

Diplomacia para unha nación cultural, por Ramón Villares

Description

Para Xulio Rios, promotor dunha acción exterior para un país que naceu para estar no mundo.

Galicia é unha autonomía que posúe algunhas vantaxes específicas para levar adiante unha política ambiciosa de acción exterior, entre elas a súa forte identidade cultural e unha imaxe externa claramente delimitada, incluso cos seus estereotipos negativos. Pero tamén son evidentes as limitacións, derivadas da indecisión política, que se ven acrecentadas pola dinámica política do Estado español (e neste punto non é unha excepción en termos comparados) que ve con moito receio calquera tipo de iniciativa sobre acción exterior que non pase pola peneira da diplomacia estatal, altamente impermeable ao recoñecemento da pluralidade institucional dun Estado que, desde o punto de vista da súa organización territorial, se define especificamente como “Estado das autonomías”. Sirvan de exemplo neste sentido as críticas que provocaron algunhas accións que o presidente Fraga Iribarne tomou en política exterior (nomeadamente, nas relacións de Galicia con Cuba) ou as polémicas que nos tempos recentes despertou a Consellería de Acció Exterior da Generalitat de Catalunya e outras que virán.

Da “célula de universalidade” á “marca-país”

O punto de partida dun pensamento de acción exterior de Galicia podemos situalo na mellor tradición política do galeguismo republicano e autonomista, que concibiu Galicia como unha “célula de universalidade”, tal como reza o quinto dos grandes principios programáticos do Partido Galeguista fundado en 1931. Aquela definición reclamaba a necesidade de construír a identidade galega como unha achega singular e auténtica á historia da humanidade, para o que resultaba imprescindible colocar a voz de Galicia nalgúns foros internacionais, ben a través de congresos de minorías nacionais -tan frecuentes nos anos de entreguerras-, ben participando en plataformas e revistas culturais, de Portugal, Francia ou Irlanda. O esforzo por dotar a Galicia dunha presenza exterior foi obra, entre outras, de figuras como Plácido Castro, Otero Pedrayo ou Alfonso Castelao, que lograron introducir a voz de Galicia nalgúns reunións internacionais ou, como está ben contado no Sempre en Galiza, enlazar a causa galega co mundo portugués e, tamén, co exilio republicano do que Castelao formou parte en primeira persoa. Aquela obra foi continuada con dificultades e de modo intermitente pola oposición antifranquista do interior e, asemade, polo Consello de Galiza que se mantivo vivo ata os anos setenta do século pasado.

Pero o momento esencial para pensar unha estratexia global de acción exterior comeza realmente co réxime de autonomía, porque vincula democracia política e creación dun espazo de autogoberno de Galicia, dotado de competencias recollidas no Estatuto de Autonomía e dunhas institucións que deben desenvolver esas competencias. Nese marco de aparición de institucións políticas e administrativas dotadas de recursos e da necesidade de representar a cidadanía, é no que foi xerminando unha estratexia de acción exterior que é o complemento imprescindible para consolidar o autogoberno. O percurso seguido non foi, con todo, doado. Partamos do momento fundacional da autonomía. ¿Hai preocupación pola acción exterior nos estatuíntes galegos? Certamente non, porque prima o interese por resolver problemas de natureza doméstica, mentres que sobre a dimensión exterior de Galicia hai un piadoso silencio, só roto por referencias á emigración e, nomeadamente, ás colectividades de emigrantes. Podería deducirse que se pensaba no perfil de galeguidade que mantiñan en pé as entidades societarias da emigración, pero a preocupación esencial era a ollada interior. Nin rastro do mandato galeguista de pensar Galicia en termos de “célula de universalidade”, pero pouco a pouco, a propia institucionalización da autonomía comezou a desenvolver medidas que podemos agrupar baixo o rubro de construción dunha “marca-país”, sexa como proxección cara fora ou sexa como reclamo para colocar Galicia no contexto internacional. A operación do Xacobeo 1993 entraría claramente nesta estratexia.

O concepto de marca-país pode servir de envolvente para unha estratexia exterior. Pero verbalizar esta marca non chega.

E preciso analizar fortalezas e debilidades, sinalar as principais oportunidades e conxurar na medida do posible as ameazas que se albiscan no horizonte, como é frecuente no método DAFO. Aínda que Galicia, a diferenza de moitos países ou estados nacionais, non posúe unha marca-país formalizada como tal, non se debe renunciar ao seu uso pola forza performativa que implica. Retomemos o propósito de sinalar esas características nos termos máis convencionais. Pensemos nas fortalezas de que dispón Galicia: experiencia exterior, forte identidade etnocultural, iconas universalmente recoñecidas. En contra do que se sostén de forma reiterada, Galicia non é un país cerrado en sí mesmo e illado do exterior. Pola contra, Galicia é un país con moita experiencia de relación co exterior, esencialmente por ser un país de emigración ou de diáspora, pero tamén de acollida e de “porta” de entrada. Isto permitiu crear unha cultura de aceptación da diferenza, tanto respecto dos que chegan (sexan turistas, peregrinos ou pequenas vagas inmigratorias) como dos que encontran os milleiros de emigrantes nos seus países de destino.

Nesta fortaleza debería entrar con máis forza o que supuxo ser Galicia un país de emigración, que chega ata a tendencia máis recente da brain migration. Aínda que Galicia partillase esta condición con moitos outros pobos do mundo, a imaxe cuñada entre nós sobre o feito migratorio é claramente pesimista. Xa sei que se trata dunha mirada que deriva en boa medida do desprezo ou do desdén que as elites culturais galegas deitaron sobre a emigración e os emigrantes, considerados como uns “ananos” e desleigados. Pero non se pode esquecer que a grande parte das transformacións que experimentou a Galicia do século XX foi xustamente grazas ós emigrantes. Neste sentido, debería considerarse a emigración como unha fortaleza e mesmo unha oportunidade.

Nese imaxinario inventario das fortalezas debemos situar tamén a forte identidade etnocultural que caracteriza a Galicia. Esta identidade é o resultado dunha longa historia e tamén a expresión dunha notable capacidade de resistencia e de adaptación. A lingua, o modo de se asentarse sobre o territorio, os costumes comunais que se volveron leis, as formas de vida de raíz campesiña e comunitaria son un exemplo desta etnicidade cultural que se mantivo en pé a pesar da inexistencia de institucións propias e da ausencia de líderes que se fixesen cargo destas propias demandas da sociedade galega. É frecuente preguntarse como foi posible que unha lingua como a galega pervivise até nós, sen gozar dun amparo institucional e de cultivo por parte dunha parte das elites sociais e culturais, incluídas as eclesiais. A resposta está na forza comunal do universo cultural campesiño e popular, que foi quen de crear e manter por séculos ese mundo rural.

A condición de ser Galicia unha forte nación cultural debe ser moito máis aproveitada do que comunmente se fai porque, como dixo un coñecido empresario bretón, o “petróleo de Bretaña é a súa identidade”. Algo semellante se pode dicir de Galicia. Neste sentido, a “marca-país” de Galicia posúe claramente algunhas vantaxes ou fortalezas que tamén se poden entender como oportunidades. O que cómpre é tirar proveito das mesmas e adaptalas ás esixencias do mundo actual. Sería o mellor modo de amortiguar os efectos das debilidades e limitacións, que tamén existen e deben ser superadas.

Diplomacia e cultura

Como proxectar cara o futuro unha acción exterior, desde o punto de vista da cultura, esixe retomar, pero tamén superar, aquela idealista definición de “célula de universalidade”. O peso que a cultura adquiriu, desde o rexionalismo, na concepción dunha idea de Galicia, debe ter o seu correlato máis evidente na acción exterior, isto é, na moderna fórmula da diplomacia cultural. En ausencia de recursos xeoestratéxicos de natureza militar ou de materias primas de elevado valor económico, como suxería o exemplo bretón do petróleo, o valor da cultura vólvese esencial. Como é sabido, a maior parte dos estados nacionais considera a súa cultura (e as súas linguas) como un axente fundamental para a acción exterior, dacordo coa fórmula de Joseph Nye do “soft power”, na que os valores culturais son o núcleo central dese “poder brando” que é imprescindible para deseñar a imaxe dun país.

Se tratamos de individualizar cales son os grandes referentes de Galicia desde o exterior, atopamos tres moi importantes e todos eles son factores culturais. Un primeiro referente é ser Galicia unha terra de emigración, como unha Irlanda española, da que saíron milleiros de emigrantes que se encontran en moitas partes do mundo. Esta condición migratoria identifica claramente a Galicia, pero tamén ten a virtude de a colocar no mesmo plano que moitas outras nacións migratorias europeas. Reitero a necesidade de mudar a nosa propia mirada interna sobre o feito migratorio, e aproveitar desde modo as vantaxes que achega esta presenza de galegos en medio mundo.

Un segundo referente, moito máis antigo e tamén de grande forza, é ser Galicia o lugar onde está soterrado un dos doce apóstolos. Que esta condición de sé apostólica e lugar de peregrinación teña sido discutida e cualificada como un mito construído, non lle resta valor como creador dunha imaxe específica da terra galega. O feito xacobeo e a práctica das peregrinacións ao sarteiro de Santiago experimentou, desde o seu esplendor medieval, períodos de devalo pero tamén de

recuperación. Actualmente podemos dicir que nos atopamos nun momento histórico de grande apoxeo das peregrinacións, asociadas tanto a pulsións espirituais como a prácticas de turismo cultural. Desde a “segunda invención” do apóstolo que comezou nos tempos do cardeal Payá, a finais do século XIX, o feito xacobeo non deixou de medrar e de se adaptar con facilidade ás tendencias de mobilidade turística propias do noso tempo. Por tanto, a existencia dun centro de peregrinación de dimensións case universais, coñecido desde o corazón de Europa ata o Brasil ou Xapón, debe entenderse como un factor decisivo para articular as estratexias cara o exterior.

Hai un terceiro factor que xa foi aludido de forma tanxencial, que sería a lingua. Pero unha lingua entendida como parte dunha comunidade lingüística moi ampla, a mais falada no hemisferio sur do planeta, que é a lingua portuguesa. Porque esquecemos con frecuencia que a lingua portuguesa é moito máis importante hoxe, en termos de lingua nativa, que a maioría das linguas cultas europeas, coa excepción do castelán e do inglés. O feito de Galicia sexa o berce dunha lingua que, a partir do latín, se romanceou nas terras da antiga Gallaecia, que transitou a través de Portugal e que chegou ó paraíso que é Brasil é unha oportunidade de primeiro nivel para a acción exterior de Galicia. Certamente, neste punto segue a haber controversias e mesmo bloqueos, pero nunca se debe esquecer a máxima do Valentín Paz-Andrade, segundo a que “Galicia é a fonte; Portugal a ponte; e Brasil o paraíso”. Un destino que tamén se espalla a varios países da África, da Asia e da Oceanía, ata o punto de ser unha das poucas linguas que está presente nos cinco continentes.

Conclúo cunhas breves reflexións sobre os trazos básicos dunha acción exterior pensada desde Galicia para o mundo, como tantas veces demandou o Xulio Ríos. En políticas relativas á acción exterior non se pode improvisar nin se poden fomentar solucións de carácter individualista. Necesítase moita perseveranza, recursos e, nomeadamente, fixación de obxectivos e de prioridades. Outro obxectivo esencial debe ser a coordinación da acción exterior, entre as institucións públicas e a participación da sociedade civil. A fixación de obxectivos debe ser o resultado de acordos transversais política e institucionalmente. E a xestión de recursos debería ser encomendada a unha Axencia, coas precaucións necesarias, estivese exenta do “cortoplacismo” que caracteriza con frecuencia a execución das políticas públicas.

Galicia conta con instrumentos relevantes para estar presente no exterior de forma rápida e directa. Trátase da mesta rede das entidades societarias construídas polos emigrantes en América e tamén na Europa e da rede de estudosos galegos, os galicianistas, que están presentes en moitos centros universitarios do mundo. No que atinxe ás vellas entidades societarias creadas polos emigrantes, o asunto central é aproveitar dunha forma moito mais eficaz esta rede. É preciso superar a idea, un pouco misericordiosa, das políticas seguidas a respecto dos centros galegos no exterior, tanto desde a perspectiva das institucións políticas como das propias entidades. O seu valor de oportunidade nestes tempos de tan diversas formas de diplomacia e, tamén, de novas formas migratorias e de mobilidade da poboación, consiste en se adaptar a esta nova realidade e seren capaces de prestar servizos non só para os seus titulares actuais, senón para os cidadáns galegos no seu conxunto. A rede dos galicianistas, organizados desde hai varias décadas na Asociación Internacional de Estudos Galegos, é un viveiro de estudosos da cultura galega e unha plataforma de difusión no exterior da cultura galega que debería formar parte desta política de coordinación e de accións transversais que necesita unha diplomacia cultural áxil e axeitada aos nosos tempos.

Sobre o autor: Ramón Villares (1951), é Catedrático de Historia Contemporánea da Universidade de Santiago de Compostela, institución da que foi Decano da Facultade de Xeografía e Historia (1986-1990) e Reitor Magnífico (1990-1994). Membro fundador e Presidente (1996-2002), da Asociación española de Historia Contemporánea

Membro Numerario da Real Academia Galega (2006), foi Presidente do Consello da Cultura Galega (2006-2018) e Doutor honoris causa polas Universidades de Buenos Aires (Arxentina), Minho (Portugal) e Rennes-2 (Francia)

Autor de numerosos libros e artigos, entre as publicación máis recentes poden salientarse, Emigrante dun país soñado. Luis Seoane entre Galicia e Arxentina, Consello da Cultura Galega, Santiago, 2011), Identidade e afectos patrios (Galaxia, Vigo, 2017), Fuga e retorno de Adrián Solovio. Sobre a educación sentimental dun intelectual galeguista (Galaxia, 2007, 2018), Galicia, nación entre dos mundos (Pasado & Presente, Barcelona, 2019) Exilio republicano e pluralismo nacional. España, 1936-1982 (Marcial Pons, Madrid, 2021) e Cultura e política na Galicia do século XX (Galaxia, Vigo, 2021)

Con Josep Fontana, codirixiu a obra en 12 volumes Historia de España (2007-2017) editada por Crítica (Barcelona) e Marcial Pons Historia (Madrid), sendo autor tamén dunha Historia de Galicia (Galaxia, Vigo, 2004, 2016), con varias reimpresións e versións en castelán (2014), portugués (2016) e francés (2019).

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

Acción exterior de Galicia

ETIQUETAS

IGADI Galicia internacional

IDIOMA

Galego

INVESTIGACION

Paradiplomacia

Date Created

Decembro 16, 2021

Meta Fields

Autoria :

3769

Datapublicacion :

20211216

Subtitulo :

Artigo extraído do Libro Homenaxe a Xulio Ríos Paredes "Unha vida de compromiso para unha Galicia universal"