamente cuando se ha propuesto una comparación básica entre el nivel cultural de los andaluces con el de los españoles en general y el de otras regiones europeas, aparece la auto-crítica. Nuestro nivel cultural opinamos que es más bajo que el que atribuimos al conjunto español, y más aún que el que suponemos para el ámbito europeo, con leves oscilaciones entre 2008 y 2012. De manera que la naturalidad con que nos construimos una idea de cultura no obsta para que tengamos los pies en la tierra con respecto a nuestro entorno socio-cultural,

2 La idea del «consenso cultural andaluz» y sus niveles se proponen, explican y detallan en los barómetros BACU realizados por el IESA-CSIC para la Consejería de Cultura en 2008, 2010 y 2012 (www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/estadistica/sites/consejeria/estadistica/BACU). En síntesis, el consenso cultural primario estriba en la mayor valoración de la ciencia, los avances médicos, las bellas artes como elementos de la cultura, con la característica de que es más alta dicha valoración entre los grupos de edad intermedios, de 30 a 54 años; un consenso secundario se da en torno a paradigmas de índole tradicional, con porcentajes de aquiescencia más bajos y más consensuados por jóvenes hasta los 29 años y por los mayores de 60; y hay un nivel de menor consenso, de porcentajes más bajos e irregulares, referido a paradigmas tanto en ascenso (internet) como en declive (televisión), en el que cabe especular que se estén dando procesos de cambio de mentalidad en torno a la cultura. Gran parte de las cuestiones expuestas en estas páginas se basan en los estudios citados.

aunque no falte entre un 10% y un 14% que considere que nuestro nivel cultural es más alto que el de las otras áreas puestas a consideración. Este tipo de rasgos básicos en la opinión sobre la cultura apuntan a que estamos, en 2014, en una sociedad con estratos bien diferenciados en cuanto a experiencia relativa al conocimiento, sociedad en la que conviven etapas muy distintas en materia de formación y de oportunidades de ejercicio de su libertad ante la cultura.

Las generaciones más jóvenes que son consultadas en estudios demoscópicos se encuadran en un marco de experiencia cultural abierto pero sobre todo dominado por la digitalización. Los grupos de edades intermedias, entre los 30 y los 55 años aproximadamente, constituyen generaciones que han incorporado hábitos y gustos culturales durante las décadas de normalización democrática, socio-económica y participativa, durante la normalización histórica de Andalucía. Y las diferentes cohortes de mayores de 55 o 60 años, aun sin aparecer descolgadas de las tendencias recientes, responden en general a una idea de cultura más dispersa o fragmentada, más dependiente de las capacidades de acceso a la cultura vividas y, desde luego, más condicionadas por la desigualdad de formación, arraigo, memoria urbana o rural y pautas de costumbre desde una cotidianeidad inevitablemente enraizada en un pasado, para entendernos, pre-autonómico. Esos tres grados de experiencia respecto a *la cultura*, básicos y gruesos, conviven en nuestros estudios demoscópicos y emergen fundamentalmente ante paradigmas recientes —como internet— o ante facetas y hábitos de la tradición —las procesiones, por ejemplo—. Sucede sin embargo que las encuestas sobre hábitos culturales —pautadas por urgencias de estrategia pública y privada de hace veinte o treinta años— las centramos en objetivos de consumo asentados en las generaciones intermedias, en las cohortes con pautas de vida laboral activa con proyección y responsabilidad en el armazón de la economía y la vida familiares.

En todo caso, en el antes citado consenso aflora además un nivel identitario relacionado con la tradición y con expresiones autóctonas. De manera que también traemos y llevamos con acrisolada propiedad un uso del pasado y sus secuelas que más que hábito parece *habitus* al modo de Bourdieu. Para los andaluces *nuestra* cultura se identifica sobre todo por el patrimonio y las tradiciones y, otra vez, algo menos por *nuestros* creadores y literaturas y vanguardias de ayer y luego. Debe ser por eso que gastemos más, mucho más, en ferias y procesiones que en libros y películas, y así mismo que en torno al flamenco se haya dado una especie de acuerdo entre generaciones sobre el valor estético, emocional e identitario que comporta para nuestro modo de ver las cosas, el mundo y, naturalmente, el arte. El flamenco, que toca el cielo del aprecio cultural y sensual en muchos puntos del planeta empezando por la España urbanita, es una *cosa* que la subcultura franquista quería encerrar en el arcón de las imposiciones, y que resulta que se ha tragado primero lo analógico y ahora lo digital; que se lo ha tragado y digerido, que le da la vuelta a lo que se le pone por delante y que desborda la geografía administrativa por el oriente murciano y por las dehesas de Extremadura, por tablaos madrileños y guitarras de Tokio y Buenos Aires. El flamenco está suponiendo la vindicación de una normalización andaluza³ en que tradición y vanguardia, estancamiento y modernización se dan la mano a través de jóvenes y mayores, empleados y parados, iletrados y doctores, con todas las estratos intermedios involucrados: un eje, por así decir, del consenso cultural andaluz aludido.

3 La tesis de la *normalización* histórica de Andalucía en relación a otras regiones de su entorno, y de forma acelerada en los últimos treinta años, fue formulada por Manuel Pérez Yruela en «Para una nueva teoría de Andalucía», en E.Moyano y M.Pérez Yruela, *La sociedad andaluza*, 2002. IESA.

Lo que pasa es que este poderío del flamenco puede tener su lado en sombra. Tanta potencia y tanta modernidad y tanta universalidad en ciernes quizá esté dejando *demasiado* satisfecha la vivencia de cultura de algunos, quizá muchos, andaluces. Lo dicho: que parece que anduviéramos sobrados y baste sentar el compás para derribar encuestas. Porque, al fin y al cabo, en Andalucía leemos lo mismo que en el resto de España según los datos: punto arriba, punto abajo. Y abandonamos las salas de cine con porcentajes similares de ingratitud, o nos ensimismamos ante la tele con márgenes de entretenimiento no muy distintos que nuestros conciudadanos de Segovia o Avilés. Pero estamos tocados por el compás: el que nos saca a la calle, al parque, a la plaza, a los veladores con más asiduidad que al resto de españoles. Compás que en los fines de semana y días festivos nos impele a abandonar la lectura, la música, hasta le tele misma, para ser más sociables y familiares según las encuestas pero también según lo que uno está habituado a ver que pasa.

Y pasa además que *nuestra* principal forma de hacer piña, de asociarnos en alguna meta común, tiene que ver antes que nada con una convivialidad de ritos y tradiciones sea acompañando andas, meciendo tronos y transportando bacalaos, sea levantando y enardeciendo casetas de feria o prorrumpiendo en chirigota. En esas cosas aventajamos a la mayoría de españoles, si bien en dura pugna con valencianos falleros, con peñas riojanas y cántabras y vascas, o con tantos amantes y sostenedores de noches de fuego a orillas del Mediterráneo. El caso es que en medio de todo eso, en el eje de los porcentajes que suben y bajan, no precisamente a capricho, de una muestra para otra, el flamenco está ahí como cosa de (casi) todos, jóvenes, medianos y mayores, urbanitas y camperos, aldeanos y barriales: el parteaguas entre ser más y/o menos *andaluz*. Flamenco que nos arrastra a las raíces con tanta pujanza como nos lleva por la floresta digital.

Porque fuera de esto, y *grosso modo*, el ciudadano en Andalucía declara ser amante de la música poco más que en otras latitudes peninsulares; amante de las músicas contemporáneas, especialmente en sus versiones más populares y roqueras, sin apenas distinguos entre lo autóctono y lo foráneo ni hacerle asco ninguno a etnicismos melódicos. Como más allá de Despeñaperros, ese entusiasmo decae sin remedio respecto a la música clásica y, mucho más, a ópera o zarzuela. E igual seguramente que sucede entre otros españoles, en Andalucía existe un brecha entre el gusto y el gasto, como se ha apuntado, que no tiene por qué poner en solfa los hábitos culturales: con la crisis económica se ha debido hacer más descarnada la caída de lo que se gasta en libros, discos, conciertos y otros servicios de entretenimiento. La acrisolada costumbre de lo gratuito ha debido también reciclarse, puesto que en 2010 quedaba claro que sólo los espectáculos y actividades minoritarios hacían taquilla efectiva: los toros, los parques de atracciones o temáticos, la ópera, eran prácticamente los únicos libres de gratuidades, pases de favor y localidades de promoción. Aunque falta un dato, o una serie de datos, que las encuestas culturales seguimos dejando de lado, que es el gasto en nuevos soportes audiovisuales y de conexión por los que crecientemente discurre el consumo de contenidos.

El signo de los tiempos hace que las más densas series dedicadas a la cultura, vengan de donde vengán, hagan recalar en internet. Andalucía está en eso, porque como se sabe es una región culturalmente occidental, europea, etc., y por tanto en internet estriban las claves de cualquier género de cambio o evolución. De hecho, en el consenso cultural andaluz existe un tercer plano en el que se aprecia que manejamos una idea de cultura abierta al cambio;

y confiadamente futurista, si se apura: su protagonista no es sino internet en cuanto factor cultural. Cuando se nos informa de la conectividad a escala mundial, continental, española, ya hemos adquirido el hábito de *buscarnos* en los puestos intermedios de este o aquel *ranking*, de forzar la (mala) memoria para ver si subimos o bajamos, si ya el ADSL nos llega a la cintura. Pero emboscados en estadísticas y encuestas andaluzas de los últimos diez años la percepción puede ser otra: nuestra conectividad no ha parado de crecer. Hasta hace muy poco era forzado preguntar si nos conectábamos en casa, o en el trabajo o en un ciber-café o en el instituto; ese tipo de pregunta casi empieza a provocar hilaridad en el entrevistado. A los andaluces, como sociedad euro-mediterránea, occidental, etc., ya casi hay que preguntarles si tienen arrestos para desconectarse veinticuatro horas seguidas. Porque una parte muy sustancial del salto a la revolución tecnológica la proporciona una conectividad creciente que, entre otras cosas, pudiera burlar la sombra de una normalización suspendida, de una modernidad estancada.

Un 66% de andaluces consultados en 2013 afirman usar internet. Pero salvo para la música y en muy menor medida para ver películas, internet no termina de ser un soporte de cultura; aunque los andaluces *percibamos* que ahí estriba también la cultura hoy día. Aunque la televisión, la radio, no digamos la lectura, la música clásica o el teatro, no encuentran en la conectividad un vehículo con el que crecer aunque le construyamos una leyenda favorable, una fe digital en que internet significa más cultura. Estamos en un punto en que por un lado las generaciones más jóvenes se entregan de pies y manos a la conectividad, sin que ello comporte un mayor acceso a una información o a productos culturales *ilustrados* por así decir, y por otro los mayores de 60 o 65 años —y aun antes— muestran una *deserción* paulatina de los contenidos pertenecientes a esa misma catalogación: música, literatura, artes *convencionalmente* tenidas por tales. Esa cultura —universal a fin de cuentas—, repunta primordialmente en los grupos de edad intermedios, en los períodos de vida activa; en los que, si se piensa, más desestabilizadamente se está cebando la crisis del bienestar.

No caben conjeturas acerca de cómo y qué cultura habrá de resultar de la combinación entre conectividad y crisis del bienestar, como para imaginar hábitos y usos más o menos estables en un futuro cercano. En Andalucía lo que sí podemos afirmar es que entre 2008 y 2012 se han registrado dos cambios de gran calado. Uno es la eclosión de internet en la idea de cultura que proporciona lo que pudiéramos considerar un arrastre de la modernidad hasta hace poco asumida y disfrutada; pero que no despeja de momento la incertidumbre acerca de cómo y cuánto será el consumo de contenidos, dicho en términos poco amables. El otro es un rechazo brusco, y seguramente aún en ascenso, de la función cultural pública expresado en el cuestionamiento del apoyo a la cultura por las administraciones, que seguramente tiene mucho de desconcierto y repulsa ante los efectos de la crisis pero que ha cambiado radicalmente el posicionamiento de los andaluces ante la promoción pública de la cultura. En 2008 el 80% de los andaluces consideraba que el estado «siempre» debía apoyar a la cultura; dos años después lo sostenían sólo el 56% y en 2012 el 26%. Quienes en la primera consulta opinaban que sólo «a veces» debía existir tal apoyo eran el 16% y cuatro años después voltearon los guarismos y eran el 61%. Y los que sostuvieron que «nunca» habría de existir tal apoyo pasaron de apenas uno a once de cada cien andaluces.

No hace falta gran esfuerzo para deducir que los dos procesos están compleja pero netamente relacionados. En la base de ambos se encuentra la recepción en la sociedad andaluza concreta de una idea neoliberal de lo moderno y de la cotidianeidad, de las capacidades personales sobreponiéndose a los objetivos comunitarios, de la globalización como horizonte cercano y sin marcha atrás. Pero justamente esta fundamentación genérica en la percepción de la cultura es la que más incertidumbre genera con vistas al futuro. Se añaden otros perfiles de opinión que alimentan esas dudas. Por ejemplo, el rechazo de la función pública no se corresponde por ahora con una confianza en la iniciativa privada; en 2008 apenas el 8% consideraba importantes las inversiones privadas para la cultura en Andalucía y dos años después sólo aumentaba un punto esa opinión. En la misma línea se comprobaba que la valoración de la oferta cultural auspiciada por municipios, diputaciones, Junta de Andalucía o Gobierno de España en la localidad de residencia era positiva. Ahora, por el estudio de Atalaya, tenemos una valoración de «aprobado» —un 5,03 sobre 10— para la oferta cultural en el entorno de los entrevistados, aunque sin discernir el carácter público o no de dicha oferta. La sociedad andaluza entonces, al menos en su posicionamiento ante la cultura, tiende a operar con valores liberales pero desde un anclaje en las garantías propias del bienestar. Es posible que ahí estribe la percepción de que en Andalucía fluya un aprecio hacia la cultura en cuanto *magma* envolvente pero no como factor de la acción social. Hay más rasgos para meditar sobre ello.

Por ejemplo, que siendo las asociaciones relativas a la cultura (artes, ciencias, letras, etc.) las más numerosas con diferencia de las registradas por la administración regional⁴ —más del doble de las deportivas que les siguen en número—, cuando se pregunta por la pertenencia a dichas asociaciones las culturales aparecen con muy escasa relevancia. Cabe pensar que se trata de un asociacionismo minoritario, disperso, efímero, pero no contamos con esa información. Téngase en cuenta además que al preguntar por participación en asociaciones «religiosas» el 4% dice pertenecer a alguna en 2013, pero que cuando se preguntó por participación en «hermandades o cofradías» de la semana santa respondieron afirmativamente el 18% en 2008, casi un 16% en 2010 y un 33% en 2012; aun sospechando algún sesgo para el último de esos porcentajes, obliga a pensar que incluso debemos matizar en los conceptos manejados que género de «acción social» cabe dilucidar para la cultura de Andalucía; pues no sólo ese tipo de participación era el más frecuente en las tres consultas, sino que además lo era entre las generaciones por debajo de los 44 años.

Otra dimensión de la funcionalidad social de la cultura, por lo que hasta ahora sabemos, tiene que ver con el tiempo de ocio que en Andalucía está más decantado en prácticas sociales y familiares, hacia la convivialidad en general, que en hábitos que podamos considerar estrictamente culturales. Se expresa en la caída significativa de la lectura, la audición de música, el uso de televisión y radio por los andaluces en días festivos o fines de semana en comparación con los días laborables, que en nada se compensa con leves incrementos de asistencia a cine, teatro e incluso exposiciones. Algo que también es posible detectar en la distribución del gasto en cultura y entretenimiento. Son comportamientos muy parecidos a los que se deducen de encuestas nacionales —aunque éstas son menos precisas—, pero que en Andalucía tiene un rasgo singular: el tiempo de asueto se vuelca principalmente, como se decía, a la convivencia fuera del hogar especialmente, así como a la vida familiar.

4 Datos de la Consejería de Justicia e Interior (Estadística de asociaciones en Andalucía). En *Andalucía. Datos básicos, 2013*. IECA, 2013. Pág.78. Los datos corresponden a diciembre de 2012.

El estudio de Atalaya en 2013 ratifica que entre diferentes valores los andaluces dan importancia claramente, tras la salud, a la familia y la amistad; las actividades culturales, en esa clasificación, sólo aparecen a partir del séptimo lugar. Esto implica al menos dos cosas a tener muy en cuenta por el mundo de la cultura, sus agentes y responsables; una que la cultura no está en la «actualidad» de los andaluces, y otra que los productos y servicios culturales no constituyen un contenido relevante en nuestro ocio. Si la cultura no integra suficientemente nuestro ocio, si tampoco aparece como articuladora social, si no figura entre los principales temas de interés de los andaluces —superada, aparte de por cuantos parámetros afectan a la vida personal y familiar como el empleo o la vivienda, por los avances médicos, o los temas ecológicos o la economía—, puede colegirse que tampoco estará requerida para cualquier idea o proyecto de «modernización» de Andalucía. ¿Existe un distanciamiento entre el conjunto de la población andaluza y el mundo de la cultura que justifique tales rasgos, al menos en la estadística, y agrande la incertidumbre de cara al futuro?

No cabe hablar de desapego, pero tampoco de identificación entre el grueso de los andaluces y el «mundo» de la cultura que percibe. En 2010 el 77% de andaluces estaba total o de algún modo de acuerdo en que las aportaciones de ese mundo son necesarias y positivas para el conjunto social, y dos años más tarde ese tipo de opinión había subido al 90%; esta sería la valoración de la cultura en cuanto ese *magma* circundante que referíamos. Pero a la vez un 62% de encuestados en 2010 estuvieron de alguna manera de acuerdo en que el mundo de la cultura miraba más por sus intereses que por el bien de la sociedad, y un 48% en que se trata además de un mundo cerrado, poco conectado con el resto; dos años después las respuestas en tales sentidos habían crecido al 76% y al 72% respectivamente; lo que solemos denominar como «campo cultural» aparece entonces cuestionado como factor de la acción social. Conviene atribuir al clima de crisis el incremento de las percepciones negativas pero, ¿también el aumento de la estima de lo que la cultura y su mundo nos aportan? Y otro dato más cercano, de 2013: casi un 60% expresan su desacuerdo con la idea de que la cultura sea un lujo que sólo algunos puedan disfrutar.

Una advertencia imprescindible a la hora de escrutar resultados de una encuesta sobre hábitos y usos culturales es que de ellos no se deducirá una idea de cómo es, o en qué consiste, *esa cultura* que se usa, consume o practica. Probablemente la actual cultura en Andalucía y la de los andaluces sólo podría sopesarse pasado el tiempo, no mucho, y contando con series estadísticas duraderas de lo producido, lo consumido, lo escrito, pintado, representado, etc. en el territorio de nuestra comunidad y, en general, por sus habitantes. Los hábitos culturales de los andaluces proporcionan un retrato sincrónico del uso más o menos rutinario que hacen del conocimiento y sus recursos pero, insisto, no de *qué cultura* vive o late en Andalucía. La imagen que quepa deducir en un momento dado de estos usos hay que enmarcarla en un devenir a la fuerza reciente, puesto que disponemos sólo de perspectiva demoscópica para las últimas dos décadas.

Gran parte de los que consideramos hábitos culturales en las sociedades occidentales modernas han devenido en costumbre. Es, sin ir más lejos, lo que cabe asegurar del hábito de ver la televisión y lo que ya es fácil vislumbrar en el de conectarnos a internet: no hay duda de que se trata de *consumo* de contenidos, de actitudes comunicacionales y por ello de uso de productos de la cultura, pero han pasado o están traspasando, sobre todo en el caso de

la TV, la línea que separa el hábito en que se manifiesta una posición volitiva individual, del reflejo heredado —inconsciente y social a la vez— donde fermenta la costumbre⁵. Entre las prácticas o hábitos relacionados con la cultura en que puede identificarse el deslizamiento hacia la costumbre conviene diferenciar los resultantes de la que hemos conocido como cultura de masas —ver la televisión es su gran paradigma— de aquellos otros arraigados en la mentalidad ilustrada occidental —leer en general, pero sobre todo «libros»—, ya que tenemos comprobado estadísticamente que remiten a segmentos diferenciados dentro de un mismo sistema social. En las consultas demoscópicas de universo general, por fuerza, no podemos partir de esa segmentación, por lo que a veces los resultados invitan a interpretaciones un tanto extremosas: si señalamos por ejemplo, con el estudio de Atalaya a la vista, que un 37% de los andaluces declaran no leer “nunca o casi nunca” y a renglón seguido que apenas el 4% de ellos reconocen no ver televisión igualmente “nunca o casi nunca”, podría resolverse que Andalucía está integrada por una sociedad menos *ilustrada* que *masificada* a efectos culturales. Habríamos resuelto una certeza, pero no toda la realidad.

Esa aseveración, que algunos compartirían ratificándose en su visión de la vida, estaría solapando algo a tener en cuenta: que desde 2002, que sepamos, el hábito de la lectura viene incrementándose entre los andaluces y que, en paralelo, su costumbre de ver la tele se ha contenido e incluso reducido entre dos y tres puntos porcentuales según qué consulta. De hecho entre 2002 y 2007 los porcentajes decían que en torno al 55% de los andaluces no leían nunca o casi nunca y tres años después los emperados en no leer habían bajado a un 28%-30%; por otro lado, en 2008 otro estudio daba un 35% de lectores habituales entre semana y en 2013 nos encontramos con que entre un 50% y un 60% se declara lector con más o menos asiduidad, aunque sólo un 21% procure hacerlo a diario, junto al ya apuntado 37% que se pierde ese disfrute por las razones que sean⁶. ¿Podría negarse tajantemente que los andaluces vienen normalizando también su afiliación en una cultura *ilustrada*, o que lo que técnicamente consideramos hábito de lectura esté adquiriendo tintes de costumbre entre ellos?

También según el estudio del Observatorio Atalaya el consumo a diario de televisión parte de un 75% entre los más jóvenes y va subiendo hasta el 94% de los mayores de 65 años, con una media para toda Andalucía del 82%; esos datos podrían anunciar una tendencia al abandono de dicho hábito de índole generacional, si no fuera porque el uso del ordenador e internet para consumir televisión apuntara a que, con escala inversa, cada tramo de edad *repone* el abandono de un soporte mediante el empleo del nuevo: casi un 20% de los más jóvenes usa internet para ver programas televisivos, por lo que cabe deducir que más del 90% de esos jóvenes simplemente participan de la misma costumbre común al resto de andaluces (y de los españoles en general).

Pero sucede que operamos con arquetipos dicotómicos muy arraigados al valorar la

5 Conforme a Bourdieu y su concepto de «habitus» estamos tentados a menudo de prescindir de los significados distintos de hábito y costumbre en materia de prácticas sociales de la vida cotidiana; pero al volver la vista hacia la cultura parece ineludible recobrar el protagonismo del tiempo: los hábitos, aún en el concepto de *habitus*, admiten el plazo corto o lo efímero de la moda, la costumbre sin embargo remite cuando menos a un devenir de tradición —incluso individual, si se quiere— para el que la memoria no suele tener referencia clara de su momento inicial.

6 Los porcentajes aludidos proceden de las encuestas del Ministerio de Cultura (2002-03 y 2006-07), del Barómetro de la Cultura en Andalucía (BACU, 2008) y de la presente de Atalaya.

cultura y su entronque social —arraigados, por no decir prejuiciosos—. El carácter masificado de la televisión entre nuestros hábitos invita desde hace tiempo a diluir su consistencia cultural, en tanto que los índices de lectura —que, por cierto, presentan una regularidad significativa en todos los grupos de edad andaluces— son objeto de atención y valoración más *cultural*. Lo que dicen sin embargo los datos demoscópicos —y el sentido común— es que ambas prácticas, junto con otras naturalmente, desempeñan funciones respecto del conocimiento *en toda la estructura social* con lógicas diferencias según variables de edad, formación, hábitat, renta, etc., habida cuenta que son reconocibles consensos genéricos. Convendría meditar entonces hasta qué punto estamos preguntando y analizando desde una doble óptica: qué esperamos o nos interesa respecto de una cultura más o menos laxa por masificada, y qué de otra «cultura cultural» en la que identificar avances o retrocesos de una modernización más efectiva y con mayor carga de significación en nuestro campo social.

La respuestas de los andaluces señalan empero que no es prudente distinguir *calidades* culturales ni grandes compartimentos en su estructura actual de opinión. Existe una convergencia a escala regional en el mantenimiento de hábitos culturales con respecto al pasado inmediato que permite cifrarlo entre el 50% y el 70% del universo consultado: son los casos de ir al cine, que el 54% responde dedicarle el mismo tiempo que un año antes, la lectura (56%), ver la televisión (57%), ver películas (59%), escuchar música y asistir a conciertos (67% ambos), acudir al teatro (70%) y escuchar la radio (71%). Es decir, en torno a dos tercios como media de los andaluces estarían expresando una estabilidad de sus inclinaciones culturales —pero no de la frecuencia—, en las que resulta prejuicioso atribuir más o menos carga «cultural», por la simple razón de que ninguna la alberga ni la excluye a priori ni en exclusiva. El tercio restante, ¿estaría cambiando de hábitos? Sí pero no.

El único hábito al que los andaluces dicen dedicar más tiempo ahora que un año antes es el de conectarse a internet, cosa que declaran el 49% de los entrevistados. El dato, como antes se apuntaba, invita a pensar que el encendido del ordenador, la tableta o el teléfono para conectarse se encamina hacia un gesto automático del que resultará en breve difícil desprenderse: una costumbre. Además esa mayor dedicación está muy equilibradamente repartida entre tramos de edades y sus máximos aparecen entre los más jóvenes (55%) y, sorpréndanse, los mayores de 65 años (52%): por cierto, una distribución por franjas etarias que responde ya a lo que cabe entender como consenso cultural andaluz secundario, o de índole identitaria⁷, siendo que hasta hace muy poco «internet» mostraba los rasgos propios de una percepción, un concepto dentro de la idea de cultura de los andaluces, en proceso de irrupción y de transformación de esa idea. De todas formas, comparando estos resultados con los que proporciona el INE para este 2013, el uso de internet en Andalucía es más alto que el nacional hasta los 44 años, a partir de los cuales ese uso comienza a descender hasta 9 puntos menos entre los andaluces mayores de 65 años que entre sus correspondientes españoles⁸. Diferencias pues en la frecuencia de uso, pero de manera distinta en la incorporación al mismo.

7 Véase la Nota 2.

8 Debe tenerse en cuenta que el INE pregunta por uso “en los tres últimos meses”, en tanto Atalaya ha preguntado sencillamente por “uso”; así mismo que la encuesta del INE acota entre 65 y 74 años el último grupo de edad, lo que no hace el estudio de Atalaya.

Y están también los hábitos, claro, a los que decimos dedicar menos tiempo que un año atrás. Eso responde el 42% de los andaluces respecto de ir al cine, a las salas de cine; un 29% lo afirma de asistir a conciertos de diverso género, el 28% de la lectura, el 27% de ver la TV, de ver películas en general y de asistir al teatro, y un 16% de oír o escuchar la radio. El desistimiento —porque hay pistas para saber que no se trata de desafección— referido a las salas de cine, los conciertos y el teatro puede encuadrarse en la contracción del gasto que la crisis económica está imponiendo a niveles individual y familiar, y que comprensiblemente se viene reflejando en la práctica totalidad de ítems de consumo recogidos por la estadística nacional y regional. Hay que recordar otra vez, además, que cuando en 2010 se pudo analizar la incidencia del «gasto cero» —es decir del pase de favor y otras modalidades de la gratuidad— en los hábitos culturales andaluces, ya se comprobó que sólo los espectáculos minoritarios —los toros o la ópera principalmente— y los entretenimientos estandarizados —parques temáticos, de atracciones y similares— eran objeto de gasto total efectivo⁹; hay pues una separación clara entre interés o gusto y decisión de gasto en productos y servicios de la cultura, en la que está pesando la situación económica de cada ciudadano. Por último en este epígrafe, hay que señalar que el recuerdo de menor consumo de televisión y radio respecto al año anterior no presenta rasgos significativos en la distribución por tramos de edades; salvo que se quiera asociar a un mayor uso de soportes como ordenador o teléfono, fijándonos para ello en que los porcentajes de abandono de soportes tradicionales se dan en los grupos más jóvenes para el caso del televisor y en los inmediatamente intermedios, entre 25 y 44 años, para la radio.

Ya se ha señalado que la cultura no está en la actualidad de los andaluces, que tampoco es parte principal de su ocio, y que es posible deducir que a fin de cuentas no juega un papel verificable en la acción social de la población de Andalucía. Puede parecer un diagnóstico pesimista, aunque en realidad no debe tomarse por tal diagnóstico ni dar por sentado que fuera de nuestra región las cosas sean de muy otro color. Lo que sí debiera ser de utilidad es poner cierto coto a lecturas entusiastas de los datos. Cuando en las encuestas se pregunta por los principales hábitos culturales una línea de respuestas que casi nunca se comenta es la correspondiente a las respuestas «nunca o casi nunca». A la hora de ponderar el peso de *lo cultural* entre los andaluces —y entre los españoles, habría que apostillar— esos rangos de respuestas arrojan alguna luz sobre lo que pudiera considerarse como desapego, o distanciamiento, incluso como *incultura*. En la Tabla 1 se recogen los totales de «nunca o casi nunca» o «no suelen» referidos a hábitos culturales para los que contamos con datos desde 2002. Lo primero que destaca es que los hábitos más frecuentes —en este caso, los que presentan porcentajes más bajos— son los tres que menos *actitud* cultural parecen requerir —lo que cabría discutir—: ver la televisión, escuchar música y escuchar la radio; de estos últimos desde luego puede conjeturarse que se interfieren. Del resto es posible afirmar simplemente que la mayoría de los andaluces no los tienen entre sus preferencias en tiempo de ocio, incluido el cine, y que solamente el acceso a internet presenta una secuencia que expresa incorporación del hábito de forma coherente.

Tabla 1: ANDALUCÍA - % de respuesta “nunca o casi nunca” o “no suelen”

Hábitos por los que se pregunta	MCU 2002-03	MCU 2006-07	MCU 2010-11	HABICU 2010	ATALAYA 2013
Leer (no por estudios/profesión)	54,7	56,8	27,8	31,6	37,2
Ver TV (en aparato televisor)	1,6	s.d.	3	4,3*	3,7
Escuchar la radio	21,8	s.d.	24,4	41,3*	22,1
Asistir al teatro	71,6	60,3	58,2	65,3	60
Asistir a la ópera	92,8	89,6	91,1	88,9	77,8**
Asistir a la zarzuela	93,4	89,9	92,9	90,2	
Asistir a ballet/danza	89,9	81,2	79	83,9	55,8
Escuchar música	s.d.	12,2	14,5	s.d.	12,5
Asiste concierto de m. clásica	86	79,2	81,4	81	61,6**
Asiste concierto de m. actual	66,5	47,8	45,4	47,6	
Ir al cine (salas de cine)	39,4	26,4	26,5	24,6	42,4
Accede a internet	78	62,9	45,5	40,6*	33,4
Visitar museos	65,1	s.d.	43,2	50,7	17,1
Visitar exposiciones	s.d.	s.d.	47,5	56,4	34,5
Visitar monumentos	s.d.	s.d.	29,1	42,9	11,5

* - La formulación de la pregunta resta compatibilidad al dato.

** - Se incluían los dos conceptos al preguntar.

s.d. – No se preguntaba o no específicamente para poder comparar.

La cultura entonces debe encuadrarse básicamente en el ámbito del entretenimiento de los andaluces, antes que en cualquier hipótesis *filosófica* en su sentido más literal. Y ese entretenimiento de contenido cultural se canaliza fundamentalmente en actitudes de información, de miscelánea, antes que de cultivo o disfrute de lo que queramos considerar una «cultura culta». Cabe reflexionar, incluso, que en las visitas a museos, zonas arqueológicas, exposiciones y similares operan tanto o más las dinámicas de familia, excursionismo y aun de simple convivencia que una actitud cognitiva; pero o preguntamos poco, o mal o no preguntamos en un sentido que vaya aclarándonos extremos como ese, entre otros. Porque lo que tenemos a la vista para 2013 es que los andaluces asisten más asiduamente a alguna feria local (65% en el último año) que a un museo (27%), o a un monumento histórico (40%); también más a una romería o un evento gastronómico o artesano (31% en los tres casos) que a una feria del libro (28%) o a una exposición de arte (21%). Si añadimos que los libros preferidos están en la categoría de los «best-seller y novedades» (casi 27%) seguidos por la novela «histórica» (20%) —pero hace algunos años que ambas categorías coinciden en gran medida—, y que a la hora de las revistas leídas los gustos están encabezados por las del «corazón» (17%), los suplementos de prensa (11%) y las de «salud y belleza» (10%), el perfil de cultura como entretenimiento parece más claro. También que el entretenimiento mismo no se orienta sino a una *integración* en la mentalidad de masas actual, supra-andaluza desde luego, en la que ocupan un rol destacado las pautas de moda y tendencia de una sociedad que, hasta la fecha, podíamos considerar avanzada o muy cercana a ello.

Por último, si hay un paradigma cultural que destaque entre los hábitos o las querencias de los andaluces, ese es la música: «escuchar música», más precisamente. En 2010 ya se había comprobado el neto dominio de esa *actividad*, de la música como sector cultural y de los conciertos como manifestación preferida en la vida cultural del común de los andaluces. También vale afirmar que, como los datos nacionales desde 2002-03 vienen señalando un comportamiento prácticamente idéntico, la posición cultural de Andalucía se corresponde ni más ni menos que con una versión de modernidad característica de la sociedad española. Por lo que apuntan las encuestas nacionales, los datos sobre lectura, asistencia al teatro, o la ópera o a conciertos también sitúan a la población andaluza en el mismo abanico de hábitos culturales del conjunto español. Otras actividades relacionadas con el entretenimiento —y en algún grado con la cultura en sentido laxo— recopilados en la Tabla 2 insisten en esa misma idea, si bien los resultados de 2013 presentan alguna variación en la asistencia a conferencias y a distintos tipos de parques sobre cuyo significado, acerca de algún género de cambio de tendencia, es comprometido pronunciarse.

Ahora bien, volviendo a la primacía musical en la cultura andaluza, es necesario aclarar que esa hegemonía en nuestros hábitos culturales durante la última década se manifiesta fundamentalmente en las cohortes más jóvenes hasta llegar a los 30-34 años, tramos en los que alcanza el 83% como actividad diaria, y a partir de los cuales decae con relativa intensidad. Escuchar música, cabría asegurar, es una *actividad* o disposición que pareciera hacerse paulatinamente incompatible con una *vida laboral*. Pero además puede observarse que, al contrario de lo que transmiten ciertos lugares comunes, escuchar música apunta más al aislamiento personal que a la convivialidad, puesto que se hace básicamente en casa (68%) o en el coche (49%), y más que nada a través de la radio (65%) o, ya menos frecuentemente, en el ordenador o el teléfono móvil (poco más del 25% en cada uno de esos soportes). La idea extendida de que los conciertos —de música actual, por supuesto, ya que los de clásica ocupan un modestísimo lugar— juegan un rol asociativo, o aglutinante, de correspondencia o filiación, debe cuestionarse desde luego a escala de población andaluza, pues recuérdese que el 61% no acude nunca o casi nunca a ellos. Si además se tiene en cuenta que casi un 67% dice dedicarle la misma atención que un año antes y otro 29% declara que menos, no es arriesgado aventurar que incluso se trate de un uso en declive al que las caídas del empleo, los salarios y la renta familiar habrán contribuido en buena lógica. Los lamentos recientes de las empresas del ramo apuntarían en esa dirección.

Tabla 2: Porcentajes de actividades de entretenimiento y/o culturales declaradas en España y Andalucía

	MCU 2002-03			MCU 2006-07			MCU 2010-11			HABICU 2010	ATALAYA 2013
	ESP	AND		ESP	AND		ESP	AND		AND	AND
Asistencia/ Visita a:											
Centro Cultural	14,1	15,3		22,9	21,4		19,2	17,8		17,7	
Conferencia o mesa redonda	9,3	8,6		13,8	14,0		13,1	13,3		11,5	20,5
Zoo o parque con animales	11,6	11,5		20,2	21,5		16,5	19,0		20,3	11,2
Jardín botánico				13,8	16,1		12,1	15,4		12,8	
Parque temático	16,6	16,0		17,7	17,5		15,1	16,7		13,9	
Parque de atracciones	14,4	13,5	14,8	19,4	20,7	19,1	17,5	18,4	17,6	14,0	20,8
Parque acuático	11,3	13,2		16,6	18,2		14,8	18,8		16,3	
Circo	4,8	5,2		10,6	12,2		8,2	8,1		8,8	
Ferias	38,0	57,6		47,8	63,7		51,0	64,4		58,7	64,4
Espectáculos deportivos	20,0	20,4		28,0	29,1		28,0	29,7		26,6	
Toros	8,6	11,1		9,8	13,1		8,5	9,8		9,7	10,1

MCU: Encuestas del Ministerio de Cultura; HABICU: Encuesta de hábitos de la Consejería de Cultura-IESA

Y las preferencias entre géneros musicales declaradas en 2013 encajan con los síntomas anteriores. El 49% de los entrevistados dicen preferir el pop/rock español y un 33% (¿también?) el «extranjero»; entre un 20% y un 25% se atribuyen los gustos musicales por la canción de autor y la melódica; y por debajo de un 10 u 11% cabe encontrar cuantas modalidades se acierte a preguntar, incluyendo música clásica, jazz, tecno, ópera y hasta gregoriano y propuestas alternativas. Ese reparto de gustos musicales es muy similar, aunque los porcentajes puedan oscilar en tres o más puntos dentro de la larga lista de géneros o estilos, a lo expresado para el conjunto nacional por el *Anuario 2010-11* del ministerio del ramo, y por la encuesta andaluza de 2010 para nuestra región. No cabe discernir variaciones significativas; en síntesis, es una tendencia contemporánea de actitud hacia la música más participada por generaciones jóvenes, sustentada en la diversificación de soportes cada vez más vencidos en la «portabilidad» personal, y abruptamente más articulada por la comercialización de conciertos que por la distribución de grabaciones.

Uno de cada dos andaluces estaba de acuerdo en 2008 con que la cultura en Andalucía había mejorado “bastante o mucho”. Casi dos de cada tres pensaba entonces que existe una cultura andaluza diferenciada, pero uno de cada dos negaba que esa cultura consistiera básicamente en fiestas y flamenco; y prácticamente la misma proporción opinaba que, en realidad, esa cultura andaluza era sólo cosa de algunos rasgos propios. Poco más cabe añadir a un estado de opinión que ante todo presenta una sociedad con grado alto de sensatez, con una visión cabal de *la* cultura y de *su* cultura. Puesto que los andaluces nos consideramos regularmente personas “algo cultas” —la mitad nos vemos así—, solo cabe recordar que ello se corresponde con un marco de referencia hispánico y euro-mediterráneo principalmente, en el que se acusan todavía las secuelas mentales y estructurales de largos períodos de atraso material y estancamiento social, durante parte de los cuales se manipuló además la idea y la imagen precisamente de lo andaluz. No es difícil tomar como base de reflexión que la proximidad de

nuestros rasgos actuales a pautas de modernidad es resultado sobre todo de la normalización acaecida desde 1980 aproximadamente.

Ese es el contexto en el que debe discutirse o no la coexistencia de tres grados de experiencia de los andaluces ante la cultura; quizá se trate de tres imaginarios temporales entrelazados ante lo cotidiano. La conectividad es hoy el aglutinante de las generaciones más jóvenes, de los «nativos digitales», ya «andaluces digitales» si se quiere, cuyo horizonte de edad está en torno a los treinta años y su razón cultural a caballo entre un futuro imparable, una actualidad paralizante y unas tradiciones envolventes. Les preceden hombres y mujeres de edades intermedias cuya clave cultural estriba en la normalización andaluza, es decir, en una rutina de libertades adquiridas o recibidas y un imaginario templado en el vidrio de lo posible, en el caldero de la mejora y entre veladores de tolerancia al sol. Y quedamos por fin quienes arrastramos referentes culturales pre-autonómicos, pre-democráticos, pre-ciudadanos: hubo un tiempo en que tildamos a cualquier cosa parecida de «batallitas». Hoy —como cada entonces— tiene que ser memoria. Pero, como sea, al menos esas tres experiencias de conocimiento parecen estar en juego en la cultura de Andalucía, y quizá sea la razón profunda por la que se exprese como cultura una conjunción compleja de fiesta, tradición, flamenco, respeto y recelo hasta llegar a internet.

Nos vemos algo cultos; ya se ha dicho. Ciertamente cuando se provoca mediante encuesta un cierto repaso de nuestro panteón cultural —se hizo en 2008— sale la cuenta de un pasado plagado de figuras ilustres encabezadas por Federico García Lorca y Pablo Picasso —en realidad, confesémoslo, lideradas por el “no sabe”—, al que cada provincia le pone su precedencia y sus figuras familiares; la lista es extensa y ayuda a considerar los porqués de la sensación, a veces, de ir sobrados (no se debe hacer jamás una comparación con otros marcos regionales peninsulares; no digamos autonómicos). Entonces asalta la inquietud de si nuestros nativos digitales cuentan con garantías de estar accediendo a una cultura *ilustrada*, a esa cultura que resulta estar en la memoria de los andaluces, de una u otra manera, y con o sin larga lista de nombres egregios. Asalta esa inquietud junto con otra: que los mayores apuntan —apuntamos— síntomas de *deserción* o desistimiento de esa misma cultura, si nos atenemos a porcentajes de usos y hábitos. Porque este último comportamiento, si efectivamente es así, no parece corresponderse con el marco euro-occidental en el que estamos.

Todo esto lo estamos percibiendo o deduciendo en plena crisis económica y con escasos datos previos a ella. De manera que como la irrupción de internet y las conexiones en nuestras vidas tiene poco, poquísimo pasado, constatar que ello esté siendo el soporte de transformación de una idea de cultura, de la cultura misma al parecer, impide otear algo seguro de lo que viene si no es entregándonos a un entusiasmo bastante insulso. Como también estamos comprobando la deslegitimación de la función pública en la cultura, pero no de la gratuidad como vía de acceso a ella, las señales son de cambio pero sin muchas pistas acerca del rumbo del mismo. Los dos procesos alimentan una incertidumbre para creadores, agentes, animadores, políticos, analistas culturales, porque neoliberalismo y bienestar entreverados dificultan comprender la mentalidad con que opera una sociedad a la hora de enfrentarse a la cultura: si de inquietud o de acomodo.

Hay síntomas para proponer que el uso, o el manejo, o el disfrute de la cultura no interviene en la acción social andaluza y que, por tanto, tampoco desempeña un papel relevante en una o alguna concepción de modernidad en ciernes. Nuestros hábitos culturales están dentro de los estándares que por geopolítica nos corresponden. Pergeñar diagnósticos esperanzados sobre la base de nuestra creatividad, o de la genialidad de varios creadores nacidos y/o formados en Andalucía es legítimo, pero no traduce la normalidad con que el conjunto de la sociedad regional asigna un lugar a «la cultura» en su modo de vida y de disfrutar de ésta. El apego a la tradición, el flamenco, la valoración del patrimonio, que son rasgos netos de la idea de cultura entre los andaluces, requieren análisis a fondo, críticos, útiles, no sólo acerca de sus potencialidades mercantiles y turísticas, sino con la vista puesta en su papel para la cohesión social por vía de conocimiento. ¿Pueden ser trampolines a otra modernidad, ser puertas a una más libre universalización —que no esta globalización de usar y tirar (gente)— de la cultura de los andaluces? ...George Eliot escribió «...¿Qué novedad puede compararse a esta dulce monotonía en la que todo se conoce y se ama, precisamente porque se conoce?... Todas estas cosas son la lengua materna de nuestra imaginación, el idioma cargado con todas las asociaciones sutiles e inextricables que las horas fugaces de nuestra infancia dejaron atrás...»¹⁰

La familiaridad con las tradiciones no ha sido obstáculo en el pasado andaluz para abordar desde ellas la creación esencial, la construcción del arte ni la irrupción vanguardista. Al menos desde los del 27 han sido muchas las pruebas, que no síntomas, de ello. Esa es la dimensión culta, plástica, literaria o musical de la cultura, gratificante y necesaria en la historia de los pueblos como el andaluz, pero no —o no implícitamente— la que interviene en su mentalidad para insuflar ideas de avance o progreso o modernización. Entre una y otra dimensiones son precisas mediaciones intelectuales y políticas que sólo muy provisionalmente proporciona el crecimiento del sector cultural por sí solo: se necesitaría un crecimiento de producciones y de consumo de contenidos que obrasen mayor conocimiento en un número de personas también más extenso. Puede darse, como hemos visto en años recientes, más consumo, más acercamiento de las gentes a la cultura y más política empeñada en ello; pero la bancarización de Europa parece haber empequeñecido uno y otra. La cuestión es averiguar si la decantación de aquel consumo en hábitos individuales y colectivos, entre los andaluces, se ha traducido en una vida mejor o en un mejor sustrato eidético para encarar la vida: lo que resulta más difícil de cuantificar.

El Carpio, 2013.

10 G.Eliot, *El molino del Floss* [1860]. (trad.de Carmen Francí Ventosa). 2004. Debolsillo. Pág.61.