

Hay un gestor cultural gallego que suele sostener como Pereira, que si la palabra evaluación se utiliza en el ámbito de la gestión cultural sólo para enfatizar discursos y redondear ideas, lo mejor sería que la borráramos del diccionario.

El mismo axioma podría aplicarse a la mal llamada *formación de públicos* en el ámbito de las políticas culturales municipales. Todos los estudios cuantitativos y cualitativos sotto voce nos van acercando un grito que a veces no queremos escuchar: nuestros públicos, los públicos de la cultura y de las artes están envejeciendo. Frente a esta amenaza, las soluciones de gestores y políticos de la cultura están siendo poco imaginativas -en cierta forma recuerda a algunas tácticas de guerra defensiva-: fidelicemos a éstos que acuden aunque se estén haciendo talluditos y talluditas.

A esta verdadera revolución del marketing cultural -*la fidelización*- le sigue la correspondiente desaceleración de contenidos innovadores: "es que con este espectáculo aseguro el público", se escucha entre murmullos, en muchos teatros, auditorios y equipamientos de la cultura. Probablemente, si seguimos en la estrategia "antiteenager", llegará un día en que nos pase algo parecido a lo que contaba uno de los codirectores del Lincoln Center: "cuando inicio la campaña de renovación de abonos, cada temporada recibo más notas de familiares comunicando que el titular ha fallecido"

Mientras, en despachos próximos, en otras parcelas de las políticas públicas casi todos los recursos se van a atender a un destinatario tipo que se encuentra en el rango de edad de los 3 a los 16 años. Las políticas deportivas municipales son todo un espejo donde mirarse y sin ir más lejos, las tan a veces denostadas "ofertas educativas municipales" hacen más por la formación de públicos para la cultura que muchísimas campañas de comunicación surgidas desde la iniciativa pública.

Hasta que las infraestructuras culturales de las ciudades no sean un lugar cotidiano para nuestros niños y jóvenes, hasta que a estos espacios la algarabía retorne, la tarea está completamente por hacer.

Y si los niños y jóvenes no pasan a ser el centro de nuestros programas y actividades, y si ellos no comienzan a ocupar poco a poco nuestros herméticos templos de la cultura, quizás lo mejor y más sincero es que, sin que lo sostenga ningún Pereira o gallego de turno, los borremos, a ellos, de nuestro diccionario y de nuestras programaciones.