

Democracia cultural

Jorge Picó



DEMOCRACIA CULTURAL

Jorge Picó

Introducción	3
La cultura, recorrido crítico	4
Capitalismo cultural	10
Democracia cultural	20
Conclusiones: «no tenía apariencia ni presencia; (le vimos) y no tenía aspecto que pudiésemos estimar» (Is 53,2)	23
Notas	25
Preguntas para la reflexión	29

Jorge Picó. Actor, autor y director de teatro. Licenciado en Filología Anglogermánica por la Universidad de Valencia. Licenciado en Arte Dramático por la ESAD de Valencia. Diplomado por l'École Internationale de Théâtre Jacques Lecoq de París. Voluntario en Cáritas y miembro del área social de Cristianisme i Justícia.

ESTA PUBLICACIÓN SE DISTRIBUYE GRATUITAMENTE. Colabora
con Cristianisme i Justícia: Bizum código 05291
cristianismeijusticia.net/es/donativos

Edita Cristianisme i Justícia. Roger de Llúria, 13, 08010 Barcelona
Tel. 93 317 23 38, e-mail: info@fespinal.com, www.cristianismeijusticia.net
Imprime: Ediciones Rondas S.L. Depósito Legal: B 10527-2023
ISBN: 978-84-9730-536-5, ISSN: 0214-6509, ISSN (virtual): 2014-6574

Dibujo de la portada: Roger Torres. Edición: Santi Torres
Corrección del texto: Cristina Illamola. Maquetación: Pilar Rubio Tugas
Impreso en papel y cartulina ecológicos. Junio 2023

Agradezco la lectura atenta del texto y los comentarios que lo mejoraron a Juan Arnau, Patricia Blanco, Eusebio Calonge, Xochitl de Lleó, Berta Esparza, Miguel Teruel, Raúl Zambrano y muy especialmente a Alfonso Amador, José Luis Ángeles, Fernando Calzadilla y José Ignacio González Faus.

Eternamente agradecido también a la confianza prestada por Xavi Casanovas que me invitó hace ya diez años a escribir en el blog de CJ y a que soñara ahora este cuaderno.

INTRODUCCIÓN

El título de este cuaderno junta dos palabras, *democracia* y *cultura*, que se apoyan mutuamente como caminantes extenuados en mitad del camino. El cansancio de la primera palabra se debe a que designa una realidad desfigurada,¹ erosionada en sus cimientos por la globalización económica, el poder de las grandes empresas, la tecno-política y el populismo. La segunda, porque ha perdido fuelle crítico y utópico al pasar de ser un noble ideal y un antídoto contra el poder a ser su vasalla, como si su paso por la edad Edad Moderna la hubiera dejado exhausta.² En palabras del teólogo José I. González Faus: «Así como antes se decía que la filosofía era *ancilla theologiae*, hoy habría que decir que la cultura es *ancilla oeconomiae* (servidora o esclavita de la economía)».

Xavi Casanovas, que fue durante años director de Cristianisme i Justícia, me planteó un día por qué la lucha por la justicia aparece siempre vinculada a un cierto ascetismo, reñido con la búsqueda de la belleza en el mundo. Como si la belleza, explicaba Xavi, fuera sinónimo de hedonismo, placer, estética, y esto dificultara ser un vehículo para la justicia: a un lado, lo estético, la belleza y el arte; y, en el otro, la justicia, como si de mundos separados se tratara. Y, así, al disociar belleza y justicia, la primera quedara relegada al cuarto trastero de las cosas inútiles porque su tarea fuese simplemente agrandar.

Mi búsqueda se sostiene sobre la hipótesis de que la belleza y el arte no pueden medirse en términos de utilidad o no utilidad. No existen sacudidas estéticas de belleza que nos lleven directamente a la intervención política, pero sí hay una conmoción ante lo bello que se puede vivir como anuncio de un mundo mejor. Frente a la utilidad tranquilizadora de cierto arte actual, lo que nos interesa es su función transformadora en este mundo.³

La fuerza del arte reside en el cambio de sensibilidades, el cual, a través de la contemplación estética, nos traslada de un mundo sensible a otro con sus nuevos límites, posibilidades e intolerancias. Mi propósito en este cuaderno es distinguir cuáles son las estrategias que le llevan a cumplir su funcionalidad y cuáles la neutralizan. Empezaré por la cultura para después acercarme al arte.

LA CULTURA, RECORRIDO CRÍTICO

En este primer apartado, nos ocuparemos de la cultura como forma de vida, distinguiéndola de la cultura entendida como arte, adoptando una visión más antropológica que conecte cultura y sociedad, y tomando la cultura como una atalaya desde la cual podemos divisar transformaciones sensibles y políticas.⁴ Gramsci, al hablar de cultura, hacía muchas referencias a la «disciplina del yo interior» e invitaba a una «conquista de superior consciencia por la cual se llega a comprender el valor histórico de cada uno, la función en la vida, sus derechos y sus deberes». Para el pensador italiano, el hombre era sobre todo espíritu, creación histórica y no naturaleza. Solamente bajo esta visión, la cultura puede cumplir su tarea crítica o, en palabras de Gramsci, llegar a afirmar que «cultura es crítica». Hagamos pues un pequeño recorrido cultural crítico antes de llegar a la función del arte hoy en día.

Distingamos entre cultura y civilización

Allá por 1950 y en Francia, Claude Lévi-Strauss, distinguió entre *cultura* y *civilización*. La primera era un conglomerado de sistemas simbólicos, de ahí que aparezca como más ligada a la ética, al arte y a la espiritualidad. En cambio, la civilización se ocuparía de la agricultura, de la industria y hasta de la economía. Cabe señalar que esta

distinción otorga gran importancia a lo simbólico, aunque como dice Eagleton, es muy probable que lo simbólico y lo práctico estuvieran más vinculados en la época premoderna que en la época moderna.⁵ Por poner un ejemplo, el buzón de correos es un logro de la civilización; no es cultural, pues simplemente es útil para la sociedad, no simboliza nada. Sin embargo, cuando decidimos ponerle una boca de león en vez de una simple ranura, como hacemos en Espa-

ña, ahí sí entramos en el terreno de lo simbólico: el león simboliza la fuerza, y es, de todos los animales, quien mejor cuidará de nuestras cartas.

El hombre animal simbólico

Uno de los grandes estudiosos sobre lo simbólico y el ser humano, Ernst Cassirer, valora lo simbólico como un logro,⁶ pues el ser humano deja de vivir exclusivamente en un universo físico, el de la pura reacción a los estímulos, para añadirle esta nueva dimensión. Y aquí es donde entran lenguaje, arte, mito y religión, ayudando al ser humano a conversar consigo mismo en vez de mantener un trato inmediato con la vida, como hacen los animales. La realidad física nos obliga a una respuesta rápida que, gracias a lo simbólico, es retardada a través del pensamiento. Cassirer acaba definiendo al individuo como un «ser simbólico» frente a la definición clásica de «ser racional». Y es esta posibilidad, sigue diciendo, la que abre un camino nuevo al ser humano: el de la civilización.⁷ Y un último apunte para cerrar: «Si queremos novelas, necesitamos fábricas de papel e imprentas. La civilización es la precondición de la cultura».⁸

La centralidad de la persona está por encima de su cultura

Basta con decir *cultura mexicana* o *francesa*, por poner dos ejemplos, para que nos vengan a la cabeza una serie de hábitos, costumbres, saberes y artes que sabríamos reconocer como distintivos de cada una. Las culturas se re-

conocen, pues están muy ligadas a la forma en cómo nos comportamos. Si la biología y el sistema económico se ocupan de que la sociedad se pueda reproducir, la cultura se encarga de que la podamos reconocer y la podamos comparar con otras. Terry Eagleton explica que la cultura es la «estética de la conducta social».⁹ La cultura nos da funcionamientos, el más claro es la imitación, como dice Javier Gomá: «El hombre, de modo necesario, imita el ejemplo de otros y es ejemplo para los demás».¹⁰ El padre de esta idea es René Girard, quien decía que es el deseo de mimesis, de imitación, lo que nos hace humanos y nos permite escapar de los apetitos y los instintos; y a través de la imitación podemos formar nuestras identidades, pues somos incapaces de construirlas a partir de la nada, como si fueran creaciones puras.¹¹

Relativizar los funcionamientos culturales

El problema radica en que no siempre los fundamentos de esos funcionamientos culturales están claros, aunque es gracias a esta posibilidad de reconocimiento que nuestros funcionamientos se pueden cuestionar y relativizar. Que yo frote el pan con tomate para acompañar las comidas o las acompañe y envuelva con tortillas de maíz no me convierte ni en mejor ni en peor persona. Son costumbres culturales, particularidades, «cadascunadas», que decía un profesor mío de la facultad, y hablan de la diversidad y la riqueza con que el sujeto culturiza la necesidad vital de comer. El problema se vuelve más serio con ciertas prácticas culturales. En la toma de Afganistán por parte

de los talibanes en agosto de 2021, sus prácticas culturales vetan que un hombre examine a una mujer, ni siquiera durante el parto, y, dada la escasez de enfermeras, la consecuencia es que es una barrera para reducir la mortalidad materna.¹² Esto no tiene ningún fundamento ni valor rescatable. Por poner otro ejemplo más lejano, Adam Smith le reprochaba al mismísimo Platón que no desaprobaba la práctica del asesinato de recién nacidos permitida en casi todas las ciudades griegas.¹³

Las personas son mejores y más importantes que las culturas en las que viven, que necesitan siempre ser revisadas, relativizadas y, cuando se tercie, condenadas con rotundidad. Si se me permite un poco de vitaminas cristianas, ¿acaso Jesucristo no estaba constantemente relativizando el significado de la familia, del pueblo, de los partidos políticos e, incluso, de la ley y la moral? Allí donde se decía «arriba, grande, más», Jesús reescribía «abajo, pequeño, menos».¹⁴ Jesús, fundamentalmente, nos invita a comportarnos así. Es fácil para las culturas subirse al caballo de la arrogancia y, cuando las absolutizamos, lo que aparece es el racismo, la discriminación, el etnocentrismo que, en sí, no tienen ningún fundamento científico. Trazamos perímetros culturales («los nuestros primero») y es la cultura quien se encarga de distinguir y señalar.

La lección de Heródoto

El famoso historiador griego Heródoto, auténtico reportero de la época, recorrió el mundo interrogando, inquiriendo, investigando instituciones, hábitos, costumbres e ideas de otros

pueblos. En sus *Historias* se dedicó a decir cosas como «de aquí los griegos tomaron tal idea» o «esto es más razonable que aquello que hacen los griegos». Fue un auténtico «historiador cultural» que nos enseña a relativizar las culturas y no absolutizarlas. Uno lo imagina de mesa en mesa, de conversación en conversación, sonsacando, anotando, recordando. Y realiza todo esto antes de que la filosofía empiece a atrapar la realidad en conceptos, antes de que fuera ordenada a través de esquemas y clasificaciones, como hizo Aristóteles. El oído de Heródoto se movió dentro del aluvión de datos y sucesos históricos que provenían de las personas, en ese tiempo únicas depositarias de la memoria. Como un buen reportero, antepuso el rostro de la persona, sentándose a escucharla y distinguiendo hábitos culturales con la autoridad que le daba el poder comparar y examinar. Sirva esta afirmación de la centralidad de las personas por encima de las culturas en las que viven para abordar el siguiente problema, el del culturalismo.

El culturalismo

La dificultad de relativizar las culturas es que, al mismo tiempo, estas piden adhesión, dado su carácter comunitario. Y, no solamente adhesión, sino que pertenecer a una comunidad cultural es un bien primario y un derecho. ¿Cómo relativizo algo a lo que debo adherirme y que además es un bien? Aquí reside una de las funciones del arte, su capacidad para producir extrañamiento ante lo que nos es familiar. Don Quijote ve gigantes en vez de molinos en una es-

trategia de extrañamiento hacia el poder de quien detentaba los molinos y la riqueza que producían.

Para los antropólogos culturales, la cultura opera como una síntesis de varias cosas y reposa en una estructura interna, estable, inconsciente, a la que llamaríamos *mentalidad cultural*. Es como el hilo invisible que sostiene las perlas de un collar: no lo vemos, pero sin él se esparcirían por el suelo. Pero también sobre formas externas, volátiles y periféricas, como lo afirman los culturalistas (Boas, Mead, Benedict) que se interesaron en cómo la cultura estructura nuestros comportamientos. A través de la familia, de los espacios de aprendizaje, del ritual...,¹⁵ vienen a decirnos que ningún comportamiento es natural: todo es cultura para ellos.

Entonces, ¿todo es cultura?

Fijémonos en el hambre. Cuando se tiene hambre, lo natural es que la boca vaya hacia el alimento, yendo a buscarlo con la ayuda de las manos, y no al revés como nos han enseñado: el tenedor civilizadamente pincha la comida del plato y la lleva hacia la boca, que, pacientemente, espera a que llegue el alimento. ¿Quiere decir esto que ante el hambre siempre responderemos culturalmente, ayudándonos de tenedor y cuchillo? No lo creo. La crítica a los culturalistas es que reconocen que la cultura es algo relativo, variable (al depender de fuerzas externas, por ejemplo, el contacto con otra cultura) y, paradójicamente, al mismo tiempo nos determina, lo cual es criticable.

De nuevo me gustaría afirmar que las que están en contacto unas con otras son las personas, no las culturas: per-

sonas con sus mochilas personales, entre las cuales está la cultura. Creo que, desde esta perspectiva, los márgenes se amplían. Ahora que hablé de hambre y tenedores, me acordé de la famosa cita de Marx en los *Grundrisse*:¹⁶

El hambre es hambre, pero el hambre que se satisface con tenedor y cuchillo es un hambre distinta de la que se satisface con carne cruda y utilizando las manos, las uñas y los dientes. La producción produce pues, no solo el objeto de consumo, sino también el modo de consumirlo.

Lo que nos está diciendo Marx es que las necesidades son al mismo tiempo biológicas e históricas. El hombre es lo que come (*Feuerbach*), pero también es la manera en que come. Toda la cultura occidental se ha construido en una doble ciudadanía: la de la naturaleza y la de la cultura. La primera anida en la realidad y la segunda, en el reino de las posibilidades. Esta es la herencia que hemos recibido de la Ilustración. Algunos antropólogos actuales como Philippe Descola a esta separación de naturaleza y cultura la llaman *naturalismo*. Este antropólogo francés, discípulo de Lévi-Strauss, se internó en el Amazonas y convivió con el pueblo indígena de los *achuar* y vio que las relaciones que establecían eran otras: no distinguían entre humanos y no humanos. De ahí nace una cosmología que integra dioses, espíritus, ancestros, plantas y animales, ríos y montañas. La pregunta que lanza Descola con sus investigaciones es si podemos inspirarnos en estos grupos humanos no modernos para considerar otra forma de concebir y de poner en obra un

vivir conjunto más receptivo para lo no humano. Todo un desafío para nuestra cultura occidental y al que algunos artistas no son ajenos.¹⁷

Del culturalismo al multiculturalismo

El problema de la convivencia entre diferentes culturas es el problema del otro. Del nosotros y ellos. En la sociedad norteamericana, allá por los sesenta, empezaron a estudiar el verdadero mosaico de grupos étnicos que conformaba su sociedad. Subgrupos sociales basados en la raza, la religión y los orígenes nacionales: negros, protestantes, católicos, judíos... Era el famoso *melting pot*. La mescolanza, en español. Y es entonces cuando nace el concepto de *aculturación*, aunque en realidad es algo muy antiguo, pues la historia de Occidente es la historia de su aculturización,¹⁸ es decir, de la asimilación de una cultura extranjera. Un profesor de lengua lo observa bien en sus alumnos que van aprendiendo la lengua del lugar por inmersión. Es casi imposible enseñar una lengua sin acompañarla de los hábitos y usos del lugar, de su cultura.

Este proceso, del que la historia está llena de ejemplos, no está exento de brusquedades y violencias. Ya que comporta cambios en los modelos de percepción y de comportamientos originarios de uno o de los dos grupos en contacto, incluso cuando la cultura que asimila «al otro» (el extranjero, el inmigrante, el indígena) pareciera que está más avanzada o que ofrece muchos atractivos. Cuando los Estados Unidos invaden algún país, siempre usan la ex-

clusa de exportar sus valores y cultura democrática, supuestamente más civilizados. Así, el grupo o la etnia es asimilada a través de la aculturación por la civilización supuestamente más desarrollada, aunque la cultura no sea lo definitorio y lo que importe no sea la mayor o menor envergadura de su cultura y su civilización, sino las posibilidades de uso de la fuerza que tienen y los intereses ocultos que hay detrás. En otras palabras, se impone no la cultura más valiosa, sino quien más fuerte puede golpear. Veamos estas relaciones de fuerza entre culturas dominantes y dominadas, y los procesos de separación que se producen.

La desculturización y otros términos culturales

En el interior de una sociedad, si este proceso viene acompañado de la pérdida de la cultura original, se le llama *desculturización*. Puede ser pérdida o transformación, e ir acompañado de tensiones, lamentos por la pérdida y muchas veces de conflictos en el seno de las comunidades afectadas. Es una transformación entre dos grupos, el dominante y el dominado. Esta son sus variantes:

a) La *aculturización* puede tener una dimensión unidimensional: la cultura del país receptor se asume sin más, se asimila, y la cultura del dominado se reduce, como mucho, al ámbito privado. A esto, desde el punto de vista del dominado, sea inmigrante, sea el indígena, se le llama *asimilación*. En resumen: la cultura de la sociedad de destino fagocita a la otra.

b) Cuando el inmigrante decide seguir con sus prácticas culturales y, ade-

más, participar en las de la sociedad de acogida, estaríamos hablando de *integración*. Se vuelve un ser bicultural; sin embargo, el problema está en que ambas culturas son independientes y no llegan siempre a interactuar.

c) Y, cuando el inmigrante valoriza su cultura y rechaza la de acogida o dominante, estamos hablando de *separación*. Esta separación operada desde el punto de vista del dominador se llama *segregación*, pues rechaza la cultura que llega con el inmigrante.

d) Cuando el interés o la posibilidad de mantener la cultura de origen y participar en la de acogida es pequeño, hablamos de *marginación*, y sus lugares son los *guetos*. Cuando la realiza el dominador, estaríamos hablando de *exclusión*.

Canadá, país con una larga tradición de acogida, fue el primer país que trabajó en este proceso dándose cuenta de que la aculturación se podía tratar de una forma diferente. Canadá empezó a definirse como una sociedad plural, una comunidad bilingüe y multicultural.¹⁹ Con esta declaración, lo que se expresaba era la necesidad de preservar distintas culturas en su seno. Para ello, se necesita que tanto la cultura dominante como la dominada se ajusten mutuamente. Porque poniendo el ejemplo de las ciudades, los lugares donde más se ven estos procesos, la pregunta es: ¿cuánta diversidad es capaz de albergar y gestionar una ciudad?

La tendencia del arte a fusionar frente a la separación cultural

Pues yo creo que la ciudad es capaz de albergar y gestionar mucha diversidad si lo que se trabaja es una mira-

da apasionada hacia esta pluralidad y complejidad. La democracia es complejidad, si la entendemos como el gobierno por discusión²⁰ y no la juzgamos únicamente por las instituciones que genera. Y mucho más si afirmamos la centralidad del arte en una ciudad, pues la especialidad del artista es interrogar al otro para entenderse mejor y controvertirse. Tradicionalmente, el arte proporcionaba una visión universal al ser humano y su cultura, pero, hoy en día, en un mundo dominado por la diversidad de experiencias culturales, la función del arte corre el riesgo de convertirse en otra versión cultural más. Perdiendo su capacidad desafiante y crítica, se convierte en algo marginal, sufriendo los mismos procesos culturales: separación de la sociedad, el gueto, la marginación...

El arte es impuro y mestizo, es mescolanza, es una filigrana de encuentros; el arte es promiscuo y bastardo. Para el arte, las identidades no son ni completas ni definitivas. En literatura, los ejemplos son muy claros; y algunos, como *El diván de Oriente y Occidente* de Goethe, pionero en fusionar las culturas de Oriente y Occidente, son Patrimonio Mundial de la Humanidad. En España tenemos una gran tradición de obras que beben de distintas fuentes culturales: desde la arabidad latente en *El libro del Buen Amor*, que también encontramos en *El Quijote* o en la poesía de San Juan de la Cruz, hasta la deuda con la cultura griega de *El conde Lucanor* (a través de Esopo) junto a su tradición escolástica y árabe. La literatura y el arte buscan, pues, trasvases, ósmosis, y se alejan de la identidad concebida como un molde cerrado.²¹

Hasta aquí nos hemos puesto en disposición de hacer crítica cultural cuando vemos que la cultura se aleja de la diversidad, separa o incluso se acerca a una forma de racismo muy sutil disfrazado de hábito cultural.

Hemos visto que las culturas, al ser formas de comportamiento, permiten ser comparadas, y una de las vías donde llegan a seducirse, se friccionan y se infectan mutuamente, enriqueciéndose, es el arte. Pero hay una tarea tan importante o más que es cotejarlas con la modernidad y ese orden social institucionalizado²² que es el capitalismo. Y la dificultad no sólo estriba en criticarlo culturalmente y desarrollar una teoría crítica, sino en encontrar alternativas con valores y fundamento. Alternativas que pasan por sacar a la cultura de su encierro en el marco de la producción de mercancías y también por reconocer que los discursos críticos no bastan, pues este orden social es capaz de absorber sus propias con-

tradiciones. El último refugio posible parece ser el halo de la obra artística, capaz ella de actuar como resistencia a la razón instrumental.²³

El carácter mercantil de la cultura y el arte

Fue Walter Benjamin quien, al calor de Marx, empezó a estudiar que el destino de la cultura, ya en el siglo XIX, no era otro que su carácter mercantil. Hasta entonces, la obra de arte vivía de una serie de conceptos heredados como el misterio, la creación y la genialidad. Basta leer a Kant en su *Crítica del Juicio*, para entender esta visión del artista como un genio creador cuyo

producto es el arte.²⁴ Es una idea que todavía perdura, y la encontramos, por ejemplo, en algunas colecciones que se venden como «grandes genios de la música», o la pintura, o cualesquiera de las bellas artes. Benjamin se interesó particularmente en la reproducibilidad de las obras de arte. No es que la reproducibilidad fuera algo nuevo: ya los griegos fundían y acuñaban monedas, o la misma litografía del siglo XIX es una técnica de reproducción. Lo que Benjamin supo ver es que esa reproducibilidad privaba a la obra de arte de su autenticidad, lo llamaba su «aquí y ahora», al estar necesitado de una presencia física. Benjamin trabajó el concepto de *aura*²⁵ en la obra de arte. La definió como «la manifestación irreplicable de una lejanía», es decir, ante algo cercano nos aparece una lejanía, es el aura. Lo contrario, sigue explicando Benjamin, es la huella.²⁶ En la huella se nos muestra una cercanía de algo que ya no está, que ha pasado. A través de la huella nos apoderamos de la cosa. Ocurre al contrario con el aura: es ella la que se apodera de nosotros. Pues bien, en vez de estar ante una presencia irreplicable necesitada de un aquí y ahora, el aura se diluye al reproducirse masivamente. Y al reproducirse en copias, al saltarnos el contacto directo, al desproveerla de su aura, el arte se nos aparece como algo cotidiano, sin posibilidad de raptó estético, o de incomodarnos críticamente.

El consumo mutila las cualidades de la belleza

El hallazgo de Benjamin es haber notado la importancia de que la mercancía sea presentada para que pueda ser vista

y deseada, como en un escaparate, y al desear se esfuma toda la distancia: se desea y se pierde la delicada atención existente en la distancia, se desea y se domina; hay que tocar, mancharse, y ya no hay lugar para la adoración. En otras palabras, el consumo mutila las cualidades de la belleza. Para Simone Weil, lo bello era aquello que deseamos sin querer comérselo, sin consumirlo,²⁷ con el añadido de que, bajo el capitalismo, la obra artística ya no se crea para un consumidor con rostro. No existe esa relación entre un mecenas (la iglesia, la realeza...) donde existe un lazo entre el artista y quien encarga la obra. Ahora el artista produce para un destinatario de la obra que es un consumidor cuyo rostro desconoce. Basta pensar en las obras expuestas en un museo. El artista desconoce quién irá a visitarlas y ninguno de quien visita las obras está allí para comprarla. Digamos que produce de una forma abstracta y para un rostro que le es invisible: produce para las masas. Y esta es también una de las grandes cualidades del capitalismo que afecta tanto a la cultura como al arte: la disolución de los lazos personales.

Alta cultura y la inversión producida en la cultura de masas

Después, todavía sobre las brasas de la Segunda Guerra Mundial, Theodor W. Adorno y Max Horkheimer proponen una aproximación más pesimista de la cultura de masas, trabajando el término *industrias culturales* y distinguiendo entre público y masa. El público sería quien se enriquecería espiritualmente

al apropiarse de los bienes culturales, mientras que la masa es un consumidor pasivo. Es lo que entendemos por la cultura de masas. Por oposición, la alta cultura, explicada gráficamente, es como un recipiente que almacena una serie de obras de arte estimadas, imprescindibles, que, de una forma vertical, de arriba abajo, cumplen la tarea de elevar el nivel cultural de la población. Sería como un cedazo que deja filtrar esos libros, cuadros, sinfonías, prácticas sociales que caen sobre los individuos con la intención de cultivarlos. La obra *Pigmalión* de Bernard Shaw es un ejemplo de su funcionamiento; en ella una florista de clase baja es educada para perfeccionar su acento y conversación en determinadas situaciones sociales recibiendo «alta cultura».

Si nos remitimos a los siglos XVIII y XIX, los artistas producían arte y alimentaban la alta cultura porque así se ganaban la vida. Eran una minoría que trabajaba para una mayoría. Y esta mayoría debía formar su gusto y desarrollar su sensibilidad estética. La persona era considerada —y esto es un remanente kantiano— como un recipiente que hay que llenar de arte, belleza y cultura. Se parece al *efecto derrame* (*trickle down*) en Economía, que falsamente teoriza que, si bajamos los impuestos a los ricos, se generará más riqueza y esta actuará como una copa que rebosa y moja también a los más pobres en forma de beneficios. El papa Francisco ya lo refutó en la *Evangelii Gaudium* (n. 54). La cultura de masas sería, según Adorno y Horkheimer, el resultado de un proceso de vulgarización de la alta cultura. Fue Bertolt Brecht quien mejor enunció el problema de la cultura de masas:

La sociedad está en constante evolución, por la simple razón de que produce contradicciones. La distracción bien puede formar parte de la subsistencia, pero al mismo tiempo puede ponerla en peligro por su forma específica. Para vivir puedo necesitar la droga y al mismo tiempo poner en peligro mi vida debido a ella. Las circunstancias a lo mejor me obligan a pedir al arte que dé carácter narcótico a sus creaciones, y a lo mejor tengo que pedirle, al mismo tiempo, que participe en la eliminación de esas circunstancias. De este modo los artistas reciben un mandato contradictorio, y no sólo ellos, incluso la industria percibe ese mandato, porque proviene de víctimas que también son clientes. Aquí hay una oportunidad para los artistas que tienen que ver con el cine, una pequeña oportunidad, pero no la única. No deben especular sobre cuánto arte está dispuesto a admitir el público. Tienen que descubrir con qué mínimo de anestesia está dispuesto a pasarse el público en su diversión. Este mínimo será aquel máximo.²⁸

Valor de uso, valor de cambio y fetichismo de la mercancía

Benjamin reanimó así el concepto de *fetichismo de la mercancía* de Marx, que aparece en *El Capital*. El sabio de Tréveris supo ver la relación entre trabajo y arte a través de su fuerza creadora común, y vio, junto a Engels, la alienación o extrañamiento del trabajador con respecto al producto de su trabajo. En el acto mismo de la producción se producía el secreto de la alienación:²⁹ el trabajo que ejecuto, al ser de otro, ya no me pertenece. Se exterioriza y

ya no lo vivo como una realidad de mi ser. También es de sobra conocido que el valor de uso de un objeto reside «en el cuerpo de la mercancía», como explica Marx, y cubre una necesidad (como la cubre el teclado con el que escribo este texto). Espejismo, fantasmagoría o engaño es ya la propia mercancía, donde el valor de cambio tapa su valor de uso. Adorno le encontraba una especie de valor de uso a la obra de arte en la imitación que hacía del placer sensual:³⁰ era el goce estético. Así lo explica:

El momento de placer que ofrece la obra de arte, una protesta contra el universal carácter de mediación de las mercancías, tiene también un cierto carácter de mediación: quien desaparece en la obra de arte queda así dispensado de la miseria de una vida siempre demasiado mezquina.³¹

El valor de cambio es la expresión de trabajo abstracto que contiene la mercancía, gracias al cual podrá ser vendida en el mercado. Digamos que su valor de cambio no viene determinado tanto por las propiedades naturales o creadas del objeto, sino por las relaciones sociales que se plasman en ellas. A pesar de su análisis economicista de la sociedad, Marx encontró en la estética y en el arte un refugio ante la mutilación de lo humano por culpa del trabajo.³² Pues si la persona es actividad creadora, no puede dejar de estetizar el mundo, de vivirlo artísticamente. Y su discípulo Adorno no dejó de ver nunca que en la obra de arte se encontraba un deseo latente de producir un mundo mejor, siendo este su valor de uso.³³

La autonomía de la obra de arte

En una sociedad capitalista, la obra de arte es productiva cuando encuentra un mercado que la distribuya y compre. Ya no tenemos a la Iglesia o a príncipes que encarguen obras al artista, y, como su valor de cambio solamente se puede establecer gracias a una categoría tan subjetiva llamada *precio*, el artista queda atrapado por los dictámenes del mercado y quien lo controla. El creador ya no espera que alguien se arrodille ante su obra (al cumplir el encargo de una Iglesia) y menos que le encarguen una obra para proteger de algún mal o algún peligro (carácter mágico o animista de la obra de arte). La gran novedad es que, al desaparecer estos mecenazgos (Iglesia, realeza, aristocracia), al constituirse un mercado que los sustituye, el artista depende menos de los caprichos de una persona. Gana en autonomía porque no tiene que rendir demasiadas cuentas a nadie, salvo al mercado artístico, y es este quien posibilita que nazcan los profesionales del arte. Y, aunque el número de ventas en el mercado es importante, no toda la legitimación de su obra viene de esas ventas. Existe también una forma de legitimar la obra a través de lo estético o de consagrarla intelectualmente. La prueba es que muchas obras poco vendidas siguen entrando en el canon artístico.

El precio y los nuevos «valores artísticos»

Aunque también es cierto que ahora lo que ocurre es que, ante la obra artística, si la encontramos interesante, preguntamos cuánto cuesta. Como

bien dice Boris Groys,³⁴ el precio inmuniza al arte del gusto del público. Muchas obras se libran de ser tiradas a la basura en algunos museos por el precio,³⁵ es decir, por su valor financiero. Afortunadamente, en la obra de arte hay siempre algo que funciona más allá de las leyes del mercado, ya que su otro valor actual es el del acontecimiento: la obra de arte es tanto más valiosa cuanto mayor es su capacidad de convocatoria. Lo hemos visto en las exposiciones que batan récords de visitas y a las que la gente acude masivamente para decir que se ha estado allí. Y el tercer valor es el moral: hasta qué punto es edificante su consumo. Como si el arte no fuera también antiarte y fuera incapaz de destruir una idea de belleza idealizada y totalizante. Un cierto valor moral que huye de lo feo y lo disonante que, guste o no, también contiene la realidad.³⁶ Es lo que hacen Beckett, Joyce, Kafka con sus obras. Estos son los tres grandes valores en los que se mueve la obra de arte hoy: el valor financiero (cuánto cuesta), el valor de acontecimiento (a cuánta gente es capaz de congregar) y el valor moral (hasta qué punto es edificante).³⁷

Capitalismo cultural (y de vigilancia)

El capitalismo ha ido sufriendo numerosas mutaciones a lo largo de la historia y esa es una de sus cualidades, la facilidad de adaptación. La otra es su capacidad como sistema social que va más allá de lo económico para absorber y transformar actitudes críticas nacidas del arte como espacio de resistencia; domesticándolas a través de objetos

y formas convertidas en mercancías. También en el s. XXI, pues pasa de tener una matriz industrial a desplazarse cada vez más hacia la producción de bienes simbólicos y culturales. Y la economía hace lo mismo; repitémoslo: pone su mirada en una esfera que históricamente había estado separada, la cultura. Además, estamos ante otro problema fruto del inmenso poder de las grandes empresas digitales (Google, Meta, Twitter, etc.) que están consiguiendo que la conducta humana sea materia para el comercio en forma de datos. Pensamos que estamos usando Google, pero en realidad es Google quien nos usa al recabar tanta información sobre nosotros y nuestros comportamientos que, tratados en forma de datos, se convierten en una mercancía ficticia más.³⁸

De compradores-vendedores a suministradores-usuarios

Existen tres esferas diferenciadas y que interactúan entre sí, como tres patas que sujetan una mesa: la social (incluye economía, tecnología y trabajo), la política y la cultural. La regla básica de la economía es la optimización de los recursos. La participación lo es de la política. Y en la cultural lo que prima es, ya lo hemos mencionado, el simbolismo y el desarrollo y realización de la persona.³⁹ Jeremy Rifkin habla en *La era del acceso* que los valores de las esferas política y cultural, al ser arrastrados por la esfera económica, se han mercantilizado; y en un mundo que idolatra la velocidad, sometidos al poder del instante real, frente a un tipo de vida construido sobre el reconocimiento de la duración, la pro-

riedad resulta lenta como institución. Antes, los negocios se hacían cara a cara, negociando y firmando contratos de compraventa, y todo esto llevaba su tiempo. En cambio, ahora la relación comprador-vendedor ha sido sustituida por la de suministrador-usuario. El alquiler, el *leasing*, la suscripción (el ejemplo de las plataformas digitales como *Netflix*) proveen inmediatez a través de la red; y la inmediatez, el nanosegundo, va reemplazando al mercado tradicional:

Pasamos de un régimen de propiedad de bienes, que se apoyaba en la idea de la propiedad ampliamente distribuida, hacia un régimen de acceso, que se sustenta en garantizar el uso limitado y a corto plazo de los bienes controlados por redes de proveedores.⁴⁰

Si lo que prima es la supervivencia económica y la rapidez en el intercambio, ¿de dónde sacaremos el tiempo para la contemplación, necesaria en el arte y la experiencia estética?

El capital intelectual, nueva fuerza motriz

Hoy en día, «el capital intelectual es la fuerza motriz de la nueva era y lo más codiciado». Lo entendemos bien al estudiar el lenguaje laboral de las ofertas de trabajo. Desde el s. XIX hasta los años 60 del s. XX, el lenguaje es homogéneo, un aburrido universo literario basado en el *saber hacer* («se necesita trabajador que sepa soldar...») donde lo que contaba era la habilidad, la destreza, frente al actual «se busca trabajador creativo dispuesto a innovar y con espíritu de empresa». El cambio se

da en una especie de revolución afectiva y cultural. La afirmación de Joseph Beuys de que «todo ser humano es un artista» —un posicionamiento estético hermoso, pero imposible de realizar—, se metamorfosea en «todo ser humano es un empresario de sí mismo». Expresiones como *talante creativo* reflejan el lenguaje que anuda *marketing* creativo e innovación artística. El mercado laboral nos quiere creativos y felices, y así ya no hay alienación posible al trabajar. Es la *happycracia*⁴¹ donde se trata de considerar la infelicidad como un estado psicológico y no el resultado de una estructura injusta que se puede gestionar mediante la voluntad.

El diseño del yo

Donde antes se intentaba diseñar «estéticamente» el alma ante Dios, mediante ejercicios espirituales y con la ayuda de un arte espiritual, ahora lo que cuenta es cómo deseamos presentarnos ante los demás. Es el puro diseño del yo, ya que se nos pregunta constantemente qué forma queremos darnos a nosotros mismos.⁴² En otras palabras, la búsqueda hedonista de la felicidad como horizonte político frente a la búsqueda de la justicia.⁴³ Ya no hay problemas estructurales, sino deficiencias psicológicas individuales, problemas de aspecto subsanables con la cirugía estética, los libros de autoayuda, la espiritualidad relajante que no compromete a nada, toda una mercadotecnia del cuidado del yo. El yo se convierte en un problema estético y la economía neoliberal se viste con los ropajes del arte y la cultura para esconder sus vergüenzas. El disfraz elegido se llama *capitalismo cultural*.

Las nuevas ciudades creativas, espacios del capitalismo cultural

Todo contenido necesita un contenedor o, como decía Henri Lefebvre, «no hay relación social sin soporte». ⁴⁴ Y este contenedor son las «ciudades creativas» tan bien vistas por los políticos en una «amalgama de *hardware*, *software*, educación y estética». ⁴⁵ La *creatividad* es el nuevo maná y los procesos son más importantes que las dinámicas organizativas. Una institución es, básicamente, organización, y un proceso es lo que un artista lleva a cabo desde el origen hasta el resultado final de su obra. Los procesos son inciertos, llenos de búsqueda y experimentación. Genet se burlaba de las creaciones artísticas que tenían planificado el punto de partida y el de llegada; le parecía que eso tenía que ver más con el trayecto de un autobús que no con el arte.

El trabajo en democracia consiste en facilitar equipamientos culturales e instituciones que alberguen procesos artísticos sin llegar a ahogar el espíritu creativo que conllevan. Es un reto para las instituciones culturales rebajar su autoridad y aligerar sus mecanismos burocráticos para poder facilitar que ese espíritu no muera en los despachos y sus procedimientos.

a) Los terceros lugares culturales

De esta idea de hospedar procesos nacen los «terceros lugares culturales»: las cooperativas, los espacios autogestionados, el *coworking*, los *fablab*... Son los herederos de los espacios contraculturales de los años 60 y 70, y tienen una vocación regenerativa.

Sobre las ruinas del declive industrial surgen estos brotes verdes culturales que actúan como regeneradores de espacios muchas veces abandonados. En su interior, en un intento de dotar a los equipamientos con diferentes respiraciones, se ofertan salas de exposiciones interactivas, cafeterías del conocimiento, talleres, salas de creatividad y salas de prueba para dispositivos digitales. Algunos ejemplos son el Medialab Prado en Madrid (España), Cap Sciences (Burdeos, Francia) o Quai des Savoirs (Toulouse, Francia).

Al contrario de la idea de difusión de la cultura y la política del conocimiento hacia el «público en general», en estos lugares todo está diseñado para que los visitantes puedan construir de manera activa y ascendente nuevos conocimientos, cultura o dispositivos creativos. Es la idea de *democracia cultural* que ocupará el apartado final de este cuaderno. La existencia de estos espacios peligran, a pesar de su reconocimiento internacional, ⁴⁶ porque suponen un alejamiento de la idea elitista de cultura y promueven más el aprendizaje colectivo basado en el *hacer*.

El riesgo es que la cultura y la estética que estos espacios impregnan en los barrios atraen a las élites e inmobiliarias, y terminan desplazando a los propios artistas y la población que allí vivía. Una población formada por clase trabajadora a la que se aleja de este modo de sus espacios de memoria, allí donde se dieron sus relaciones sociales más importantes. Esta dinámica acaba propiciando un modelo urbano que intenta facilitarle la vida a las «clases creativas» que son las que hoy sostienen el progreso en una sociedad cada vez más digital.

b) La gentrificación, una barrera democrática

El mercado termina ocupando su «fama artística», la coloniza, cortándole las alas a la posible democracia cultural y los barrios se convierten en destinos de consumo cultural. Es lo que George Yúdice llama «la cultura como recurso» o «la conveniencia de la cultura»⁴⁷ en forma de «gentrificación». Eso sí, siempre aparece el lenguaje eufemístico al rescate para construir narrativas exitosas y denominar entonces *renacimiento urbano* a lo que es una expulsión poblacional en toda regla. Entonces se genera una supuesta «autenticidad»⁴⁸ que se adecua al visitante para que sienta una experiencia individual al pasear por ellos y pueda consumir sus variadas ofertas.⁴⁹ Un ejemplo famoso es el barrio de Shoreditch en Londres, donde se cumple lo que señalaba David Harvey:

Si bien la singularidad y la particularidad son cruciales para la definición de cualidades especiales, el requisito de comerciabilidad significa que ningún artículo puede ser tan único o tan especial como para estar completamente fuera del cálculo monetario.⁵⁰

Singularidad y particularidad, dos cualidades de la obra de arte, domesticadas por el cálculo monetario. Los barrios se *gentrifican* y sus habitantes supuestamente más creativos, las y los artistas, tienen dificultades para encontrar espacios de trabajo y pagarse el alquiler, por no hablar de la expulsión de las clases más desfavorecidas hacia la periferia. Si queremos que haya encuentros entre los artistas y los sectores

más desfavorecidos y que se produzca experimentación social, cultural y artística, necesitamos revertir estas tendencias en políticas urbanas y que los equipamientos culturales cambien su relación con la comunidad. Se ha visto durante la pandemia: sin el turismo y con la sola posibilidad de afluencia del vecindario, algunos equipamientos languidecían. Y así, la figura del artista, ese ser que ordena significados y valores a través del lenguaje, capaz de definirse libremente a sí mismo a través de su obra, mostrando sensibilidades, imperfecciones, contradicciones y conflictos, acaba desdibujándose. Pierde su condición crítica al transferir sus valores a la economía que lo formatea en consumidor. Entonces la creatividad, el arte y la estética, que satisfacen una necesidad humana y cumplen una función, se evaporan en pos de la capacidad de producir beneficio.

La cultura como un lastre para la economía

Si *googleamos* la palabra *cultura* junto al nombre de los principales partidos españoles para valorar el lugar de la cultura y el arte en sus programas, nos encontramos con una propuesta muy clara que hay que rebatir: para la derecha⁵¹ la cultura es vista como un lastre, pero podría dejar de serlo si se aplica a activar la economía. Detrás de esta idea subyace una percepción muy extendida de que la cultura y el arte viven exclusivamente de subvenciones (el lastre) y que, por tanto, para subsanarlo, hay que potenciar su dinamismo empresarial. Un sector –el propio PP da los datos– que aporta un 3,2% del PIB y es una cantera de empleo que

ocupa a 700.000 personas. Este es un argumento eficaz y popular, incluso los mismos artistas lo esgrimen cuando intentan explicar a la sociedad los beneficios lentos y siempre difíciles de evaluar del impacto de la cultura. El problema es que cuando la cultura se valora o se deja exclusivamente en manos de la rentabilidad económica pasan dos cosas: pierde su alma y deja de llegar a las capas más desfavorecidas.

Un ejemplo de ello es la utilización del *branding* (marca) cultural. El PP afirma en su web: «La cultura es una cuestión de Estado, es Marca España».⁵² Merece la pena detenerse un poco en la idea de marca asociada a la cultura. El país-marca, es decir, el país visto como una empresa cultural que debe integrarse en la economía, al tiempo que propone una nueva forma de estar en el mundo. Pareciera que los Estados claudicaran ante quienes detentan el poder, las grandes empresas, e intentarían emularlas. Los Estados se convierten en marcas y ya no hacen falta políticos al frente, solamente buenos gestores, porque, una vez que se ha dimitido de la política, ya sólo queda adoptar estrategias empresariales y las marcas son quienes significan estas estrategias. Siguiendo el hilo argumental, la publicidad se convierte en el vehículo de transmisión de la marca al mundo. Es un vivo ejemplo cultural de mercantilización: allí donde debería existir conflicto y deliberación, se sustituye por la eficiencia. A la cultura y al arte, proveedores de valores de cohesión social, se les exige productividad. Y la comunidad política se diluye en una mera marca cultural. Así la Marca España competiría con otras marcas culturales igual que las empresas com-

pitén entre sí con el objetivo de maximizar beneficios. Como toda marca, está ligada a una producción, una industria y, en el caso de la cultura, es un rasgo más de ese capitalismo cultural del que venimos hablando.

La cultura y el arte vistos como un lujo

Quisiera cerrar este capítulo hablando del lujo. Una de las reivindicaciones que realizan los profesionales del mundo de la cultura en el campo artístico es intentar desligarla del lujo, sumarla al bien común y verla como una necesidad. Y creo que hay mucho de esto en la pregunta de mi querido Xavi Casanovas que planteé en la introducción de este cuaderno y en la que constatábamos que en la búsqueda de la justicia hay siempre un cierto ascetismo y el lujo es su opuesto. Ciertamente, el arte tiene una puerta de fácil acceso al lujo que lo acerca al hedonismo. Pienso en la calavera en platino incrustada con 8.601 diamantes cortados y pulidos, del artista inglés Damien Hirst. La ocurrencia tuvo un coste de producción de 20 millones de euros⁵³ y su precio de venta fue de 72 millones de euros. Para redondear la operación artística, el título es *For the love of God* ('Por el amor de Dios'). No tengo ni idea de en qué Dios estaría pensando Hirst, pero, si hay algo que Dios aborrece y maldice, es precisamente el lujo.

La misma Iglesia, sin embargo, ha acercado el arte al lujo en demasiadas ocasiones cuando ha convertido la cruz de Cristo en un objeto de diseño cubierto de oro o ha decorado ciertas iglesias en boato y ostentación. ¿Cómo

alejarse, por tanto, al arte y la cultura del lujo?

Lacordaire escribió un texto en París, en 1851, donde habla de la «antisocialidad del lujo»⁵⁴ y cita claramente que las necesidades creadas por la vanidad no tienen límites. Para él, la medida serían las necesidades del cuerpo, lo físicamente necesario, hablándonos de una frugalidad necesaria. Pero hay también quien, lejos de tratar al lujo como una cuestión moral y reprobarlo por voluptuoso o desmedido, lo considera como sinónimo de productividad y progreso material. Por ejemplo, fue Hume quien ayudó a blanquearlo dotándolo de virtudes durante la Ilustración. Lujo es para Hume «un refinamiento estudiado en la solicitud de los placeres sensuales». Y como el ser humano es invención y creatividad, el lujo es un acicate que la fomenta, es motor de sociabilidad. Decía el filósofo escocés que «es preciso gobernar a los hombres por otras pasiones, despertar en ellos el deseo de riqueza y de la industria, del arte y del lujo».⁵⁵

Esto afecta no solamente al arte, sino también a la cultura. La cultura crea también expectativas financieras a base de regalos, días festivos que celebrar, dotes, ceremonias, etc. Por ejemplo, es bastante frecuente en los colegios estigmatizar a algunas familias de otras culturas porque nunca participan en la vida del centro. La confusión está en que es una cuestión cultural, al no querer integrarse en las costumbres locales. Pero, en realidad, muchas veces se trata de una cuestión económica. Para quien no llega a fin de mes, la cultura y el arte siguen pareciendo un lujo, un refinamiento innecesario. No quiero extenderme más en esta idea tan volteriana de «lo superfluo es muy necesario» incrustada en la génesis de nuestra modernidad, abordada en otro cuaderno de esta casa.⁵⁶ Como la pobreza material se considera el peor de los males, su cultura asociada también lo será. Y la cultura de las clases más desfavorecidas parece que debe sustituirse por la de las clases dominantes y su apología del lujo.

Abrimos ahora este último apartado del cuaderno para entrar en un tono más de indagación sobre las propiedades del arte y su contribución al binomio *cultura* y *democracia* que da título a nuestro cuaderno.

Los orígenes de la democratización cultural

Uno de los ministros más influyentes que ha tenido Europa en materia de cultura fue André Malraux, novelista y miembro del gabinete de Charles de Gaulle en Francia. Malraux lanzó un discurso de descentralización desde la ciudad de Grenoble. Su idea era que todo lo que pasara de esencial en París, debía pasar también en Grenoble, una idea descentralizadora que todavía tiene ecos en la actualidad.⁵⁷ Así nació la *democratización cultural* que en el país vecino tiene sus orígenes en Condorcet y su informe sobre la organización general de la instrucción pública,⁵⁸ génesis de la educación

popular. La democratización cultural buscaba incidir en la desigualdad del reparto cultural, y gracias a esta nacieron las «acciones culturales» que sirven de puente entre el ciudadano y el arte.

La mediación cultural

Lo que se estaba trabajando entonces era el paso de la cultura como una simple «invitación» para que se redujeran las desigualdades económicas y territoriales a un proyecto de «iniciación». Se trataba de «mediar culturalmente» con la población y de educar a través de la cultura para sobrepasar las barreras simbólicas existentes. Ello supuso poner en marcha toda una serie de políticas activas que se concretaron

en los años sesenta en la creación de equipamientos culturales a lo largo del territorio francés, cada uno con una misión, algo que todavía perdura en la actualidad. De fondo estaba latente la universalidad del arte y la creencia de que el contacto con la obra artística crea lazos simbólicos y una sensibilidad entre las personas, una idea moderna e ilustrada que ayudaba en la emancipación de las personas. En otras palabras, se trataba de crear sociedades orientadas hacia el progreso, ideal de la modernidad, y hacerlo a través de fortalecer un sistema de trabajo con la cultura consistente en elevar el nivel de la población ofreciéndole lo mejor de la creación artística.

Crítica a la democratización cultural

La crítica que se le hizo a Malraux es si en su intento de inventar una política cultural quiso hacer de la cultura algo «disponible» y no tanto «accesible». ⁵⁹ Los postulados teóricos de la democratización cultural los pone en entredicho el Mayo del 68 cuando la revolución ya no es tanto una cuestión de acumulación de fuerzas políticas, sino de sensibilidad. Así se constató en la reunión intergubernamental de políticas europeas Eurocult de 1972 en Helsinki (a la que se añadió Canadá) y donde se trataron temas de democratización cultural, de las relaciones entre desarrollo cultural, económico y democracia cultural, entre otros. Se deja atrás la idea de formar hombres y mujeres incidiendo en ellos desde el exterior a partir de una herencia cultural o una «cultura de élite». Ya no es un territorio para conquistar, a base de adquirir conocimientos a través de la obra de arte, «sino

una forma de comportamiento con uno mismo y sus semejantes, con la naturaleza; ya no es solamente un campo que conviene democratizar, sino que ella misma llega a ser una democracia que hay que poner en marcha». ⁶⁰

Una ciudadanía activa y participativa para que se convierta en jugadores que juegan a un juego cuyas reglas comprenden y, por tanto, tienen capacidad para cambiarlas. La democratización cultural se demoniza y es vista como una empresa burguesa legitimadora de un orden social en que las clases desfavorecidas pagan los costes más altos. Al mismo tiempo, se denuncian unos «derechos culturales» que pretendidamente llegaron a todo el mundo, pero que en el fondo estaban elaborados y disimulaban una «casta de consumidores de alta cultura y de creadores, detentadores de los monopolios de producción». ⁶¹

Democracia cultural: un humanismo a conquistar

Traduciendo a Marcel Hicter, el gran teórico de la democracia cultural que la definía de esta forma:

La democracia cultural es más bien la cualidad de «estar juntos» que reposa sobre el compromiso humano de los hombres y las mujeres con el concurso de su participación activa y solidaria, y con plena conciencia de su necesidad de expresarse y dotados del completo dominio de los medios para esta expresión. Significa, no solamente tolerancia, sino que implica el reconocimiento de la libertad de pensamiento, de la libertad de expresión y del derecho a la

diferencia. Se define no como un derecho teórico, sino como un humanismo a conquistar.

Un humanismo a conquistar, una propuesta holística, donde la razón humana esté en función de la realización del ser humano y se revierta una idea de progreso que no ha conseguido que dejemos de devorarnos los unos a los otros, sino que nos «devoremos con cuchillo y tenedor»⁶² refinadamente, con ayuda de la cultura y la complacencia de cierto arte.

¿Llegamos tarde ahora que estamos hablando de transhumanidad y del crepúsculo del humanismo frente al potencial de la biotecnología y la

inteligencia artificial?⁶³ Y, sobre todo, ¿acaso están democracia y cultura tan dañadas que dejan al artista impedido en sus respuestas?⁶⁴

Lo están si el beneficio es lo único que cuenta, pero hay algo muy rescatable de la afirmación de Hicter: «La cualidad de estar juntos» que va más allá de la simple tolerancia (la integración cultural de la que hablábamos antes) y que exige la «necesidad de trascender la posición egocéntrica, narcisista, aislada» del sujeto como bien decía Eric Fromm y esta trascendencia conlleva «la adquisición de cualidades específicamente humanas» gracias a las cuales se supera «el papel de ser meramente creados».⁶⁵

CONCLUSIONES: «NO TENÍA APARIENCIA NI PRESENCIA; (LE VIMOS) Y NO TENÍA ASPECTO QUE PUDIÉSEMOS ESTIMAR» (IS 53,2)

A modo de conclusión, voy a intentar cerrar el cuaderno aludiendo a la fuerza del arte y a ese cambio de sensibilidades que hablé al principio.

«La economía es el método, pero el objetivo es cambiar el corazón y el alma», decía Margaret Thatcher, presentando su particular batalla cultural. Una de las victorias culturales de esa batalla ha consistido en domesticar la belleza y la experiencia estética, eliminando el aura, también neutralizando el poder crítico del arte, y transformándolo en una invitación al consumo.

Si el beneficio es lo que cuenta, la tarea del arte en una democracia cultural es presentar contrabatalla cultural. Por esta razón, algunos filósofos hablan de «la salvación de lo bello» reivindicando la fealdad como aquello que nos distancia de lo que contemplamos.⁶⁶ Es la negatividad de la que habla Gadamer, la herida, tan opuesta a las superficies pulidas actuales, lo que

nos conmueve y apela a que cambiemos nuestra vida, unas heridas y una vulnerabilidad que actúan como puertas de entrada al mundo.

Igual que describe anticipadamente el profeta Isaías a Cristo dirigiéndose al calvario, desfigurado y molido, falto de toda belleza, fracasado a los ojos de la humanidad en el acto más generoso posible que es dar la vida por los demás. «No puedes unirte con mi divinidad, no trascenderás, si no te unes primero con mi humanidad», dice la mística;⁶⁷ y ello a pesar de mi «no belleza» y la distancia que mis heridas te provocan. El arte es la forma más material y concreta que tenemos de relacionarnos con el misterio. Así empezó su andadura⁶⁸ y allí continúa su tarea: alterar la percepción sobre las cosas,

ayudándonos a relacionarnos con la realidad de otra manera,⁶⁹ sin ofrecer soluciones, acercándose muchas veces a la incertidumbre, en incesante asombro y apertura.

Para ello, para mover la realidad se hace necesario:

- *El extrañamiento.* El arte, igual que las utopías, puede ser ese punto de apoyo arquimédico. El arte nos des-familiariza o en un lenguaje más teológico, estamos convertidos a las cosas y necesitamos una des-conversión para volver a convertirnos. Para volver a detener la mirada sobre nuestro entorno, los objetos, las personas, para volverlas a sentir y liberarlas del yugo del hábito o de la indiferencia, es necesario este extrañamiento.
- *Una humanización creciente.* El cambio de sensibilidades consiste en un proceso de humanización creciente, que es lo que debe exigir toda democracia, y esta humanización necesita atención detenida sobre las cosas, bien al contrario del consumismo que necesita de la velocidad para existir. Por ejemplo, cuando Cezanne pinta unas manzanas, lo hace como si fuera la primera vez que las viera, lleno de una ternura infinita, armado de pa-

ciencia, consciente de que no es un retrato de la realidad lo que realiza, sino un acto de profunda humanidad.⁷⁰

- *Centralidad de los procesos.* El arte en una democracia cultural entiende la democracia como la gobernanza que se ocupa de las capacidades potenciales de las personas. Y para ello los procesos, inherentes a lo artístico, son tan importantes como las instituciones que los facilitan. Es el gobierno como actividad, con un alto componente creativo, frente al gobierno como institución.⁷¹ De nada sirve el derecho a la información si no sabemos interpretarla; ni el derecho a voto si no sabemos leer; ni el derecho a la libertad de expresión sin el observar, entender y reflexionar previo a toma de palabra. Para que las personas puedan lograr las metas que se planteen y hacer posible lo imposible.
- *Resistencia.* Finalmente, el arte es una práctica de resistencia activa comunitaria que amplía nuestras sensibilidades y ayuda a replantearnos nuestra jerarquía de valores. Acompañando a la filosofía y a la política en ese cuestionamiento del imaginario social instituido.⁷² Esta es su gran contribución a la cultura y a la democracia.

1. Para quien quiera esta idea desarrollada, recomendando: GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2018). *Reconstruir las grandes palabras*. Santander: Mensajero, p. 21.
2. EAGLETON, Terry (2017). *Cultura*. Barcelona: Taurus, p. 164.
3. Agradezco enormemente los comentarios del poeta, profesor y ensayista José Luis Ángeles, quien diferencia entre utilidad del arte y funcionalidad. Su trabajo consiste en distinguir qué estrategias llevan a cumplir su funcionalidad y cuáles las neutralizan. Es recomendable la lectura de ÁNGELES BLASCO, José Luis (2000). *Hacia una ideología de la producción literaria*. Valencia: Bajo Cero, pp. 163-172.
4. De esto se ocupa el libro de SANTAMARÍA, Alberto (2020). *Políticas de lo sensible. Líneas románticas y crítica cultural*. Madrid: Akal.
5. EAGLETON (2017). *Op. cit.*, p. 19.
6. CASSIRER, Ernst (2016). *Antropología filosófica. Introducción a una filosofía de la cultura*. Ciudad de México: Fondo Cultura Económica, p. 26.
7. EAGLETON (2017). *Op. cit.*, p. 27.
8. EAGLETON (2017). *Op. cit.*, p. 24.
9. EAGLETON, Terry (2011). *La estética como ideología*, Madrid: Trotta, p. 99.
10. GOMÁ LANZÓN, Javier (2003). *Imitación y experiencia*, Valencia: Pre-Textos, p. 21.
11. GIRARD, René (2004). *Los orígenes de la cultura*, Bilbao: Desclée de Brouwer, pp. 61-67.
12. DEIROS BRONTE, Trinidad (2021). «El sistema sanitario afgano se asoma al colapso», *El País*, 4 de septiembre.
13. SMITH, Adam (2009). *Teoría de los sentimientos morales*, Madrid: Alianza Editorial, V, 2, 15.
14. ALEIXANDRE, Dolores (1986). *Educación para la contemplación*, Santander: Sal Terrae, pp. 979-989.
15. SOURISSEAU, Réjane y OFFROY, Cécile (2019). *Etude démocratisation, démocratie, droits culturels*. Estudio realizado por Opale para la Fondation Carasso, p. 8.
16. MARX, Karl (2005). «Introducción a la crítica de la economía política» en *Contribución a la crítica de la economía política*, Ciudad de México: Siglo Veintiuno, p. 291.
17. Como, por ejemplo, Simon McBurney, afamado actor y director de teatro de la premiadísima Théâtre du Complicité, con la que creó la pieza *The Encounter*, basada en el libro de Petru Popescu, tras convivir con indígenas habitantes del Amazonas. Lo que McBurney descubre en esta creación teatral es que la idea que tenemos del «yo» y la centralidad de la conciencia no está tan presente en los pueblos que están conectados con el medio ambiente que habitan.
18. RUDMIN, Floyd W. (2003). «Critical History of the Acculturation Psychology of Assimilation, Separation, Integration, and Marginalization», *Review of General Psychology*, 7 (1), pp. 3-37.

19. RETORTILLO OSUNA, Álvaro (2009). «Evolución de los modelos psicológicos de aculturación en Norteamérica y en Europa: de la unidimensionalidad a la bidimensionalidad en el tratamiento de la inmigración». *Revista de Historia de la Psicología*, Valencia: Publicacions Universitat de València. Vol. 30, n.º 1, pp. 73-86.
20. SEN, Amartya (2010). *La idea de justicia*, Barcelona: Taurus, p. 17.
21. GOYTISOLO, Juan (1977). *El universo imaginario*, Barcelona: Espasa, p. 95.
22. FRASER, Nancy (2020). *Los talleres ocultos del capital. Un mapa para la izquierda*, Madrid: Traficantes de Sueños, p. 26.
23. GOMÁ LANZÓN, Javier (2003). *Imitación y experiencia*, Valencia: Pre-Textos, pp. 310-315.
24. KANT, Immanuel (2019). *Crítica del juicio*, Madrid: Austral, p. 250.
25. BENJAMIN, Walter (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires: Taurus, p. 3.
26. BENJAMIN, Walter (2004). *El libro de los pasajes*. Madrid: Akal, p. 450.
27. WEIL, Simone (1991). *La pesanteur et la grace*. París: Plon, p. 170.
28. BRECHT, Bertolt (2004). *Escritos sobre teatro*. Barcelona: Editorial Alba, p. 249.
29. DíEZ RODRÍGUEZ, Fernando (2014). *Homo Faber. Historia intelectual del trabajo 1675-1945*. Madrid: Siglo XXI, p. 333.
30. ADORNO, Theodor (1970). *Teoría estética*. Edición de trabajo.
31. ADORNO (1970). *Op. cit.*, p. 38.
32. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo (1965). *Las ideas estéticas de Marx. (Ensayos de estética marxista)*, Ciudad de México: Era, p. 48.
33. ADORNO (1970). *Op. cit.*, p. 32.
34. GROYS, Boris (2020). *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, Buenos Aires: Caja Negra, p. 46.
35. Hecho que realmente ha ocurrido: [una empleada de la limpieza del Museo Bolzano de Milán limpió por error una obra de arte creada por un dúo de artistas de vanguardia: Sara Goldschmied y Eleonora Chiari](#), al confundir la obra con los desperdicios de la noche anterior
36. GOMÁ LANZÓN, Javier (2003). *Imitación y experiencia*. Valencia: Pre-Textos, p. 315.
37. MICHAUD, Yves (2021). *L'art, c'est bien fini. Essai sur l'hyper-esthétique et les atmosphères*. París: Gallimard, p. 68.
38. Agradezco, otra vez más, la sugerencia de José Ignacio González Faus de incluir el capitalismo de vigilancia tras la lectura del libro de Shoshana Zuboff, *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. González Faus lo ve como una consecuencia del sistema, fundado en la lucha del capital contra el trabajo y en la aspiración al máximo beneficio, frente a la autora que, según González Faus, lo ve como una deformación accidental del capitalismo.
39. BELL, Daniel (1976). *El advenimiento de la sociedad pos-industrial*. Madrid: Alianza.
40. RIFKIN, Jeremy (2022). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, p. 17.
41. ILLOUZ, Eva y CABANAS, Edgar (2019). *Happygracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
42. «El cuerpo toma la forma del alma; el alma se hace cuerpo». GROYS, Boris (2020). *Op. cit.*, p. 27.
43. Basta con echar una ojeada al arte actual, el cotizado artista Jeff Koons creador de un perrito gigante plateado, el *Ballon Dog*, cuyo único gran mérito es vernos reflejados en su diseño de espejo, llegará a declarar: «(...) aprende a confiar en ti y en tu propia historia. Eso es también lo que quiero transmitir al observador de mis trabajos: debe sentir su propio placer de vivir», «Jeff Koons über Vertrauen», en *Süddeutsche Zeitung*, edición 17 de mayo de 2021.

44. LEFEBVRE, Henri (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing, p. 431.
45. MILLER, Toby (2018). *El trabajo cultural*. Barcelona: Gedisa, p. 360 del e-book.
46. PÉREZ MENDOZA, Sofía (2021). «[Saltan las alarmas en Medialab Prado, emblema de la innovación cultural en Madrid](#)». *Diario.es*, 27 de enero.
47. MILLER, Tony (2018). *El trabajo cultural*. Barcelona: Gedisa, p. 380 del e-book.
48. MATTHEWS, Vanessa (2010). «Aestheticizing Space: Art, Gentrification, and the City» en *Geography Compass* 4, n.º 6, p. 622.
49. Para acudir a ejemplos más cercanos tenemos el Raval de Barcelona, que llegó a elaborar una campaña bajo el verbo *ravalejar* en vez del típico logo. Verbo que sugiere actitudes nacidas del amor al barrio y positivismo gracias a su «autenticidad». Ver RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2019). *Cultura, gobernanza local y desarrollo urbano. Políticas culturales de Barcelona y València en perspectiva comparada*. Valencia: Publicaciones Universidad de Valencia, pp. 77-80.
50. HARVEY, David. «The Art of Rent: Globalisation, Monopoly and the Commodification of Culture» en *Socialist Register* 38, pp. 93-110.
51. Sol Cruz-Guzmán: «[Hay que ver la cultura como un área para activar la economía y no como un lastre al que hay que mantener](#)».
52. «[El PP pide ayudas para la promoción y dinamización del sector empresarial cultural](#)».
53. «[Calavera con diamantes](#)» en *ElPaís.com*, 2 de junio de 2007.
54. GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2011). *Vicarios de Cristo: los pobres. Antología de textos de la teología y espiritualidad cristianas*. Barcelona: Cristianisme i Justicia, p. 299.
55. HUME, David (1982). *Ensayos políticos. Sobre el comercio*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales. Col. «Civitas», p. 19.
56. GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2002). *Abjurar la modernidad*. Barcelona: Cristianisme i Justicia, Cuadernos n.º 113.
57. En la ciudad donde vivo, Valencia, la concejalía de Patrimonio y Recursos Culturales está lanzando el programa «Cultura als Barris» en una clara apuesta descentralizadora.
58. Nicolas de Condorcet, *Rapport sur l'organisation générale de l'instruction publique*, presentado en 1792 en la Asamblea Nacional Francesa.
59. URFALINO, Philippe (2011). *L'invention de la politique culturelle*. Paris: Pluriel.
60. WEBER, Raymond. *La démocratie culturelle comme fondement de la démocratie*. Forum für Politik, Gesellschaft und Kultur.
61. FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES (2014). «Repères», *Démocratie culturelle & démocratisation de la culture*, n.º 4-5.
62. Sobre cómo el progreso histórico puede torcerse, y de hecho se ha torcido, léase GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2015). *¿El capital contra el siglo XXI?* Santander: Sal Terrae, pp. 148-149.
63. Uno de los defensores, no sin sus incongruencias, es el escritor Yuhai Noha Harari y su reflexión sobre la libertad humana. Véase el artículo de BEORLEGUI, Carlos (2021). «Yuhai N. Harari: la libertad difuminada y desmitificada (I)» *Razón y Fe*, pp. 155-171.
64. Rudolf Arnhem planteaba dos preguntas fundamentales que depende de cómo las contestemos estaremos hablando de la relevancia o irrelevancia de lo estético: «¿Está el mundo moderno social, cognitiva, perceptualmente desprovisto de la clase de orden elevado que necesita para generar una forma similarmente organizada en las mentes de los artistas? ¿O es el orden de nuestro mundo tan pernicioso como para impedir que el artista responda a él?», ARHEIM BERKELEY, Rudolf (1971). *Entropy and Art: An Essay on Disorder and Order*, California: University of California Press, p. 52.
65. KUSPIT, Donald (2004). *El fin del arte*. Madrid: Akal, p. 385 del e-book.
66. HAN, Byung-Chul (2015). *La salvación de lo bello*, Barcelona: Herder, p. 12.

67. La cita es de la mística flamenca Hadewijch de Amberes, allá por el s. XII. DAELEMANS SJ, Bert. «La mística de Bill Viola: arte y espiritualidad». *Razón y Fe*, n.º 1444, p. 201.
68. «El arte comenzó por ser un modo de ocultamiento y de contacto con lo no-humano, con lo tangible sagrado, adorno y máscara: máscara con sentido mágico», citado en SANTAMARÍA, Alberto (2020). *Políticas de lo sensible. Líneas románticas y crítica cultural*. Madrid: Akal, p. 164.
69. Aquí aludo a una forma de mutación cultural, el Romanticismo, como explica Alberto Santamaría en su libro citando a Novalis: «En cuanto doy alto sentido a lo ordinario, a lo conocido dignidad de desconocido y apariencia infinita a lo finito, con todo ello romantizo» y aludiendo a las potencialidades liberadoras del presente.
70. Fabrice Midal sitúa aquí el nacimiento del arte moderno. MIDAL, Fabrice (2020). *3 minutes de philosophie*. París: Flammarion, p. 80.
71. «[Laval y Dardot: «El neoliberalismo es una forma de vida, no sólo una ideología o una política económica»](#)». FERNÁNDEZ-SAVATER, Amador, MALO, Marta y ÁVILA, Débora. *Diario.es*, 10 de octubre de 2014.
72. CASTORIADIS, Cornelius (2006). *Lo que hace a Grecia. 1. De Homero a Heráclito*. Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina, p. 322.

PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN

1. En el primer capítulo se aborda la relación entre «cultura y civilización» y entre «cultura y naturaleza». ¿Por qué para el autor resulta tan importante «relativizar la cultura»? ¿Estás de acuerdo con su argumentación?
2. ¿De qué manera el capitalismo ha entrado en el arte y lo ha transformado? ¿Hay alguna posibilidad de que el arte ejerza de instancia crítica del capitalismo?
3. ¿Qué supone ligar la cultura a la democracia? ¿En que sentido estos dos conceptos pueden ayudarse mutuamente?
4. El autor habla de «batalla contracultural». ¿Qué supone esto hoy día y que papel puede desempeñar el arte?

Cristianisme i Justícia (Fundació Lluís Espinal) es un centro de estudios creado en Barcelona el año 1981. Agrupa un equipo de voluntariado intelectual que tiene por objetivo promover la reflexión social y teológica para contribuir a la transformación de las estructuras sociales y eclesiales. Forma parte de la red de centros Fe-Cultura-Justicia de España y de los Centros Sociales Europeos de la Compañía de Jesús.

Cuadernos CJ

Últimos títulos

- 226. *Recuperar los bienes comunes, reivindicar el buen vivir*. J. Carrera y D. Murillo
- 227. *Sabiduría divina*. J. I. González Faus
- 228. *El desperdicio de alimentos*. J. C. Romero y J. Tatay
- 229. *El reconocimiento de las personas LGTBIQ+ en la Iglesia*. M. Escribano y E. Vilà
- 230. *Para qué sirve llorar*. J. Laguna
- 231. *Sobre la tecnología*. O. Quintana
- 232. *Los CIE: instrumentos de sufrimiento inútil*. L. Zanón
- 233. *Democracia cultural*. J. Picó

La Fundació Lluís Espinal envía gratuitamente los cuadernos CJ. Si desea recibirlos, pídalos a:

Cristianisme i Justícia

Roger de Llúria, 13, 08010 Barcelona
93 317 23 38 • info@fespinal.com
www.cristianismejusticia.net

También puede descargarlos en:
www.cristianismejusticia.net/es/cuadernos

