

6 tesis sobre la promoción cultural del campo.

1. La promoción sociocultural de las zonas rurales ha experimentado en los diez últimos años un muy notable desarrollo, tanto en número de experiencias puestas a andar como en agentes incorporados, espacios ocupados o pluralidad de técnicas aplicadas. Y están puestas las condiciones en el país para que este desarrollo se prolongue. No obstante, el mero aprovechamiento de estas condiciones para continuar incrementando, en cantidad y en calidad, el trabajo que se viene haciendo —incrementar y mejorar las experiencias, aumentar y cuantificar los agentes intervinientes, abrir nuevos espacios geográficos, depurar los métodos, etc.—, además del desaprovechamiento de una excelente posibilidad, sería sembrar en el campo pan para hoy, pan para mañana, cuando la dieta alimenticia de nuestras zonas rurales está pidiendo otros ingredientes que el derivado del cereal. (Espero que se entienda la metáfora.) Será, sin duda, necesario seguir haciendo

esta labor de incremento y mejora. Pero sobre todo, es ya urgente diseñar proyectos de nuevo tipo que, marcándose objetivos más ambiciosos hoy posibles, fuercen una auténtica incorporación de planteamientos técnicos, organizativos, metodológicos y económicos que eleven la intervención sociocultural en ámbitos rurales a cotas no ya de mayor sino de diferente eficacia.

2. El planteamiento hoy dominante como sustrato de fondo de la ya notable práctica de la promoción rural, parte de la consideración de las condiciones y de las necesidades concretas que soportan las gentes del campo y pretende la búsqueda de soluciones para las mismas por la aportación de determinados conocimientos técnicos y la captación de recursos, casi siempre escasos e insuficientes. A este planteamiento obedece la casi totalidad de las experiencias que conforman la red inarticulada de la promoción sociocultural del campo.

Y, sin embargo, la dinámica dominante que impulsa el desarrollo del campo, en absoluto parte de las condiciones y necesidades de sus gentes, sino de las grandes carencias de estructura del sector agrario, de las macrodecisiones de la planificación económica y, cada vez más, de las pautas de la Comunidad Europea, de obligada e imparable aplicación en nuestros pagos.

Cabe una actitud de rechazo de esta dinámica (siempre que se sea coherente en afrontar las consecuencias), cabe asimismo, una actitud —hoy la más frecuentes— de búsqueda de la información y de los procedimientos de acceder a los recursos que en cuantía hasta ahora desusada se están canalizando hacia el campo. Y cabe finalmente el atreverse a subir a la cresta de la ola de la irreversible regulación, reconversión, reestructuración (o como quiera llamarse) en que están inmersos nuestros campos. A la luz del conocimiento de los marcos y pautas generales que guían esta segunda gran reestructuración del sector agrario en España, y a la luz igualmente de lo que, con planteamientos similares, ha comportado en áreas europeas una intervención semejante, es ya posible concebir y plasmar proyectos para la promoción sociocultural parejos a los grandes programas de intervención socioeconómicos que están marcando ya la evolución del campo en favor del más fuerte.

3. Los programas de intervención económica puestos en marcha por las instancias de poder europeas y nacionales, comportan la adscripción a unos marcos institucionales, la dotación de unos cuadros normativos y la canalización de unos recursos económicos y técnicos de muy elevada cuantía. En consecuencia inevitable, cualquier proyecto de promoción sociocultural que quiera ponerse en pie con eficacia, parejo a ellos, no podrá soslayar la adscripción, en sus componentes básicos, a las instancias administrativas que regentan

