

## PODER Y CULTURA. El origen de las políticas culturales

### INTRODUCCIÓN

Las pretensiones iniciales de este texto consistían en aproximarse al análisis de las políticas culturales, entendiendo que éstas, dentro del ámbito de la acción pública, habían quedado excesivamente al margen de los campos de interés de los investigadores de las ciencias sociales. La propia singularidad del autor en el entorno y temáticas de investigación del Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de Valencia, provocaron que nuestras primeras preguntas consistieran en intentar adivinar por qué la política educativa, sanitaria, social, económica, ambiental, suscitan mucho más interés desde el punto de vista de la investigación que las políticas culturales. Paradójicamente, desde los albores de las civilizaciones, el poder ha tomado decisiones sobre qué bienes culturales producir, consumir y distribuir, y quizás mucho antes que sobre otros ámbitos de la vida colectiva. Es bien cierto que las políticas culturales, a nivel presupuestario, en las sociedades occidentales del bienestar, ocupan siempre posiciones más bien modestas, y podríamos pensar que esta jerarquización de las prioridades públicas se hubiera trasladado paralelamente a los intereses de los investigadores. Sin embargo, esta respuesta no nos parece del todo convincente, e intuíamos desde el principio que algo en la naturaleza de los propios bienes y servicios culturales los hacían especialmente escurridizos para las Ciencias Sociales.

A partir de aquí, el trabajo ha tenido ciertamente una vida propia, y nos ha llevado a derroteros con los que no contábamos al principio. El primer callejón sin salida sobre el que tuvimos que retroceder surgió con la búsqueda de peculiaridades ontológicas en los bienes culturales. Sin ninguna duda, el arte y la cultura son bienes, de factura humana, enormemente complejos, pero no ontológicamente distintos a otros bienes y servicios como los que puedan proporcionar la sanidad, la educación o el medio ambiente y tampoco existen diferencias sustanciales en la discusión sobre la problemática alrededor de su asignación, distribución o eficiencia desde la perspectiva pública. Rechazada esta vía, nos dirigimos hacia la consideración de que las diferencias podrían radicar, no tanto en las características ontológicas de los bienes sino en el proceso de construcción social de su significado. Para verificar esta hipótesis era necesaria la reconstrucción conceptual que tuviera en cuenta cómo se establecen las relaciones históricas entre el poder y la cultura. La dificultad de esta aproximación consistía en la necesidad de contar con vastos conocimientos de distintas disciplinas como Filosofía, Sociología, Antropología, Psicología, Semiótica e Historia. Los limitados recursos intelectuales de que disponíamos nos han obligado en el primer capítulo a renunciar a un tratamiento que incorporara con todos los rigores las más estrictas exigencias académicas y hemos optado por una aproximación mucho más "ensayística". Esto sólo significa que los argumentos y razonamientos parten de intuiciones fruto de lecturas diversas, pero que no han sido contrastadas ni rigurosamente confirmadas mediante todo el acervo bibliográfico sobre el estado actual del conocimiento científico disponible. Además, al margen de aceptar la necesaria multidisciplinariedad de la temática, hemos utilizado un mayor acento para resaltar la "aproximación económica" en la que, sin duda, contamos con algunas ventajas competitivas frente a otras disciplinas sociales.

El resultado del primer capítulo, PODER Y CULTURA: EL ORIGEN DE LAS POLÍTICAS CULTURALES, ha sido un ejercicio arriesgado y discutible, pero que pone en niveles razonables de duda un extraño consenso que aparece alrededor de la provisión y consumo cultural y que nos permite, aparte de cuestionar algunos lugares comunes, construir una visión no convencional sobre el ejercicio de las políticas culturales contemporáneas, alejada de cierta mojigatería conceptual sobre las “bondades intrínsecas” de la producción y el consumo de bienes culturales.

Si este es el punto de partida “extra-económico” del trabajo, consideramos también necesario aproximarnos a qué es lo que dice la Economía en general y la Economía de la Cultura en particular al respecto. Por tanto el siguiente capítulo trata de profundizar en las características del análisis de la cultura desde el "punto de vista de la oferta". Es decir, en cómo se ha situado conceptualmente y metodológicamente la Economía para el ejercicio del análisis de los bienes culturales y de las políticas culturales y qué efectos tiene este posicionamiento en el propio desarrollo de la Ciencia Económica. La relativa novedad histórica de la Economía del Arte y la Cultura constituye, sin duda, uno de los procesos donde podemos encontrar algunas respuestas a la reticencia de las Ciencias Sociales, en general, y de la Economía en particular, para el análisis de las políticas culturales. Observar como se produce el acercamiento entre Economía y Cultura podría aportar algunas claves a esa extraña refracción de la cultura a convertirse en objeto de estudios de las Ciencias Sociales

Los esfuerzos racionalizadores y de “tecnificación” de la acción pública, que quedan descritos en el segundo capítulo “LA ECONOMÍA DE LA CULTURA: UNA DISCIPLINA JOVEN”, nos han llevado a intuir la posibilidad de aportar una visión sobre el ejercicio de las políticas culturales que queda bastante lejana del análisis macro tradicional sobre los fallos de mercado, pero que al mismo tiempo incorpora las, a nuestro entender, perspicaces aproximaciones que se realizan desde el análisis de los modelos de comportamiento de las instituciones culturales. La constatación de la ausencia, en la mayoría de los casos, de definiciones explícitas sobre la función de objetivos de la política cultural o, en el mejor de los casos, la existencia de un conjunto de declaraciones muy compartidas entre distintas opciones ideológicas, nos llevan a mostrarnos recelosos con los discursos políticos explícitos y de sus justificaciones tecno-científicas y a buscar la función de objetivos mediante la detección de los principales beneficiarios de las medidas de intervención en el ámbito cultural y a investigar los efectos de las distintas formas de implementarlas.

Aparece así un particular MODELO DE INTERPRETACIÓN DE LAS POLÍTICAS CULTURALES (Cap. III), orientado desde una perspectiva “micro” y que resalta especialmente las micromotivaciones de los gestores culturales en confrontación con los comportamientos estratégicos de los otros agentes relevantes (los gobiernos, los grupos de oferta, los grupos de demanda, los votantes y el conjunto de la sociedad). A partir de esos parámetros tratamos de establecer una posible taxonomía conceptual de las formas de ejercicio de las políticas culturales. De manera no casual, suponemos, esta orientación metodológica muestra grandes similitudes con otras líneas de investigación practicadas por el autor y aplicadas a ámbitos de investigación muy distintos. Las conclusiones de este tercer capítulo nos llevan a considerar como variables estratégicas para entender las políticas culturales, la estructuración de los propios sectores culturales, porque explican cómo se establecen las relaciones entre los agentes.

A partir de estas conclusiones resulta posible comprobar si el modelo de interpretación propuesto tiene alguna eficacia explicativa. Los trabajos previos del autor, integrado en el equipo de investigación del área de Cultura del CEP (Centre d'Estudis de Planificació), sobre los sectores culturales valencianos,

suponían una excelente oportunidad para comprobar dicha eficacia, por lo que los siguientes capítulos, recogiendo gran parte de los contenidos de esos trabajos, se dedican a analizar cada uno de los sectores culturales considerados (Artes Plásticas, Música, Artes escénicas e Industrias Culturales) con el objetivo de ver si es posible encajar en su análisis el marco teórico propuesto. Así los capítulos que van del cuatro al ocho son un ejercicio de estructura económica sobre cada uno de los sectores culturales, que aunque de manera parcial aportan algunas informaciones de carácter más valorativo, constituyen principalmente una descripción del funcionamiento de los sectores en cada uno de sus estadios de producción. El objetivo era dotar a estos capítulos de cierta homogeneidad, pero debido a la propia diversidad funcional de los distintos sectores y a la diferente disponibilidad de informaciones, las descripciones resultan menos homogéneas que lo que se pretendían inicialmente.

Finalmente, contando con el modelo de interpretación y con la descripción del funcionamiento de los sectores, pretendemos que a partir del análisis de las intervenciones de los distintos gobiernos, en un periodo difuso que va desde mediados de la década de los ochenta hasta el año 1994, comprobar si a grandes rasgos es posible clasificar la política cultural valenciana a partir de los taxones descritos en el capítulo tercero. Los resultados los presentamos en el capítulo octavo; UNA ANÁLISIS DE LA POLÍTICAS CULTURALES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA, y los sometemos a la valoración de los lectores, con el sincero talante de tener la impresión de que realizamos un voluntarioso salto al vacío que sólo puede ser asegurado a través de la confrontación de la crítica.

Aún si consideráramos que la aproximación teórica inicial resulte poco relevante o incluso errónea, los capítulos dedicados a los sectores culturales de la Comunidad Valenciana tienen una entidad propia como elementos descriptivos de una realidad completamente desconocida en sus cifras más burdas. El esfuerzo realizado por el equipo del CEP durante el año 93/94 supone la primera aproximación de cierta magnitud para intentar delimitar las cifras básicas de la realidad cultural. Deseamos que esas descripciones, aún muy en bruto, puedan servir para iniciar líneas de investigación que contengan hipótesis de mayor relevancia teórica y permitan una mínima posibilidad de contrastaciones empíricas. Desbrozar el terreno es una tarea costosa y muchas veces de poco lustre, pero también otorga el beneficio de ser el primero en avistar los claros con posibilidades. Aún suponiendo que no existan estos claros, en el viaje iniciático - y por tanto necesariamente ritualizado- que significa el ejercicio de redactar un texto hemos conseguido, al menos, soportar con aceptable equilibrio un número mayor de dudas. Y en eso, quizás, consista el avance del conocimiento.

## 1. Unas breves precisiones de entrada

Si observamos a la Naturaleza, y renunciamos a visiones teológicas, es fácil compartir la idea de que, sea cual sea la definición de creatividad<sup>1</sup>, los "nuevos productos" pueden ser interpretados como el

---

<sup>1</sup> Interesantes similitudes entre los procesos creativos de la naturaleza y los presuntamente humanos son destacados en Gerd Binning (1995).

resultado de choques azarosos sancionados por el rigor darwinista de los procesos evolutivos. No hay duda de que el azar es uno de los componentes estratégicos en los procesos creativos, a pesar del esfuerzo que muestran los que se coronan con la etiqueta de creadores en resaltar otros aspectos - mucho más dignos - como la intuición, la imaginación, el "genio", el análisis o la capacidad de síntesis. Es, precisamente, la concatenación de situaciones azarosas, la causa de que la gramática que vamos a utilizar, para intentar aportar nuevas pistas a cuestiones relativas al análisis de los procesos creativos, sea la jerga económica, y este hecho es, desde la perspectiva de la historia de la ciencia económica, una situación, si no creativa, sí al menos relativamente innovadora.

Alrededor del ámbito del arte y la cultura hay numerosos hechos singulares que no tienen modelos explicativos, a nuestro entender, suficientemente convincentes, y que exigen un mayor interés por parte de las Ciencias Sociales. Desde el punto de vista de la Economía, constituyen desafíos teóricos y empíricos fascinantes aspectos como la determinación de los precios de los bienes culturales, la configuración de la propia naturaleza económica de estos bienes, la cuestión de los gustos y las preferencias, el tema de los mercados, los efectos externos, las decisiones colectivas sobre la producción o provisión pública, las opciones sobre conservación, la organización de las instituciones culturales, etc. Cuestiones todas ellas que no sólo son analizables con toda la batería metodológica de la ciencia económica, sino que pueden aportar conceptualizaciones útiles al propio desarrollo de la misma. Se trata tanto de ver qué puede hacer la Economía por la cultura como qué pueden hacer las artes y la cultura por la Economía. En este segundo aspecto no nos cabe duda que una de las principales aportaciones de la cultura al método científico en general, es que, dada su complejidad como producto humano, exige claramente cierto enfoque multidisciplinar.

Elegir un lenguaje posibilita una mayor determinación en la comunicación con aquellos que dominan la lengua, al reducir y precisar el número de significantes y significados, pero por otra parte limita considerablemente tanto el número de interlocutores como el número de cuestiones que se pueden plantear. Cada lenguaje origina inmediatamente su lingüística y muchas veces las Ciencias Sociales se convierten en meros desarrollos gramaticales de sus propios dialectos, cada vez más alejados de los referentes reales a los que aluden. Dado que pensamos que el origen de nuestras preguntas no deriva exclusivamente del desarrollo de la lógica gramatical de la Economía, el objetivo del presente capítulo es el de recuperar parcialmente esos grados de libertad que se pierden al aceptar, por una parte el conocimiento especializado<sup>2</sup> y, por otra, el rígido corsé formal al que obliga el mundo de la academia universitaria.

Con menos restricciones que las que imponen el empirismo y el formalismo, que las ciencias sociales utilizan como coraza para proteger "titubeando por la dificultad de su contenido"<sup>3</sup>, queremos reclamar el género del ensayo que, al igual que cualquier otro "relato" presuntamente científico, sólo queda justificado en relación a su poder explicativo de la realidad social. A pesar de esta voluntad liberadora, no dejamos de reconocer la impronta analítica deudora de nuestra formación económica y cierto sometimiento a la estética argumental de las Ciencias Sociales. Inevitablemente, aunque se utilicen

---

<sup>2</sup>Como bien expresa Keneth E. Boulding: "Specialization as all economists know is useless without trade" (Boulding, K. E., 1977)

<sup>3</sup> Castells, M, DeIpola E. 1981

lenguajes distintos al materno, siempre aparece un molesto acento que no permite ocultar los "orígenes mentales". Todo producto intelectual es deudor de su contexto histórico y de sus formas de producción. La constatación de que el presente texto tiene como finalidad la producción de una tesis doctoral, creo que explicita con suficiente claridad tanto su contexto histórico como sus modos y ritmos de producción.

Las reticencias a la intervención de la Economía como ciencia social en el análisis del arte y la cultura proviene del chirriante efecto que genera la utilización del modelo del comportamiento del "homo oeconomicus" a dicho ámbito. Es decir, que el individuo que produce o consume arte y cultura (Frey B., 1992) lo hace fundamentalmente persiguiendo sus propios intereses, tal y como lo hacen todos los otros individuos en otros espacios de la actividad humana. Y esta incursión desconcierta por una extraña mojigatería que tiene sus orígenes en los albores del pensamiento occidental y que se ha traducido en una jerarquización moral sobre la pureza de los fines que orientan la acción de los artistas, de los consumidores culturales e incluso del papel del Estado en la provisión de la cultura. Compartimos con Fernando Toboso la afirmación de que la imagen de la realidad contenida en una teoría depende, enormemente, de los fundamentos metodológicos a partir de los cuales ha sido desarrollada dicha teoría (Toboso 1995). Muchos de los pilares sobre los que se ha formado históricamente la percepción del arte y la cultura, sobre todo en los aspectos relativos a los procesos de creación, distribución y consumo, están compuestos sobre un conjunto de premisas y teorías angelicales basadas en el supuesto de que los individuos mudan sus principios de comportamiento espontáneamente cuando promueven, crean, distribuyen y consumen cultura. Nos aparecen, así, hombres y mujeres disociados cuyos comportamientos cotidianos pueden ser estudiados por las distintas ciencias sociales, pero que se resisten a cualquier análisis cuando estos comportamientos se relacionan con el consumo o la producción artística.

Puede ser refrescante generar otra imagen de la *realidad* del arte considerando que la motivación del mecenas no sea sólo derivada de la preocupación por el estado de las artes y por la salud física y financiera de los artistas; o considerar que el creador cambie de la técnica del mosaico a la del grabado por cuestiones de coste y no por que las musas se le susurren al oído; o que el espectador de la ópera esté más interesado por tropezarse con su jefe de planta que apreciar el timbre de la diva de turno. Todo esto no es sólo un *divertimento* provocador, sino que desde nuestro punto de vista, es una de las tareas pendientes de las ciencias sociales que ha recogido parcialmente sólo la Sociología y, muy recientemente, la Economía. En definitiva, el deseo es traspasar uno de los últimos tabúes - la creación artística y su consumo - a los que se enfrenta el proceso racionalizador del conocimiento científico y que ha persistido más o menos intacto al escrutinio de las Ciencias Sociales desde que la época moderna atribuyó a éstas su papel de descryptadoras de la realidad social.

Aunque no es el objetivo del presente capítulo argumentar con precisión toda la fundamentación o idoneidad del supuesto básico de la economía sobre la racionalidad y el "homo oeconomicus", anunciamos que nuestro análisis parte de este supuesto básico<sup>4</sup>. Nuestra condición de "joven aspirante", parece que nos obliga a un discurso más crítico con el saber convencional; sin embargo, la observación

---

<sup>4</sup> Que como, irónicamente, expresa Juan F. Corona: "...el paradigma del modelo del Homo Oeconomicus, que, con todas sus servidumbres, es el peor de todos los modelos de interpretación, con excepción de todos los demás" (Corona 1995, pág 14)

de que este tipo de declaraciones, la mayoría de las veces, se convierten en discursos preliminares estridentes que después muestran argumentos metodológicos muchos menos innovadores y críticos de lo que presumían inicialmente, nos previene de la tentación de generar una tensión narrativa cuyo desenlace, finalmente, resulte decepcionante. Este planteamiento nos evita además tener que desperdiciar doscientas páginas en fundamentar, farragosamente, planteamientos metodológicos de dudosa ascendencia e incierto resultado. Ello no quiere decir que asumamos los supuestos más restrictivos del individualismo metodológico y la racionalidad; cuestionar las rigideces de la ortodoxia neoclásica más recalcitrante, es ya un lugar común y, por tanto, se incorpora en el proceloso baúl de las obviedades. A pesar de todo, las distintas escuelas de pensamiento que aparecen como alternativas viables se continúan definiendo "en referencia" a los planteamiento más ortodoxos, lo que muestra que éstos se van convirtiendo cada vez más en una entelequia especular cuyos contenidos dejan de tener relevancia epistemológica y sirven más para reflejar una emergente ciencia económica necesariamente más abierta y menos simplista.

Para apuntar intuitivamente qué aproximación metodológica resulta más convincente a los autores, utilizamos unas sugerentes palabras de Félix Ovejero Lucas: "No está escrito en los genes que el hombre es egoísta. Sin embargo, no es insensata la estimación de que en las gentes prima la persecución de sus propios intereses" (Ovejero Lucas, 1989, pág 2), o "Cuando enfrenta varios cursos de acción, la gente suele hacer lo que cree que es probable que tenga mejor resultado general" (Elster, J. 1989). Así compartimos también la utilidad epistemológica de un individualismo metodológico menos simplista, como el propuesto por autores como Jon Elster<sup>5</sup>, Bruno S. Frey<sup>6</sup> o David Anisi, no incompatible con la dimensión social del individuo ni con el conjunto de restricciones institucionales que modulan su comportamiento. Tal y como describe David Anisi, y tal como nos apunta el sentido común, se trata de un individuo poroso al hecho social: "Claro que pueden actuar sobre nuestras preferencias para movernos en un sentido u otro. Pequeños seres solitarios, buscadores de normas, temerosos de todo, perseguidores del éxito, anhelantes de respetos" (Anisi, 1992, pág 24)

Esta "utilidad" epistemológica, sin embargo, queda amenazada por los riesgos que se asumen en la defensa de esta orientación metodológica:

El primer riesgo proviene del carácter reflexivo que sin duda tienen las teorías sociales<sup>7</sup>. Si un cuerpo social interioriza las premisas -necesariamente simplificadoras- de una teoría social dominante, sus comportamientos efectivamente reproducen dichas premisas o, por el contrario, adoptan comportamientos estratégicos frente a las predicciones de dichas teorías sociales<sup>8</sup>. La propia teoría

---

<sup>5</sup> "La unidad elemental de la vida social es la acción humana individual. Explicar las instituciones y el cambio social es demostrar de qué manera surgen como el resultado de la acción y la interacción de los individuos. Esta visión a la que suele hacer referencia como individualismometodológico es, en mi opinión ,trivialmente cierta" (Elster, J. 1989)

<sup>6</sup> Bruno Frey presenta estos principios metodológicos, de manera muy simple y comprensiva en *Economics as a science of human behaviour. Towards a New Social Paradigms* (Frey , B.S., 1992)

<sup>7</sup> Para una argumentación muy lúcida sobre los efectos de las teorías sociales sobre los modelos de sociedad que pretenden explicar, ver Lamo de Espinosa (1991). Este mismo autor profundiza en le papel de las Ciencias Sociales como conformadoras de las pautas de comportamiento de las sociedades modernas, (Lamo de Espinosa 1996).

<sup>8</sup> "...existen quienes aún se preguntan si las predicciones marxianas se han verificado o no, olvidando como las predicciones mismas cambiaron el curso de la historia. Pero es probablemente un sofisma extender esta crítica al propio Marx, quien de haber seguido el consejo de García Calvo (o de Nagel o Coleman), podría haberse vuelto loco" (Lamo de Espinosa, 1996, pág 66)

social, por tanto se convierte en una variable más en la conformación de las motivaciones que pretende explicar. Esta "referencia circular" provoca incontables problemas lógicos e ideológicos.

El segundo peligro aparece cuando los supuestos de la teoría social se convierten en ideal regulativo de la acción que trata de "corregir" las desviaciones de los individuos que se apartan y entorpecen el perfecto funcionamiento del engranaje social. La transformación de la teoría en norma es un arriesgado ejercicio que puede derivar en verdaderas aberraciones sociales y que justifica la escrupulosa asunción, por parte del pensador, de su responsabilidad como científico social

Ambos peligros pueden ser parcialmente minimizados aceptando con precaución los resultados normativos de las teorías y explicitando, sin "engaños científicos", las bases ideológicas de nuestras premisas. Así también resulta saludable como tolerar las fertilizaciones cruzadas de los distintos enfoques metodológicos y disciplinares que, finalmente, no son más que pobres perspectivas de una compleja y proteica realidad. Aunque asumir humildad científica y aceptar la competencia de paradigmas, no significa resbalar por la pendiente estéril del relativismo extremo, ni practicar un eclecticismo de conveniencia. Este juego, como todos, tiene sus reglas.

Con todo lo anterior no pretendemos más que expresar que, aunque con matices, asumimos funcionalmente el acervo básico de la corriente principal de la Ciencia Económica, pero sin resignarnos a cargar con sus planteamientos más restrictivos y simplificadores. A partir de esos trazos queremos cuestionar cierto proceso de mitificación de variados aspectos que afectan a las artes y a la cultura, responsables de esa visión distorsionada que convierte al arte y a la cultura en objetos inaprehensibles por parte de las ciencias sociales, con el objetivo de construir a partir de dicha visión crítica, un marco teórico coherente que sirva para explicar la conformación de las políticas culturales contemporáneas.

## 2. La mitología de la creatividad, el arte y la cultura.

### 2.1 La buena prensa de la creatividad artística.

El concepto de la creatividad en todos los ámbitos, pero especialmente en el campo de la creatividad artística, ha tenido siempre una imagen de lo más arrebatadora. Si se hiciera un ranking de los atributos más apreciados de la Humanidad, la creatividad aparecería sin duda entre los "top-ten". Aparecería, además, ligado a muchos otros situados, por derecho propio, en la misma lista: libertad, belleza, arte, inteligencia, originalidad, conocimiento, progreso. En la historia del pensamiento<sup>9</sup> es universal la presencia de la analogía entre Dios y el creador y, de hecho, el impulso de la creación tiene cierta esencia desconocida que, según las distintas corrientes filosóficas, proviene de Dios, del mundo de las Ideas, del Genio, de las Musas, de la Inspiración, del sexto sentido<sup>10</sup>. El Dios Creador tiene dos vertientes que presentan dos matices distintos de la creación: tenemos el Dios creador, que es capaz de producir obras que no se explican sólo como artefactos al estar impregnados de belleza, y el Dios Hacedor, habilidoso en la imitación de la naturaleza y dominador de la técnica. Arte y técnica dos recursos de poder que se han ido enfrentando a lo largo de la Historia a aquel más tradicional de la fuerza

Podemos considerar la *creatividad* como la habilidad para combinar elementos, materiales o informacionales, de manera que compongan unidades funcionales nuevas. Naturalmente, la "nueva funcionalidad" es una construcción social y, por tanto, el verdadero hecho creativo supera la mera combinatoria, pero exige *necesariamente* la presencia de elementos y objetos previos. La ampliación de las posibilidades de combinación se obtiene con otro proceso (que habitualmente se encuentra mucho peor tratado que la creatividad): la acumulación, cuya concreción como ejercicio del intelecto humano es la memoria. Memoria y creatividad son presentados con frecuencia y erróneamente como capacidades contrapuestas: la primera, sometida al juicio severo de considerarla un simple mecanicismo subyugador<sup>11</sup> y la segunda, como expresión de la libertad humana. No encontramos sin embargo ningún argumento convincente que evidencie dicha ordenación valorativa. La esencia del "hecho creado" radica en que contiene un valor añadido que supera los valores ya reconocidos en los elementos combinados<sup>12</sup>. En el caso de la creatividad artística, tiene una importancia crucial todo el proceso de reconocimiento de lo creativo, que se incluye en la producción social del sentido y que deriva de una configuración socio-histórica determinada. Según Hauser es en la época de Alejandro Magno, cuando el artista reclama una personalidad emancipada de la artesanía y se inicia toda la mitología de la creación: "A todo esto se añade, o mejor dicho, tras todo esto está lo que Schweitzer

---

<sup>9</sup> Excelente es la aproximación al concepto de creatividad en el arte que realiza Nahm (1968)

<sup>10</sup> Silvano Areti concibe la mente creadora como una integradora de procesos de pensamientos primitivos o primarios con procesos secundarios (lógicos) para llegar a una síntesis mágica que produce algo nuevo y original. (Subrayado nuestro) (Areti, S., 1976)

<sup>11</sup> "Durante los últimos decenios la memoria ha vivido sus horas más bajas. Se la convirtió en símbolo de la repetición y la rutina. Era la permanencia ominosa del pasado, y para una sociedad preocupada por el tránsito al futuro, era más un peso muerto que una energía viva. Fue una gran injusticia aceptada sin chistar por la pedagogía, que ha perjudicado a la educación y que, afortunadamente, empezamos a reparar" Marina J. Antonio 1993, pág 138

<sup>12</sup> Valga el momento para declarar que éste es el objetivo del presente trabajo como "hecho creativo" reconociendo que no pretende ser más (ni menos) que una combinación de elementos conocidos

llama el descubrimiento del genio artístico, descubrimiento que él pone en relación con la filosofía de Plotino. Plotino ve en lo bello un rasgo esencial de lo divino; según su metafísica, sólo mediante la belleza y las formas del arte recobran los fragmentos de la realidad aquella totalidad que han perdido a consecuencia de su alejamiento de la divinidad [...] El artista vuelve a ser de nuevo iluminado por el resplandor de la profecía y del divino entusiasmo que rodeaba a su persona en la prehistoria; aparece de nuevo poseído por la divinidad, como hombre carismático que conoce cosas secretas" (citado en Hauser, A 1993, pág 153). Los artistas basan su superioridad moral e intelectual frente al artesano tanto en el carácter creativo de la obra como en su no profesionalización. Por ejemplo, los artistas plásticos son despreciados por la aristocracia griega, que los ven como meros artesanos obligados a llevar una actividad lucrativa en vez de disfrutar del ideal del ocio. Toda ocupación productiva que persiga ganarse la vida ,es humillante. Los poetas, sin embargo, disfrutaban de una mayor indulgencia al considerarlo como profeta y vidente dispensador de gloria e intérprete de mitos. Con cierto cinismo Giovanni Rustici, escultor renacentista escribió "men who toil the whole day, that is; those who work for a living rather for honour, are actually workmen; work of art cannot be executed without reflection" (Hale,J. 1993). Esta reflexión, expresada quizás con menos cinismo sería compartida, aún hoy en día, por la mayoría de los creadores. Prácticamente ningún artista plástico, músico ,o literato, reconocería que el ejercicio de su actividad le viene dado por las compensaciones económicas que recibe, sino de sus urgentes necesidades expresivas.

La primera obra con firma conocida, es decir, donde se remarca la individualidad de un artista , es el vaso de Aristónoo (700 a. C.). Desde entonces, aprovechando los entornos favorables de la Historia, se ha ido elaborado un compacto discurso que ensalza y magnifica la obra creada y el hecho de la creación<sup>13</sup>. Si en el campo de la poesía y las artes plásticas la mitificación de la genialidad se da en un momento muy temprano, para la narrativa y la música, el proceso será más lento. La leyenda sobre el genio artístico llega a la literatura especialmente a partir de los movimientos literarios de finales del Siglo XVIII, momento que Pierre Bourdieu describe como "conquista de la autonomía" en la creación. (Bourdieu, P. 1992, pág76). En el campo de la música ,Beethoven es el primer "genio" con las características propias de la genialidad.

El hecho de la construcción del mito de la genialidad no debe extrañarnos, ya que resulta lógico que los que poseen una especial habilidad para la creación de productos simbólicos, es decir, los artistas, se hayan esforzado en construir un mensaje a lo largo de los siglos que les sea favorable a su propia situación en términos de status, dinero y prestigio. Considerarlo de otra manera sería aceptar o que no son buenos comunicadores (y por tanto no son artistas) o que están hechos de una pasta moral distinta a los demás humanos, y eso supondría resbalar peligrosamente por la pendiente de la ingenuidad<sup>14</sup> y

---

<sup>13</sup> "Seremos nosotros, los artistas, quienes os serviremos de vanguardia. El poder del arte, en efecto, es más inmediato y más rápido: cuando deseamos difundir nuevas ideas entre los hombres, las inscribimos en el mármol o en la tela [...] y de este modo, sobre todo, ejercemos una influencia eléctrica y victoriosa. Apelamos a la imaginación y a los sentimientos de la humanidad, por lo cual siempre inspiraremos acción más viva y decisiva...

"¡Qué bello destino el de las artes, el de ejercer sobre la sociedad un poder positivo, una verdadera función sacerdotal, y de marchar enérgicamente en la avanzada de todas las facultades intelectuales, en la época de su mayor desarrollo!. Este el deber de los artistas, ésta es su misión." Diálogo entre un artista y un científico, de Saint-Simon, donde aparece por primera vez la palabra vanguardia en su significado cultural moderno. (citado en Bell, D. 1977)

<sup>14</sup> Gran parte del análisis que se realiza sobre la creatividad artística y sobre los artistas podría, sin duda, aplicarse de manera paralela a otros "creadores" y "comunicadores" que han sabido construirse una imagen propicia que tiene efectos claros sobre sus ingresos y sobre su prestigio: los científicos .

caer en la trampa que ese propio discurso mitificador ha forjado. La mitificación social del papel de la creación y del propio creador, a pesar de sus orígenes religiosos, es un proceso paralelo a la secularización de la sociedades modernas, trasladando la espiritualidad de la religión a ámbitos humanos. La importancia de dicha mitificación, además, trasciende al mero hecho sociológico y tiene implicaciones esenciales desde el punto de vista económico, ya que configuran el valor económico del bien cultural y su valor de uso, que va a determinar, de manera significativa, el comportamiento de la demanda.

El atributo de la creatividad fue capaz de originar muchas carreras profesionales: los practicantes de las múltiples artes, los técnicos y científicos y, finalmente, los críticos. Estos últimos, fundamentales para reconocer y certificar en la obra el valor artístico. Las teorías estéticas no son sólo otra actividad con un componente creativo, sino que establecen los criterios de asignación de los valores artísticos y, una vez mercantilizados, su valor de cambio.

*"éanmoins sans doute l'irréductibilité du travail de production symbolique à l'acte de fabrication matérielle opéré par l'artiste n'est apparue de manière aussi évidente qu'aujourd'hui. Le travail artistique dans sa nouvelle définition rend les artistes plus que jamais tributaires de tout l'accompagnement de commentaires et de commentateurs qui contribuent directement à la production de l'oeuvre par leur réflexion sur un art incorporant souvent lui-même une réflexion sur l'art, et sur un travail artistique comportant toujours un travail de l'artiste sur lui-même.*

*L'apparition de cette nouvelle définition de l'art et du métier d'artiste ne peut se comprendre indépendamment des transformations du champ de production artistique: la constitution d'un ensemble sans précédent d'institutions d'enregistrement, de conservation et d'analyse des oeuvres [...] à la célébration de l'oeuvre d'art [...] tout concourt à favoriser l'instauration d'un rapport sans précédent entre les interprètes et l'oeuvre d'art: le discours sur l'oeuvre n'est pas un simple adjuvant, destiné à favoriser l'appréhension et l'appréciation, mais un moment de la production de l'oeuvre, de son sens et sa valeur".* (Bourdieu, 1992, pág 242)

El desarrollo de la teoría crítica como saber especializado se ha estructurado en torno a unos códigos lingüísticos, simbólicos y conceptuales que beben en los distintos conocimientos como la filosofía, sociología, la semiología, la historia del arte e incluso la psicología o la economía pero, lo que para nuestro planteamiento resulta más relevante, es que su especialización y sofisticación configura un modelo de relación entre obra y consumidor que exige un ejercicio de decodificación. La percepción estética - una percepción subjetiva - exige unos intérpretes que, en caso de ser eficientes, orientan, modifican y conforman las preferencias de los consumidores de bienes artísticos<sup>15</sup> en un entorno donde la característica principal es la asimetría de la información (Lallement, Jérôme 1993). Los críticos han colaborado, naturalmente de manera interesada<sup>16</sup>, dada la confluencia de intereses, a la construcción del mito del artista que va cimentándose, sobre todo, a partir del Renacimiento. Las primeras

---

<sup>15</sup> Los bienes culturales, como potenciales generadores de percepciones estéticas subjetivas, cuestionan uno de los supuestos cruciales de la teoría del equilibrio general tanto por la ausencia de información como por la no homogeneidad de los bienes, ya que cada uno es único e irrepetible. Además, hablar de bienes culturales es traspasar la cómoda frontera de la economía de... "dados los gustos y las preferencias" ya que el propio proceso de consumo es un mecanismo formador y conformador de los gustos.

<sup>16</sup> Los primeros comisarios, críticos y ordenadores de las colecciones regias, de hecho, eran pintores que accedían a puestos de confianza para asesorar sobre la compra gestión de bienes artísticos.

biografías de artistas, honor sólo dedicado a grandes mandatarios de la aristocracia o la Iglesia, aparecen en el siglo XV<sup>17</sup>.

El artista se convierte en un personaje público con un poder real y autónomo, lo que convierte a los artistas en sujetos activos y poderosos de la Historia, a pesar del discurso victimista que se construye de manera paralela. El artista incomprendido<sup>18</sup>, maldito y con una leyenda heroica, castigado por su atrevimiento creativo, es más una excepción que la norma e, históricamente, una experiencia muy reciente. Poder, arte y cultura, aún con lógicas distintas, han recorrido conjuntamente muchos trechos de la Historia.

### 3. Poder y cultura.

La relación entre poder y cultura es una relación entre poderes que tanto tiene que ver en la historia de la Humanidad: el poder del vencimiento de la armas o de las letras de cambio con/contra el poder del convencimiento de la imagen y de las palabras. Vencer y convencer son dos expresiones de un mismo ejercicio que consiste en hacer navegar a los demás individuos en las procelosas aguas de la propia conveniencia. Si el fusil es la expresión más plástica del torcedor de voluntades ajenas, la palabra, sea gramatical, icónica o musical, es el verdadero material del que están hechos las voluntades propias. Para morir por la patria, la causa, Cristo o Mahoma, que es la savia de los ejércitos que, a su vez, son expresión del poder de la fuerza, es necesario que generaciones de poetas, escritores, músicos y pintores, inventen y distribuyan con eficacia todo un discurso que persuada a multitudes sobre el hecho de que vale la pena cambiar la propia existencia por palabras en mayúsculas. Sólo los mercenarios, denostados y lúcidos guerreros, comparan los beneficios de la soldada y el botín del saqueo con las probabilidades de morir en batalla. Para los demás, alguna lectura, alguna pintura o alguna soflama esconde la proximidad de la muerte y si no, la ensalza. Los creadores simbólicos son tan indispensables para explicar el discurrir de la historia como los reyes, tiranos e incluso como cualquier "condición objetiva" con la que uno se tropiece. Los tratantes de los mensajes, es decir, los creadores, disponen a través de sus habilidades de uno de los recursos más eficientes para activar el comportamiento de los seres humanos y por eso se han convertido en objeto de deseo de otros individuos poderosos que beben sólo de las fuentes de la fuerza y/o el dinero.

Con estas afirmaciones no estamos realizando juicios de valor que impliquen jerarquizaciones morales entre el ejercicio del poder de las artes y la cultura frente al poder de la fuerza y el dinero. Lo cierto es, que la historia del hombre nos muestra, sin que quepan muchas dudas, que el deseo de acumular, expresar y ejercer la mayor cantidad de poder es una constante tan perenne como la fuerza de la gravedad y que toda relación, ya sea entre seres humanos o con la propia Naturaleza, se puede explicar observando los flujos de poder. Todos somos sucesivamente sujetos y objetos del poder e incluso

---

<sup>17</sup> Brunelleschi es el primer artista plástico cuya biografía es escrita por un contemporáneo. (Hause, A. 1993, pág 403, Tomo I)

<sup>18</sup> Aunque podemos considerar a Eurípides como el primer artista incomprendido por sus contemporáneos, hasta prácticamente el S.XIX, no se extiende la percepción del genio rechazado por la sociedad, e incluso que esta característica, sea casi uno de los requisitos necesarios para sancionar la genialidad.

cualquier elección, vista como libre, implica el sometimiento a un poder. Como expresa David Anisi, desde la ilustrada Salamanca, "podemos ir cómodamente sentados mientras que otros reman para nosotros. Podremos conseguirlo por su miedo a ser castigados, por la recompensa que les otorgaremos por hacerlo, o simplemente por su profunda convicción de que su propio trabajo es un honor que les conferimos. [...] al final remarán por una mezcla adecuada de las tres cosas. El caso es que reman, es decir, eligen remar." (Anisi, D., 1992. pág 22)

Naturalmente, las relaciones entre poder y cultura son una historia compleja, con muchas caras y que se resiste a cualquier interpretación excesivamente lineal, pero intentar desbrozar cuáles han sido los vínculos entre el poder de las artes y los otros poderes es un ejercicio inevitable si se quiere analizar la política cultural contemporánea, ya que ésta no es más que la heredera, aunque aguada en sus aristas más burdas por la emergencia de los derechos del hombre y de los propios valores democráticos, de la participación histórica de la producción cultural en la propia definición de los equilibrios de poder.

Aunque el concepto de la especial responsabilidad de los gobiernos democráticos en materia cultural - es decir la política cultural- es una idea que sólo tiene consistencia conceptual a partir de la II Guerra Mundial (Girard, A. Gentil G. 1983), es evidente que "el poder" ha tomado decisiones durante muchos siglos sobre por qué y qué arte producir, por qué y qué libros se debían escribir y leer y, en definitiva, qué valores sociales y estéticos se debían compartir.

Nuestra primera pregunta es: ¿Por qué los poderosos han tenido históricamente interés por los artistas y por los bienes y servicios artísticos?. Sentar a un artista en la mesa del poderoso es una práctica que puede remontarse a los albores de las civilizaciones y que incluso es una práctica que persiste hasta nuestros días. Esta liberalidad de los poderosos se inicia en la Grecia Clásica, se recupera con esplendor en el Renacimiento de los Médicis - "Bertoldo, el artista que mejor caracteriza la naturaleza del mecenazgo, se sentaba diariamente en la mesa de Lorenzo de Médicis, le acompañaba en sus viajes, era su confidente, su consejero artístico y el director de su Academia. Bertoldo tenía sentido del humor y tacto y, a pesar de la intimidad de sus amistosas relaciones, sabía guardar la distancia conveniente; era un hombre de fina cultura y tenía el don de saber intuir perfectamente los gustos artísticos y los deseos de su protector. Era un hombre de alto valor personal y, sin embargo, presto a una total subordinación; en una palabra, era el ideal del artista cortesano (citado en Hauser, A. 1993, Tomo I, pág 380)"-, y se repite con formas más o menos parecidas en la *Bodeguilla* de Felipe González, en el *Eliseo* de Miterrand y en los premios literarios convocados por tiburones financieros<sup>19</sup>.

El arte es valor, belleza, distinción, mensaje, excusa y muchas otras cosas más, y los artistas son creadores de valor, belleza, mensajes, distinciones, excusas y muchas otras cosas más y, por tanto, han sido sobornados, convencidos y obligados a ejercer sus habilidades por los que, en sociedades complejas, han sabido rentabilizar todas esas cosas.

Bucear en las líneas que se tejen entre el arte, la producción cultural y el poder, nos lleva irremisiblemente a invocar la interdisciplinariedad que, necesariamente, exige el análisis de uno de los elementos más complejos de la producción humana. El acervo de la Economía, la Sociología, la Antropología, la Semiología, la Historia, son *inputs* básicos e imprescindibles para comprender unas

---

<sup>19</sup> La reciente novela de Vázquez Montalban, *El Premio*, es un excelente relato novelado, que retrata esa atracción mutua entre poder político y financiero y el mundo de la creación.

cuestiones que, si queremos abordar alguno de sus prismas con un mínimo de enfoque, se resisten a análisis parciales y especializados.

#### 4.El beneficio del arte

Un economista no podía empezar de otra manera. Está meridianamente claro que uno de los objetivos por los que el dinero se acerca al arte y a la cultura es... para conseguir más dinero. Varias profesiones del mundo moderno se basan en este socialmente disimulado principio: galeristas, empresarios teatrales, marchantes, casas discográficas, editores y ,en definitiva, todo el entramado productivo de las industrias culturales, responden a esta premisa: que los individuos que se dedican a estos negocios, puede que combinen sus actividades con un verdadero y abnegado amor al arte, no rebaja en nada la "cantidad de verdad" de la primera afirmación<sup>20</sup>.

Aunque la mercantilización del arte y su utilización como inversión rentable es un fenómeno especialmente característico de la Edad Moderna, los artistas, desde tiempos inmemoriales, descubrieron que, a partir de sus manipulaciones sobre elementos de la naturaleza, eran capaces de crear objetos con valor económico. Ya en las pequeñas hordas inorganizadas del Paleolítico, con estructuras económicas sencillas, "el arte servía de medio a una técnica mágica y, como tal, tenía una función por entero pragmática, dirigida totalmente a inmediatos objetivos económicos" (Hauser, A. 1993, pág 16). Pintar una escena de caza de un bisonte en la pared de una cueva no era más que una inversión previa que, a partir de interpretaciones mágicas, anticipaba el efecto deseado. No se trataba de ninguna representación simbólica sino el desencadenante de una auténtica causación con compensaciones estrictamente económicas.

Los objetos artísticos o casi artísticos han llenado una porción importante de las alforjas de los camellos de la ruta de la seda, las bodegas de los navíos que comerciaban en el Mediterráneo y de aquellos que se aventuraban a las Indias Orientales u Occidentales. Los comerciantes de una parte del mundo financiaban a los artistas para vender sus obras a los poderosos en otra parte del mundo. En el Siglo XVI, Amberes fue el centro comercial de Europa , y sus mercaderes inspiraron el desarrollo de un mercado artístico floreciente. "Desde sus casillas en el patio de la Bolsa, los artistas -marchantes tomaban enormes pedidos de pinturas y tapices para agentes extranjeros que los fletaban lo mismo que si cargamentos de trigo o de hierro" (Brown, j. 1995, págg 150). El primer comerciante especializado en obras de arte cuyo nombre se conoce es ,a principios del Siglo XVI, el florentino Giovanni Battista de la Palla, que hace encargos a los artistas y compra a coleccionistas privados objetos de arte para el rey de Francia (Hauser, a. 1993, tomo I, pág 377). Desde entonces, no han dejado de surgir agentes que encargan obras con la intención de aprovechar sus revalorizaciones. Los objetos artísticos que mejor se prestaban a su monetarización son, sin duda, las pinturas ya que, al tratarse de bienes tangibles, fácilmente transportables y con sistemas relativamente sofisticados de certificación y autenticación, han servido como depósito de valor<sup>21</sup> y medio de pago, en definitiva con la funcionalidad de un

---

<sup>20</sup>Philippe Moati (1992a), tratando el tema de la combinación entre lógica económica y pasión, extrae una interesante conclusión con respecto a los editores, pero que puede ser aplicada a cualquier agente cultural; la incorporación al negocio de agentes apasionados, es decir aquellos para los cuales el beneficio es sólo un objetivo secundario, supone el establecimiento de barreras de entrada, ya que al reducir la tasa media de beneficio del negocio está desanimando la incorporación de potenciales agentes más interesados en el beneficio.

<sup>21</sup> Las colecciones de Buckingham y Hamilton sirvieron para recuperar parte de su riquezas después de tener que

instrumento financiero moderno. Por el contrario, la música<sup>22</sup> o la literatura no alcanzan esas cotas de mercantilización hasta que, en siglo XX, se convierten en objetos de consumo masivo. La demanda, es decir, los poderosos, contrataban directamente los servicios de músicos, literatos o poetas ya sea encargando obras concretas o convirtiendo a los artistas en "funcionarios" pero, básicamente ,quien pagaba el servicio era el que lo consumía.

Johnatan Brown nos cuenta de, manera fascinante, toda la historia de los coleccionistas del siglo XVII, y de las complejas y turbulentas relaciones de los marchantes y emisarios de las grandes fortunas demandantes de obras de arte (Brown J.1995). En el Siglo XVII, la existencia de unas monarquías inmensamente ricas y dispuestas a comprar objetos artísticos, provocaron que el comercio de obras de arte fuera un negocio boyante y que proliferara la existencia de cazadores, especuladores y comisionistas. Los propios pintores participaban en esos turbios negocios de intermediación que movieron miles de obras de arte desde los centros en declive económico hacia los puntos de auge y dominio. Rubens<sup>23</sup>, Anthony van Dick, Jacob Jordaens, Brueghel el Viejo y Velázquez, entre las grandes figuras, pero junto con multitud de artistas menores, se movían a lo largo de Europa enviados por monarcas y nobles al acecho del coleccionista en desgracia, familias con problemas financieros o ambientes políticamente inestables. "Los pintores eran expertos en autentificar, eran diestros en la fabricación de copias y sabían restaurar y enmarcar las obras que manejaban" (Brown pág 260).

El declive de las Repúblicas Italianas permitió que los coleccionistas británicos, con Carlos I a la cabeza, pero también el Duque de Buckingham, lord Arundel o el aristócrata escocés Hamilton (conocidos como el grupo de Whitehall), se hicieran a buen precio con la mayor parte de las obras importantes de los grandes maestros italianos. Todos ellos contaban con agentes que se disputaban las piezas puestas a la venta en Italia. La guerra civil inglesa devolvió al mercado, a mediados del siglo XVII, prácticamente, la totalidad de las obras coleccionadas en los últimos cincuenta años. La excelente colección de Carlos I de Inglaterra sirvió para saldar las deudas de la monarquía depuesta después de la ejecución del Rey. Se organizó, a tal efecto, la primera gran subasta institucionalizada de obras de arte, de la que se benefició ,sobre todo, la colección de Felipe IV de España. El embajador de España en Londres, Alonso de Cárdenas, utilizó prácticamente toda su "vida diplomática" para conseguir las piezas más importantes puestas a subasta, que compraba disimuladamente<sup>24</sup> en nombre de la corona española o del ministro Luis de Haro. Con estas operaciones, y dado el evidente aprecio de Felipe IV por las obras de arte, se extiende también por España la fiebre coleccionista, que alcanza a personajes como el duque de Lerma, el marqués de Leganés o el conde de Monterrey, desarrollándose los mercados secundarios. Regalarle una obra significativa a Felipe IV era instrumento, casi seguro, para conseguir favores políticos. Siendo los cuadros un argumento político importante, Madrid se convirtió en el depósito pictórico más grande de Europa.

---

salir en estampida de la Inglaterra parlamentaria.

<sup>22</sup> Los músicos tiene menos restricciones de movilidad al no depender de talleres en los que trabajan los artistas plásticos como pintores y escultores,y, por tanto, son ellos y no sus obras los que se mueven por Europa durante el Renacimiento,ofreciéndose a los mejores postores. (Hale,John 1993, pág 314)

<sup>23</sup> Rubens, aparte de ser un prolífico pintor, participa en prácticamente todas las grandes operaciones con obras de arte que se realizan durante la época.

<sup>24</sup> El disimulo provenía del hecho de que no habría sido decoroso que otros monarcas ratificaran públicamente el asesinato por sus súbditos de un rey hermano y, menosaún, pagando a los autores de la felonía. (Brown, J. 1995, pág 67)

El resto de las colecciones británicas se vendieron, en Amberes, al archiduque Leopoldo Guillermo, que completó sus colecciones con pintura flamenca contemporánea (Van Eyck, Bosco, Brueghel el viejo, Rubens, Van Dick). Finalmente, Luis XIV, de la mano de Colbert, se sumó a las cortes que contaban entre sus atributos regios una digna colección de arte.

La conversión de las obras pictóricas en objetos mercantiles que exigen mecanismos de intermediación relativamente especializados y con técnicas sofisticadas de venta, y, por tanto, la posibilidad de dedicarse al arte por dinero, viene explicada únicamente por una cuestión de precios. Las elevadas cotizaciones que alcanzan los cuadros durante el Siglo XVII no se explican por la escasez de la oferta (durante este siglo circularon cuadros a millares) sino por la homogeneidad estética de la demanda. El coleccionismo europeo se configura a partir del liderazgo de las grandes monarquías europeas e imponen un cánón estético que alcanza a cualquier colección que se precie (en este caso utilizamos el verbo en sentido literal). Las obras italianas del siglo anterior y, especialmente las venecianas, fueron las estrellas del mercado. Los mediadores del mercado artístico se llevaron una buena tajada y su propia actividad constituye un elemento más en la adquisición de valor de la obra. La entronización social del marchante, sin embargo, no llegará hasta finales del siglo XIX y su arquetipo, sin duda, lo constituye Ambroise Vollard, el "descubridor" y mayor traficante de impresionistas<sup>25</sup>.

En el S. XX, los nuevos reyes y príncipes, es decir, las grandes corporaciones multinacionales, sustituyen a las viejas aristocracias en la compra de bienes artísticos y, curiosamente, lo hacen por los mismos motivos que estas últimas, es decir, por prestigio (para generar cierta imagen corporativa) y como inversión<sup>26</sup> (Martorella, í., 1990). Si hasta ese momento, la función financiera del arte era principalmente como depósito de valor, con el desarrollo de los mercados financieros, también el arte deviene en determinados momentos en un activo con elevadas revalorizaciones<sup>27</sup> y un mercado muy ágil que lo convierte en sumamente líquido, y, en definitiva, atractivo financieramente. El interés del arte como inversión financiera ha originado múltiples artículos, e incluso durante los años ochenta en algunas revistas financieras se publicaban las cotizaciones de las pinturas como si se tratara de acciones. Numerosos estudios han contrastado las tasas de rentabilidad de las inversiones en arte y otros sustitutos financieros (vid. Frey y Eichenberger, 1995), llegando a la conclusión que, para períodos largos de tiempo, la tasa de rendimiento real de la pintura ha estado constantemente por debajo de sus sustitutos financieros, mientras el riesgo era superior (Frey B.S., Pommerehne, W.W,

---

<sup>25</sup> En sus memorias, A. Vollard cuenta que, ante una demanda de consejos para hacer fortuna, por parte de dos jóvenes marchantes, les contesta: "No poseo, ni conozco el secreto de hacer fortuna. Mi experiencia, de la que quieren ustedes sacar provecho, sólo me recuerda cuánto debo a mi invencible propensión al sueño. Muchas veces, al entrar en mi tienda, algún aficionado me encontraba adormilado. Yo no le escuchaba, todavía medio dormido, dando cabezazos y tratando de contestar. El cliente tomando por una negativa mi ronroneo, aumentaba progresivamente su oferta. De tal modo que, cuando ya casi me había despertado, mi cuadro había conseguido un alza notable. En este caso se puede decir que la fortuna se adquiere durmiendo" (Vollard, A. 1983)

<sup>26</sup> "Although art administrators refuse to verbalize openly that art is a good investment, it is justified in these terms, and art is sold at huge profits if and when it benefits the corporation. Consistent with organizational policy, art serves to decorate, publicize, benefit employees, and contributes to a firm's profitability" (Martorella, 1990, pág 48)

<sup>27</sup> La obra *Las bodas de Pierrette* de Picasso, fue comprada en Febrero de 1989 por un coleccionista sueco por 600 millones de pesetas, ocho meses más tarde fue vendida en una subasta por 5.700 millones de pesetas

1989). Pero ello no ha impedido que el marchante tradicional haya sido sustituido en los momentos de mayor especulación por tiburones financieros<sup>28</sup>.

Los flujos de grandes obras maestras, primero de Europa hacia Estados Unidos, y ya en los años ochenta de Estados Unidos y Europa hacia Japón son un fiel reflejo (tal como lo fueron en el S XVII y XVIII) de declive y auge de unos y otros espacios económicos. Las dificultades por las que atraviesa actualmente el sistema financiero nipón ha provocado que una parte importante de las obras compradas durante el “boom” de los ochenta se encuentre en las cámaras de los bancos acreedores.

En el resto de los bienes culturales, aunque el proceso no resulta tan espectacular, también la principal institución para la liberación del artista de sus patronos eclesiásticos y principescos es la aparición de los mercados, que en el campo de la literatura y la poesía se generalizan ya en el siglo XVIII. Tal como escribía Oliver Goldsmith en 1762: "En la actualidad, los pocos poetas de Inglaterra ya no dependen de los grandes para sus subsistencia; ahora no tiene más patronos que el público, y éste, considerado colectivamente, es un amo bueno y generoso [...] Todo hombre culto de la comunidad, al comprar lo que escribe un hombre de letras, contribuye a recompensarlo" (citado en Bell, D. 1977). Es este mismo mercado el que institucionaliza la función del agente mediador de la cultura, que antepone la rentabilidad a la pasión por la cultura. En general, la ampliación potencial de los mercados culturales y las perspectivas de rentabilidad asociadas incita a la entrada de operadores animados por una lógica de racionalidad económica. Los criterios de elección basados en los gustos personales o en el ideal de la creación cultural se sustituyen paulatinamente por aproximaciones al producto cultural basadas en el cálculo económico (Moati, 1992b).

## 5. El arte como mensaje

La interpretación sociológica tradicional, sobre las relaciones entre arte y poder, nos conduce al concepto del arte como conformador de las conciencias, es decir, al arte, portador de significados, como mecanismo de control ideológico que es utilizado por los poderosos para controlar y condicionar a las masas. Es en función de esta virtualidad de las expresiones artísticas, que el poderoso intenta orientar la producción artística y se encarga de difundirla para el cumplimiento de sus fines. Esta percepción, sin embargo, se argumenta con mayor frecuencia para ejemplos históricos que para la época moderna, de manera inversa a la construcción de la autonomía del artista. La revolución Francesa dio lugar al artista ilustrado, que colabora con las clases emergentes para difundir la buena nueva. Y, si bien el arte y la estética burguesa, reflejo de la superestructura del capitalismo, son rechazados por los movimientos revolucionarios de base marxista del S. XIX y del S. XX, no es menos cierto que, paulatinamente, durante el siglo XX y con la aparición del concepto de vanguardia (vid. nota 13), el arte se identifica más como expresión de la autonomía de la creación frente al poder<sup>29</sup>. únicamente en los ejercicios del poder totalitario (nazismo, fascismo, comunismo) se utiliza explícitamente al arte -entendido el arte en su acepción clásica- como instrumento ideológico al

---

<sup>28</sup> El japonés comprador de *La Maternidad y Au lapin agil*, de Picasso, en 1989, era apodado la Víbora en círculos bursátiles por la falta de escrúpulos en sus operaciones financieras.

<sup>29</sup> Este es el poder de negación del arte moderno que describe Octavio Paz

servicio del poder<sup>30</sup>. Por el contrario, el "artista comprometido"<sup>31</sup> de las sociedades occidentales es aquel cuya finalidad es subvertir el orden establecido. Este abandono del arte como instrumento comunicativo de los poderes establecidos, traslada las estrategias de manipulación colectiva a otros soportes de significado; los medios de comunicación: que, compartiendo los mecanismos básicos de afectación al consciente y al subconsciente de los individuos, cuentan con unas técnicas de producción y distribución mucho más sofisticadas y, por tanto, mucho más efectivas<sup>32</sup>. A finales del S XX, la información, la publicidad y la propaganda son las verdaderas reinas vehiculares de las ideologías dominantes, dejando al arte tradicional sólo el espacio contra el poder. Y a estas reinas hay que sumarles un nuevo rey que difusamente, se coloca también en el mundo de las artes. El advenedizo y oportunista séptimo arte -compendio de tantas artes-, con su fulgurante impacto, asume el protagonismo de la comunicación ideológica y de la transmisión de valores dominantes.

Aunque la utilización del arte como propaganda es casi consustancial al propio origen del arte, esta utilización se institucionaliza de manera más formal en la Grecia clásica. Por ejemplo, el teatro es el instrumento habitual de propaganda: "Los poetas trágicos están pagados por el Estado y son proveedores de éste; el Estado les paga por las piezas representadas, pero, naturalmente, sólo hace representar aquellas que están de acuerdo con su política y con los intereses de las clases dominantes. Las tragedias son piezas francamente tendenciosas y no pretenden aparecer de otro modo; tratan temas de la política cotidiana y se preocupan de problemas que directa o indirectamente tienen que ver con el más candente problema del momento, que es la relación del Estado de estirpes y el Estado popular[...] La tragedia griega era, en el más estricto sentido de la palabra, teatro político" (Hauser, Tomo I, págs 114-15). En Roma es donde la imagen se convierte en el principal recurso propagandístico. Trajano hace esculpir, casi de manera fílmica, sus campañas vencedoras y los próceres romanos garantizan su pedigree social en los bustos y retratos que encargan a los escultores

En general, la utilización del mensaje creado por el arte cumple varias funciones: la más neutra es la función documental que representa una visión particular de la historia y, por tanto, con el contenido ideológico que todo relato implica. Un incremento en el grado de intencionalidad ideológica vendría representado por el arte como argumento cohesionador; es decir, la producción artística que resalta y difunde los puntos comunes y evita la plasmación del disenso. El tercer escalón lo podía constituir la

---

<sup>30</sup> El movimiento revolucionario soviético libera una inmensa energía creadora en todas las artes; Kandinsky y Malevich en las artes plásticas, Meyerhold, Tairov y Vajtangov en el teatro, Maiakovsky en poesía, Einsestein y Pudvkin en el cine, Pilniak, Babel y Bulgakov en la narrativa. "En el decenio de 1930 todo había terminado. Sólo quedó el frío pastel de un realismo socialista definido por el partido. Los que habían creado esos febriles experimentos estaban encarcelados, se habían suicidado, habían sido silenciados o se hallaban en el exterior. Evidentemente, se planteó la cuestión de si en una sociedad tan obsesivamente dedicada a movilizar una multitud para la industrialización, la independencia o los impulsos errabundos de los artistas y los escritores, no sería una diversión de la creación del nuevo hombre y de la canalización de las energías económicas que el partido trataba de dirigir". (Bell, D. 1977, pág 30)

<sup>31</sup> El "J'accuse" de Zola es el precedente paradigmático del productor artístico comprometido en disputas contemporáneas y cuya posición afecta al transcurso real de los acontecimientos

<sup>32</sup> Las discusiones teóricas, por tanto, se trasladan desde la sociología del arte a la sociología de la comunicación. En un reciente artículo de Roanld N. Jacobs, aparecen bien delimitadas cuáles son las posiciones de insitucionalistas, estructuralistas y postestructuralistas respecto al papel social de los medios de comunicación. En este sentido es especialmente significativo el discurso de los estructuralistas, que consideran que la estructura del discurso comunicativo que ofrecen los medios tiene un impacto hegemónico en las audiencias y que ésta es una simple articulación de la ideología dominante. (Jacobs, R.N, 1996)

función legitimadora de la producción artística, es decir, aquella que sanciona mediante el lenguaje simbólico las relaciones de poder realmente pre-existentes, ya sea ocultando sus aristas más turbias o añadiendo contenidos que las justifican. Finalmente, la mayor intención ideológica queda plasmada en la función proselitista, que es aquella que, con técnicas más sofisticadas de comunicación, trata de convencer y convertir el comportamiento y la percepción de los que están expuestos al mensaje.<sup>33</sup>

En conjunto, las religiones como pretendientes del monopolio simbólico, tienen una relación confusa con el control de las imágenes. Judíos y musulmanes optan por solventar el problema de la ambigüedad de las representaciones artísticas prohibiendo cualquier imagen que pretenda figurar la naturaleza divina. En estos casos, el desarrollo de las artes plásticas se cursa al margen del ámbito religioso. En el caso de la tradición cristiana, desde el episodio del becerro de oro, se han sucedido las disputas sobre la pertinencia y la función de los iconos. Hasta el imperio bizantino, la cuestión de la representación de Dios queda atrapada en las discusiones teológicas, que tratan de interpretar el conciso contenido del segundo mandamiento original del Antiguo Testamento: "*No te harás escultura ni imagen de lo que hay arriba en los cielos ni de lo que hay abajo en la tierra, ni de lo que hay en las aguas debajo de la tierra*" (*Antiguo Testamento, Ixodo, 20, 3-17*). Será el Papa Gregorio el Grande (590-604) el que se pronunciara por primera vez en defensa de una práctica que se ejercía de manera semi-clandestina. (Pérez éiménez 1996). El argumento esgrimido tiene un claro regusto paternal-educativo-propagandístico: la pintura podía ser para los iletrados lo que la lectura para los que sabían leer. Es decir, un instrumento para "mejor formarse" en los misterios de la fe. Sin embargo, no nos parece casualidad que el mismo personaje que posibilitaba al mundo de la imagen su expresión, dentro del seno de la Iglesia Católica, fuera el mismo que tuvo tiempo para fundar la *Schola Cantorum* de Roma, cuna del canto gregoriano y, en definitiva, otra muestra de expresión artística. La transcendencia de esta toma de postura por parte de la Iglesia Romana es decisiva para la historia del arte occidental, ya que la Iglesia financia una parte importante de la creación de las artes plásticas y de la música hasta bien entrado en siglo XIX. La historia de la Iglesia Católica es, sin duda, el paradigma más nombrado de la utilización ideológica del arte<sup>34</sup>. Arquitectos, pintores y escultores al servicio de un mensaje que afectaba las formas de comportamiento, los miedos, los deseos e incluso los ritmos cotidianos de millones de seres. "Con la convocatoria del Concilio [de Trento] cesó el liberalismo de la Iglesia respecto al arte. La producción artística de la Iglesia fue puesta bajo vigilancia de teólogos, y los pintores habían de atenerse, especialmente en las empresas mayores, estrictamente a las indicaciones de sus consejeros espirituales [...] Taddeo Zuccari se atiene en Caprarola a las prescripciones recibidas hasta en la elección de los colores" (Hauser 1993, tomo II, pág 38). Incluso es a partir de dicho concilio cuando se establece la dicotomía entre ortodoxia católica amiga de las artes y herejías iconoclastas, y se percibe con claridad la función de las artes como instrumento propagandístico de influencias desconocidas hasta entonces, no sólo dirigido a las élites intelectuales sino al conjunto de la población. Religión y representación han sufrido historias paralelas desde los albores de la civilización y los medios para la formación del imaginario colectivo han tenido siempre un hueco destacado en la atención y el esfuerzo de evangelizadores, proselitistas, gurús, brujos y druidas. En la actualidad, la

---

<sup>33</sup> Hay que hacer notar que esta es la función básica (de manera genérica) de la educación y, en definitiva, de todos los procesos de socialización.

<sup>34</sup> Hauser, por el contrario, discrepa de la idea tradicional de que el arte encargado por la Iglesia, sobretudo en la época románica, tuviera una función esencialmente propagandística, si fuera así no se entiende la dificultad formal y estética que adopta y que se convierte en incomprensible para las masas, tanto simbólica como estéticamente. (Hauser, Tomo I, pág 234)

televisión se convierte en el principal escenario litúrgico, tanto de telepredicadores americanos, como del Papa viajero. (Pérez Jimenez 1996).

Los retratos son otro género que combina el elemento propagandístico con otro motivo más espiritual como es el anhelo de la posteridad ante la inevitabilidad de la muerte. Al taller de Lucas Cranach el viejo, de Wittenberg le encargan, en 1533, sesenta pares de retratos de los nuevos Electores de Sajonia, con el fin de distribuirlos entre sus contactos políticos (Hale, 1993, pág 300). Los retratos de los pintores de cámara, con todos sus mensajes simbólicos, caracterizan la grandeza, la nobleza y el elevado espíritu de los retratados. Todo un compendio de técnicas de marketing.

## 6. El arte y la distinción

Consumir bienes artísticos es, la mayoría de las veces, un acto social y de su sociabilidad se derivan muchos de los atributos por los que resulta atractivo para los individuos gastar su tiempo y su dinero en digerir piezas de piano, flauta y oboe o teatro existencial. "En un mundo de información imperfecta como es el que habitamos, difícilmente se liberará [el poderoso] de tener que emitir las señales correspondientes para que los demás reaccionen. Plumas y galones, bienes y signos de riqueza, símbolos y actitudes acompañarán casi siempre la detentación del poder real" (Anisi, D. 1992, pág 21). No hay duda que el arte y la cultura han constituido históricamente signos y símbolos que distinguen. El consumo de cultura caracteriza a su consumidor en sus grupos de referencia, así como genera mecanismos de emulación o envidia que motivan que otros también consuman arte.

Los sociólogos institucionalistas<sup>35</sup> llegan incluso a afirmar que prácticamente toda la convención del arte no tiene más que esta voluntad de distinción. Para esta corriente sociológica, la importancia de la *distinción* como elemento definitorio de la propia naturaleza del arte, queda reflejada en el siguiente párrafo de Inglis: "*The toughly institutional theory holds that the status "work of art" is wholly arbitrary and adscribed, for wholly ideological reasons in order to serve the status and wealth of the special authorities. Although the term "art" has a long history with assorted meanings in the classical and Renaissance worlds, it began to gather its present force towards the end of the eighteenth century. That force, they allege, was ideological. Art was a badge of status. To be able to discern art was a consequence of training and class membership. The training took the name of aesthetics. This being a class and capitalist society in the making, there quickly arose a social group, wich justified its existence and selectes its membership in virtue of its power of aesthetic discrimination. This group took to itself (and was assigned to do so by its rulers) the custodianship of art. It assumed a social class position a little away from the ruling class but in public deference to economic power. Talking amongst themselves, of course, its members disparaged those above them as well as those much bigger crowds below them for their impotence in the art of making correct distinctions, thereby*

---

<sup>35</sup> Este "etiquetaje" se refiere básicamente a Pierre Bordieau, visto por Inglis, sin embargo la vasta y compleja obra de Bordieau no encaja con etiquetas muy estrictas. Tal como nos hace notar Loïc J. D. Wacquant (1993) a Bordieau se le ha afiliado a las principales tradiciones teóricas; Marxista, Weberiano, Durkheimiano, así como estructuralista, incluso individualista, posmoderno o relativista. A nuestro parecer, *Distinction: a social critique of the judgement of taste* es una de las aproximaciones más acertadas al papel social del arte. En general, consideramos que la obra de Bordieau, respecto al arte, tiene un tratamiento conceptual "muy económico" al utilizar las categorías de oferta, demanda e intermediación.

*showing their own distinctiveness*"<sup>36</sup>

Las necesidades de distinción son mayores en momentos históricos de una mayor movilidad social y, por tanto, es una hipótesis razonable pensar que la demanda de bienes artísticos derivada del deseo de distinción será mayor en esos momentos.

Las "obras pictóricas de galería" sirven de documento fehaciente, en los siglos XVII y XVIII, sobre la función social del coleccionismo, en un momento que existe gran confusión y movilidad respecto a los roles sociales. En los *cuadros de galería* se muestra a comerciantes y burgueses rodeados de las obras de sus colecciones y visitados por personajes ilustres que admiran la distinción y el gusto de sus anfitriones<sup>37</sup>.

La traslación de este concepto de distinción al momento contemporáneo debe resultar muy familiar para los departamentos de comunicación de las grandes compañías y, en general, a toda la ciencia del marketing. El arte es utilizado por las empresas para construir una imagen que incorpora mensajes particulares analizados y buscados por los departamentos de relaciones públicas. A pesar de que pueden existir estrategias más sofisticadas, de manera genérica, coleccionar arte implica la apertura hacia nuevas ideas y, por tanto, la empresa que expone dichas obras comparte y refleja los mismos valores creativos. Esta misma percepción es la que motiva las actuaciones de patronazgo de las empresas privadas sobre el sector cultural. También éstas, al igual que los antiguos tiranos griegos, o los usurpadores del poder en el Renacimiento eran más sensibles a las manifestaciones artísticas para excusar su ilegítimo origen (Hauser, 1993, Tomo I, pág 100). Las grandes multinacionales lavan sus culpas sobre el medio ambiente, la salud, la expoliación de los recursos naturales de países del tercer mundo a través de su contribución al desarrollo del mundo del arte (Martorella, 1990, pág 32), disminuyendo las críticas hacia beneficios obtenidos con escaso control social. El arte sirve para comunicar valores humanísticos y creativos y para generar una imagen pública más positiva.

## **7. Las compensaciones psicológicas: goce estético y colección.**

Si en los puntos anteriores hemos tratado la demanda de bienes artísticos como procesos cuya finalidad es externa al propio individuo que la consume, en estos párrafos hablaremos del consumo artístico que se explica por compensaciones estrictamente individuales. Esta percepción que, sin duda, explica parcialmente la demanda de bienes artísticos (al igual que las anteriores descripciones) se corresponde más adecuadamente con la concepción más "primitiva" de los modelos de demanda que ofrece la economía, al mismo tiempo que coincide con el discurso menos "contaminado" por las ciencias sociales de la teoría estética elaborada por críticos y artistas<sup>38</sup>. Desde el punto de vista de la economía,

---

<sup>36</sup> Éste es un texto de Fred Inglis donde precisamente discrepa la visión de los institucionalistas (especialmente Pierre Bordieu) sobre el papel distintivo del arte. (Inglis, F, 1993)

<sup>37</sup> Uno de los cuadros más representativos de esta función es *La galería de Cornelius van der Gheest* de Willem van Haecht. Las obras de diversos maestros están siendo admiradas por príncipes, condesas, militares y autoridades burguesas. En los personajes se incluye también a "los aristócratas" del espíritu como Rubens o van Dick. Un verdadero homenaje a la "nobleza" del comerciante de especias y decano de la guilda de Amberes, Cornelius van der Gheest. Otros documentos de este estilo son la *Galería del archiduque Leopoldo Guillermo*, de Teniers.

<sup>38</sup> Esta versión de la crítica estrictamente estética queda bien reflejada en la frase citada por Bordieu (Bordieu,

la demanda de arte por parte de los individuos, sean o no poderosos, se expresa porque su consumo proporciona ciertos placeres (utilidad) que son comparables al precio que hay que pagar por ellos. La esencia de dicha utilidad radica en algunos mecanismos psicológicos como pueden ser el gozo estético, el deseo compulsivo de la colección de bienes. A partir de estos planteamientos y sin entrar en los procesos que generan esas contraprestaciones individuales, sería fácil deducir un entorno explicativo que analiza, dentro del marco de la teoría del consumo racional, tanto los comportamientos de la producción como los de la demanda, así como las especificidades del producto artístico frente a otros bienes de consumo (vid. Mossetto, 1994, cap 6).

No hay duda que también los poderosos obtienen placer estético de la contemplación y disfrute de los productos artísticos y están dispuestos a pagar por ello. Carlos I de Inglaterra no podía contener su ansiedad por contemplar los cuadros de maestros italianos comprados por sus agentes y se desplazaba al puerto para disfrutarlos aún antes de ser descargados. Y el propio Rubens comenta, respecto al monarca español Felipe IV, que "es verdad que la pintura le produce verdadero deleite" (citado en Brown, é. 1995, pág 99). La sofisticación de los códigos artísticos obliga a que el gozo estético, en el caso de la cultura, requiera de cierto entrenamiento cuyo elemento básico es la exposición o consumo previo<sup>39</sup>.

La demanda de arte por parte de los poderosos responde también a una exigencia psicológica que, en algunos casos, llega a niveles patológicos y que es el coleccionismo. Evidentemente, el coleccionismo no se limita a los bienes artísticos y puede englobar cualquier otro bien. Este deseo compulsivo se manifiesta de manera bastante generalizada e incluso se manifiesta en distintas culturas. "El impulso por coleccionar se manifiesta desde temprana edad. En un estudio realizado por Caroline Frear Burk se demostraba que sólo el 10% de los niños y el 9% de las niñas no se muestran activos coleccionistas" (citado en Gil, 1994, pág 34). Coleccionar significa reunir objetos de una determinada categoría por los que el coleccionista siente una atracción especial. Tut-Ank- Amon ya reunía bastones de manera compulsiva (citado en Gil, í 1994, pág 35). El coleccionismo que a nosotros nos afecta, sin embargo, es un fenómeno de la Edad Moderna que justifica el interés del objeto coleccionado en su valor formal y artístico y no en su rareza, valor pedagógico o valor material (en este último caso la voluntad no es coleccionar sino atesorar).

Coleccionar de manera general exige tener tiempo ocioso y, en concreto, para coleccionar arte es necesario un elevado nivel de renta, ya que cada uno de los objetos tiene un precio individual elevado.

Efectivamente, el coleccionismo como actividad individual tiene también otras justificaciones que ya han quedado descritas en los párrafos anteriores como la distinción o incluso el placer estético, pero no cabe duda que existe cierto proceso psicológico que incentiva y motiva la acumulación de objetos para su contemplación o deleite al margen de estas otras compensaciones.

También es cierto que se podrían encontrar otros mecanismos psicológicos más sofisticados que

---

1992, págs 10-11) que alude a la percepción como un hecho hermenéutico, accesible sólo por iluminados; "Le fait que l'oeuvre d'art représente un défi lancé à notre compréhension parce qu'elle échappe indéfiniment à toute explication et qu'elle oppose une résistance toujours insurmontable à qui voudrait la traduire en l'identité du concept a été précisément pour moi le point de départ de ma théorie herméneutique"; citado de Gadamer (1991): *L'art de comprendre*. Aubier París.

<sup>39</sup> Ver en el capítulo siguiente el carácter adictivo de los bienes culturales.

expliquen demandas concretas de mentes concretas (demanda pornográfica, de entretenimiento, religiosa, narcótica, escabrosa etc. ..) pero que quizás no tengan la generalidad y la relevancia para nuestros fines, que tienen las dos resaltadas.

## 8. Unas recapitulaciones a media jornada.

El somero repaso realizado en las páginas anteriores nos apunta la complejidad y la multiplicidad de variables que podemos detectar para contestar a la pregunta que nos planteábamos al principio; ¿Por qué los poderosos demandan arte y cultura?. Lo más probable, en cada caso concreto, es que el comportamiento individual venga explicado por una adecuada combinación de las razones presentadas en los puntos anteriores. Sin embargo, el ejercicio realizado nos puede ayudar a sistematizar unas relaciones que, a nuestro entender y tal como intentaremos argumentar posteriormente, tienen mucho que ver con la configuración actual de las políticas culturales.

En el siguiente cuadro, que no tiene más intenciones que las estrictamente expositivas, resumimos las razones que nos han aparecido a lo largo de nuestro análisis sobre la pregunta formulada.

### Cuadro 1.1.

#### Factores que explican las relaciones entre el poder y las artes.

Recompensa	Valor explotado	Carácter del creador
Compensaciones Psicológicas.	El valor de uso del bien. -Placer estético. - Coleccionismo.	Artista/ artesano. (Habilidades artístico-técnicas)
Compensaciones Sociales.	El valor de uso del mensaje: - Como vehículo ideológico (documental, cohesionador, legitimador, proselitista). - Como signo, símbolo y representación de status y prestigio.	Artista propagandista. (Habilidades comunicativas)
Discurso mítico sobre el creador y la obra creada +Mercantilización del producto = Autonomía de la creación		
Compensaciones Económicas	El valor de cambio del bien.	Artista genio.

Fuente: Elaboración propia.

Efectivamente los poderosos, al igual que el resto de los humanos, consumen bienes culturales porque obtienen algo a cambio. Como corresponde a las complejidades del bien cultural, las recompensas son distintas y están relacionadas o con el ámbito individual o con el ámbito social. Las primeras derivan su naturaleza del valor de uso del bien, mientras las segundas lo hacen de su valor simbólico; es decir, de su significado o su mensaje. Excepto en los últimos cincuenta años, la demanda significativa de bienes culturales provenía de los poderosos que poseían tanto el tiempo de ocio necesario como la posibilidad para adquirir las aptitudes para su consumo, así como la renta destinada al consumo suntuario. Esta demanda expresada en el mercado junto con el desarrollo de un discurso que mitifica el valor de la

creación y de la obra creada, posibilita la institución de mecanismos estables para la mediación entre producción y demanda y, por tanto, la mercantilización de los bienes culturales, lo que a su vez incorpora la compensación estrictamente monetaria como un argumento motivacional más para la demanda de productos artísticos.

Estas causaciones no son lineales ni describen ningún proceso histórico concreto y, ni siquiera pueden aplicarse de manera general al conjunto heterogéneo de los bienes culturales, sino que sólo trata de sistematizar, de manera ordenada, la relación entre el valor del bien artístico y los mecanismos que generan dicho valor.

Considerar que persisten los mecanismos básicos que generan la demanda cultural es el primer paso para intentar comprender cómo se articulan y a través de qué procesos se generan las decisiones colectivas que determinan la provisión/producción pública de cultura. El siguiente paso es añadir los argumentos que caracterizan el mundo contemporáneo frente a la visión histórica que hemos realizado. En primer lugar, hay que reconocer la existencia de más agentes en la configuración de estas decisiones y, por tanto, será necesario observar cómo y en qué sentido se establecen los modelos de interacción entre los agentes implicados. En segundo lugar, el advenimiento de las sociedades democráticas en el ámbito político y la utilización del mercado como principal institución asignativa incorporan un nuevo marco en el que se desarrollan estas relaciones. El ejercicio de la política cultural parte de otra idea que no ha salido a colación en los párrafos anteriores: *la utilidad social del consumo cultural*, y que también es merecedora, a nuestro parecer, de ciertas reservas. En el siguiente punto nos dedicamos a exponerlas.

## 9. Otra leyenda dulce: el consumo cultural.

Sócrates.- Así, pues, se podrá complacer a una muchedumbre de almas reunidas sin preocuparse de lo que les es más ventajoso.

Callicles.- Así me lo imagino.

Sócrates.- ¿Podrías decirme que profesiones son las que producen este efecto?, o mejor aún, si lo prefieres, te interrogaré, y a medida que te parezca que una profesión es de esta clase dirás que sí, y si te parece que no, dirás que no. Comencemos por la profesión de flautista. ¿No te parece, Callicles, que visa nada más a procurarnos un placer y que de lo demás no se preocupa?.

Callicles.- Eso me parece.

Sócrates.- ¿Y no juzgas lo mismo de todas las profesiones parecidas, como la de tocar la lira en los juegos públicos?.

Callicles.- Sí

(*Diálogos de Platón. Gorgias o de la retórica*)

Un axioma que aparece sin discusión es aquel que declara que una sociedad con más cultura es mejor que una sociedad con menos cultura. Y en este contexto hablamos de "cultura" entendida en sentido Kantiano y no antropológico<sup>40</sup>. Es decir, aquella que se refiere a la cultivación del espíritu y la mente a

<sup>40</sup> [el concepto de cultura]..".sovint opera com a sinònim de civilització en un sentit antropològic, moltes vegades, en un sentit radicalment restrictiu, com a definició de productes intel·lectuals altament sofisticats i especialitzats. En el

través del consumo de bienes culturales. Así, determinadas cifras se convierten en índices sobre la salud cultural de las naciones (cifras sobre lectura, asistencia a teatros o auditorios musicales) y mejorar dichas cifras, uno de los objetivos de las políticas culturales. Sin embargo esta concepción, a pesar de que está completamente extendida y aceptada, resulta de una endeblez sorprendente si se profundiza un poco más en su análisis.

El "arte por el arte" ha sido una consigna que en determinados ciclos históricos ha sido reclamada, con mayor o menor éxito, desde la esfera de la producción artística<sup>41</sup>. Sin embargo, el discurso elaborado alrededor del consumo masivo de cultura, aporta siempre la necesidad de una teleología individual o social de dicho consumo. La cultura seria se contrapone en este sentido al mero entretenimiento o espectáculo que queda relegado a una posición inferior precisamente por su frivolidad. El hedonismo de la sociedad de consumo del capitalismo moderno tropieza en la frontera de la cultura seria y parece reservarse sólo para la demanda de entretenimiento. Desde la perspectiva individual, consumir cultura por el simple placer estético que proporciona, parece casi un derroche de recursos. Se establece así una jerarquización moral del consumo y que, incluso, ya ha sido señalada por algunos economistas. Pigou, en su *Economics of Welfare*, ya afirmaba<sup>42</sup> "*Of different acts of consumption that yield equal satisfaction, one may exercise a debasing, and another an elevating influence. The reflex effect upon the quality of people produced by public museums, or even municipal baths, is very different from the reflex effect of equal satisfaction in a public bar*". Los bienes culturales se han convertido así en bienes de inversión de capital humano, que sirven en una perpetua espiral para mejorar el consumo de futuros bienes culturales o para conseguir el desarrollo de las potencialidades individuales en un proceso que sólo puede concluir con la desaparición del individuo. Esta interiorización de la teleología del consumo cultural ha provocado que los bienes culturales se incorporen en el cada vez más numeroso grupo de bienes que manifiestan nuestra debilidad de voluntad<sup>43</sup>. Tal y como muchos individuos consideran que *deberían* hacer más ejercicio, consumir menos televisión, fumar menos, comer más sano, también consideran que *deberían* consumir más bienes culturales.

A nivel colectivo, el consumo cultural asume la exagerada función de elevar el espíritu de las sociedades, convirtiéndose así en una mágica vacuna de amplio espectro para las patologías sociales. Incluso las críticas más acendradas respecto a la intervención pública reconocen que el desarrollo de las artes son el reflejo de una sociedad buena y que sirven y aseguran la mejora social (Lingle, C., 1992). Este discurso, que otorga a los bienes culturales la etiqueta de bienes preferentes (*merit goods*),

---

primer cas podem referir-nos a les "cultures precolombines" i en el segon, podem expressar exigència de nivell cultural quan diem que "les telenovel·les no són cultura" (Marín, E.; Treserras, J.M.1994)

<sup>41</sup> In the twentieth century the idea of art for art's sake undergoes a rather radical transformation, generating a more serious and systematic doctrine, and exerting a more positive influence upon artistic creation. It now appears in new interpretations of such concepts as "pure poetry", "significant form", "plastic form". The significance of this movement lies in the insistence that the work of art is an autonomous and self-contained entity; its meaning and value are exhaustively contained in its material and formal being. Works of art do not need to borrow significance from biographical, psychological, historical or sociological sources; their significance lies in the formal structures that they realize in a material medium. (Jenkins, Iredell 1968)

<sup>42</sup> Citado en Moore, T., 1976

<sup>43</sup> "En general, el problema de la voluntad débil significa obrar contra el buen juicio de uno o hacer lo que uno cree (considerados todos los factores) que no debería hacer". (Elster, J. 1989 b, pág 33)

es el que sustenta gran parte de las intervenciones gubernamentales en cultura.

Para poner en solfa estos mágicos atributos del consumo cultural, lo más llamativo son los escandalosos contraejemplos ¿No era culta la sociedad alemana de la Segunda Guerra mundial?. Una significativa escena de la película de Spielberg *La lista de Schindler* ilustra lo que queremos expresar. Durante la evacuación del gueto de Cracovia, en un momento de la brutal *razzia*, uno de los oficiales se pone a tocar el piano en una de las casas de los judíos. Dos soldados se detienen en la puerta de la habitación e inician una discusión, entre las ráfagas, sobre si la obra que está interpretando el oficial se trata de Mozart o Bach. Después, se marchan tranquilamente a continuar la masacre. Hablamos de la cultura como una capa protectora contra "las raíces atávicas que acechan apenas por debajo de la existencia y que constantemente presionan por manifestarse", tal como interpreta D. Bell sobre la literatura de Joseph Conrad (Bell D., 1977, pág 19). Sería interesante investigar si los índices de lectura, o la asistencia a los teatros eran más elevados en la antigua Checoslovaquia que en la antigua Yugoslavia. Estoy seguro que no encontraríamos diferencias sustanciales. Y sin embargo, una sociedad resuelve de manera civilizada la división entre sus comunidades y la otra se lanza a un guerra brutal y salvaje donde los antiguos vecinos que se prestaban la sal y el arroz se vuelven violadores, torturadores y asesinos mutuos.

Nadie ha demostrado con claridad que una sociedad que consume bienes culturales en proporción elevada esté inoculada contra los derrapajes de la barbarie, a menos que la definición de "cultura" se realice de manera tautológica; es decir, será culta aquella sociedad que no utilice la barbarie para resolver sus conflictos. Pero entonces la calificación de culta no tendrá nada que ver con índices de lectura, ni con el número de orquestas sinfónicas, ni con las galerías de arte, ni con los museos, ni con nada de lo que es función de un político responsable de la política cultural. Tampoco a nivel colectivo existe ninguna correlación evidente entre mayor consumo cultural y mayor éxito económico o mayor felicidad, sea ésta medida como sea.

La idea de la bondad social del consumo cultural, que nos coló algún ilustrado de hace doscientos o trescientos años en el imaginario colectivo, se ha de poner en cuarentena, a menos que alguien aporte argumentos más contundentes. Hasta ese momento, el beneficio colectivo del consumo cultural -que no es poco- no es más que la suma de los beneficios estéticos o sociales que obtienen los individuos que consumen cultura y de los beneficios derivados del arrebato creativo y monetarios que obtienen aquellos individuos que la producen. Por mucho que nos duela, no existen significativas mejoras en el funcionamiento social entre una colectivo que contenga muchos individuos dispuestos a ocupar su tiempo viendo *realities shows* televisivos, frente a otra en que la mayoría de sus miembros sepan tararear las sinfonías de Mahler. No es mejor, en ninguno de los términos que podamos considerar como éxito colectivo, una sociedad de empedernidos lectores de prensa del corazón frente a otra de devoradores literatura seria. En ambos casos, la segunda sólo será más culta y eso sólo significa que consume más bienes culturales.

La mitología sobre los efectos sociales beneficiosos de un consumo cultural masivo es una idea de la Ilustración que se insitucionaliza mundialmente durante el Siglo XX. Desde 1951, la UNESCO es la rama de las Naciones Unidas que tiene por objeto fomentar el desarrollo cultural de todo el planeta, concretando la no demostrada idea de que cuando gran parte de la población consume bienes culturales desaparecerá la mayoría de los conflictos que asolan la convivencia entre los seres humanos. Desde nuestro punto de vista en este optimismo infundado es donde hay que buscar el origen de la pobreza

del debate social alrededor de la cultura, en el que cualquier arista que se salga del “consenso ilustrado” queda inmediatamente ahogada en pomposas retóricas.

Producción y consumo cultural son destinos alternativos del mismo tiempo y de los mismos recursos. Seguir un curso por correspondencia sobre pintura y pintar bodegones y marinas en casa es un uso alternativo del tiempo y el dinero necesario para visitar exposiciones de cubismo, de la misma forma que tocar la guitarra como aficionado nos impide ir con mayor frecuencia a conciertos de música clásica. A nivel macro, las sociedades deben decidir qué parte de sus recursos se dedica a la creación y cuál hacia el consumo<sup>44</sup>. La democratización del consumo cultural ha corrido paralela a la democratización de la producción cultural. De unos pocos centros de producción cultural a finales del S.XIX, se ha pasado a un modelo donde cualquier concentración urbana de tipo medio, en cualquier parte del mundo, cuenta con su núcleo relevante de productores culturales. La paradoja aparece cuando consideramos que la cantidad de bienes y servicios creados se convierte en un stock acumulado históricamente y de dimensiones crecientes, y su consumo óptimo requiere de una formación continuada y de un proceso de aprendizaje constante de los nuevos códigos simbólicos. Las exigencias del propio proceso creativo obliga, además, a una constante renovación de los lenguajes artísticos, de las técnicas artísticas y de la propia concepción y redefinición del hecho artístico y, por tanto, su consumo requiere de las habilidades -cada vez más sofisticadas- para decodificar el cambiante mensaje artístico.

Esto explica en el S. XX las dificultades que tiene la producción cultural contemporánea de incorporarse de manera permanente al acervo de la cultura seria y cómo se limita a constituir una sucesión de "ismos" que aparecen y desaparecen de las prácticas del consumo masivo a golpes de presión mediática. La masificación del consumo cultural se ha sustentado, no en el consumo de cultura contemporánea, sino básicamente en consumo del stock existente de "cultura clásica" cuyas habilidades de interpretación son enseñadas en los sistemas generales de educación reglada. Contextualizar y entender a Cervantes, Shakespeare, Mozart o Velázquez y a sus obras artísticas es una capacidad con la que cuenta la mayoría del conjunto de la población formada, afirmación que ya no resulta tan evidente si hablamos de música, poesía, teatro o pintura contemporánea<sup>45</sup>. La constatación de este hecho nos lleva a la paradoja de que las mismas actuaciones de promoción pública de la cultura están dirigidas hacia productos distintos según nos refiramos a la producción o al consumo. La misma institución que programa y subvenciona sinfonías de Mozart y Vivaldi para el público, concede becas a compositores contemporáneos cuyas obras no tendrán nunca la difusión de sus homólogos históricos. La extensión y masificación del consumo cultural no es el reverso de la masificación de la producción cultural, lo que provoca que, a pesar de la multiplicación exponencial de obras creadas, éstas

---

<sup>44</sup> Es el mismo dilema que se presenta en términos de stocks patrimoniales: ¿Qué proporción de recursos dedicar a la conservación del patrimonio existente y qué proporción a "producir" nuevo patrimonio?. Para un análisis de la dimensión económica de este dilema ver Mossetto 1993, cap 7. Partiendo de este análisis y en formato periodístico, Rausell trata el tema de la restauración del Teatro Romano de Sagunto (Rausell, 1993).

<sup>45</sup> Esta afirmación es matizable según de los soportes creativos que estemos hablando -por ejemplo es más frecuente que el conjunto de la población formada domine las habilidades perceptivas para el "pop art" o el cubismo que para la música dodecafónica, o en general toda la música "seria" contemporánea -. De manera intuitiva nos explicamos estas diferencias por las diferentes técnicas de consumo -es posible contemplar a través de reproducciones la Historia del Arte, en una semana, mientras que esto no es posible en el caso de la música- y por la cantidad y velocidad de las "revoluciones formales" que se dan en los distintos ámbitos creativos. Hay menos diferencias formales ( muy entre comillas) entre el Quijote y una novela de García Márquez, que entre Bach y la música dodecafónica o entre Quevedo y la poesía simbolista.

continúan sin perder su esencia mítica y que, por tanto, aquellas que finalmente llegan a los mercados profesionalizados mantengan un elevado precio (a costa de que la mayor parte de la producción artística quede por descubrir públicamente). Si bien este hecho parece perjudicial para los creadores contemporáneos, ya que no sólo deben competir con sus coetáneos sino principalmente con sus antecesores, no es menos cierto que ese comportamiento asimétrico de oferta y demanda sostiene el aura mágica sobre el hecho creativo y permite mantener, para aquellos que finalmente traspasan la barrera del favor del público (o mejor dicho, de la atención mediática), una relación de poder sobrevaluada y, por tanto, unos precios mayores por unidad de producción. El mito del artista persiste.

## 10. La cultura como objetivo de la política pública.

Las relaciones descritas en los puntos anteriores sobre las relaciones entre el poder y la cultura, evidentemente no son suficientes para explicar los vectores que determinan la práctica concreta de las políticas culturales. Sin embargo, apuntan algunas características que necesariamente habrá que tener en cuenta. Se ha dedicado mucho tiempo en Economía de la cultura a descubrir si existen razones de peso para que el Estado participe en la protección, promoción o conservación de la cultura, pero no existen explicaciones plausibles de por qué y en función de qué argumentos se diseñan las políticas culturales (Rausell, P. 1995).

### 10.1. El derecho a la cultura.

A todos estos rasgos que nos sirven de los análisis precedentes hay que incluir, por supuesto, otros que derivan básicamente del fenómeno general de la democratización de las sociedades occidentales y, particularmente, de la idea de la democratización de la cultura. El "derecho a la cultura", incluido en la "Declaración Universal de los Derechos del Hombre" de 1948, ha sido uno de los elementos claves en la aparición de las políticas culturales. Este derecho, que declaraba originalmente: *Todos los individuos tienen derecho a participar libremente en la vida cultural de la comunidad*, fue ampliado en 1970 por Rene Maheu, Director General de la Unesco:

*"It is not certain that the full significance of this text, proclaiming a new human right, the right to culture, was enterily appreciated at that time. If everyone, as an essential part of his dignity as a man, has the right to share in the cultural heritage and cultural activities of the community -or rather of the different communities to wich men belong (and that of course includes the ultimate community - mankind), it follows that the authorities responsible for these communities have a duty, so far as their reosurces permit to provide him with the means for such participation [...] Everyone, accordingly, has the right to culture, as he has the right to education and the right to work [this is the basis and first pourpose of cultural policy]"* (citado en Girard & Gentil, 1983, pág 182-3)

Esta redacción implica, pues, una responsabilidad concreta en el sector público para garantizar el derecho a la cultura, incluyéndose así -especialmente en Europa- en el desarrollo global de las economías del bienestar. Se incorpora también el concepto de democratización de la cultura, que es un concepto que presenta una doble vertiente: por una parte significa que el conjunto de la población no debe estar excluido de un consumo que tradicionalmente sólo llegaba a las élites y, por otra implica que los individuos, a través del sistema democrático, tienen la posibilidad de afectar a las decisiones sobre provisión o producción cultural por parte del Estado.

Todos estos nuevos valores se incorporan a unas intervenciones que ya no dependen sólo del capricho del soberano, sino que se han constituido en derechos fundamentados a partir de cierto consenso democrático. La asunción colectiva de la intervención cultural como sujeto de la acción política, implica la construcción de un discurso legitimador basado en ventajas sociales que vistan ciertas decisiones que históricamente se han tomado a partir de lógicas individuales. Una parte de ese ejercicio legitimador parte de ese proceso de mitificación del consumo cultural que hemos descrito en párrafos anteriores. Básicamente el consenso se articula a partir de los *valores culturales* de los bienes artísticos.

## 10.2 Los valores culturales

Sea cual sea la definición de bien artístico, en un entorno tecnológico e informacional cambiante, resulta completamente extendida la idea de que éste es un vehículo de valores culturales. Hablar de valor cultural significa hablar de un concepto demasiado amplio y que, en muchas ocasiones, encubre la falta de un análisis más preciso. ¿Cuál es el contenido de ese valor cultural y por qué exige una protección determinada?

El valor cultural realmente comprende y contiene varios valores de características distintas, las cuales detallamos a continuación:

1) El valor de la creación: la creación/innovación que todo bien artístico incorpora es un bien público que tiene efectos beneficiosos sobre el conjunto social y, como tal, deben ser soportados por la sociedad. Se trata no tanto de asegurar el bien creado como de garantizar el propio proceso de creación. Para incentivar la creación, el creador debe encontrar una recompensa a sus esfuerzos. La mercantilización de la obra creada o, en su defecto la intervención pública, tiene como objetivo alentar ese esfuerzo creativo e incentivar las creaciones futuras. El mercado, exclusivamente, no puede garantizar la recompensa de la creación, especialmente por dos razones: por una parte, el mercado no interioriza los efectos de la creación sobre otros sectores o sobre el conjunto de la sociedad y, por otra parte, todo proceso creativo es una apuesta con elevadas probabilidades de fracaso. De la misma manera que la investigación, la creación ordenada con criterios exclusivos de mercado que exigen recompensas a corto plazo, es deficitaria por definición. Los efectos externos de los procesos creativos pueden incluso percibirse pasadas varias generaciones.

2) El valor del mensaje: las formas simbólicas que se transmiten a partir de la obra creada coinciden con valores y conocimientos que son sentidos por la comunidad o son útiles para conseguir mayores grados de cohesión social y de progreso. Por tanto, deben ser promovidos colectivamente. La difusión de la historia, la ciencia, la tecnología, la lengua o la de valores como la tolerancia, la libertad, la identidad o cualquier otro, es una necesidad básica para garantizar la sostenibilidad del entramado valorativo que permite la pervivencia del sistema democrático. Es decir, la difusión de determinados mensajes resultan necesarios para ordenar un ideal de sociedad que se pretende que se proyecte conjuntamente.

3) El valor de la pluralidad: la pluralidad es también un valor colectivo en las sociedades democráticas. Sólo mediante el respeto a la diversidad es tolerable la tiranía de las mayorías. La producción de bienes culturales, como actividad industrial tiene unos costos por unidad de producto que dependen del número total de unidades. Segmentos estrechos de demanda no verían satisfechas sus necesidades

culturales si deben proporcionar la recompensa adecuada a los productores. Garantizar, mediante la producción o provisión pública, la pluralidad de la oferta es un objetivo de la intervención de los poderes públicos.

4) El valor de la formación: los bienes culturales incrementan la formación y la educación de aquellos individuos que los consumen, capacitándolos para un desarrollo integral de su esencia humana. Este concepto del derecho a la posibilidad del desarrollo individual es uno de los pilares de la visión humanista que impregna a las sociedades occidentales desde la Ilustración, y que sustenta las ideas de progreso y felicidad. El argumento que inspira la intervención pública para mantener este valor formativo de los bienes culturales, frente al modelo asignativo del mercado, reside en el hecho de la "demanda de formación" expresada a través del mercado sería inferior a la óptima, dado que los "no formados" no calibrarían las ventajas que les puede reportar la formación y, por tanto, manifestarían demandas inferiores a las eficientes. Por otra parte, la formación es un requisito previo para mantener la igualdad de oportunidades y en consecuencia, entra dentro de la lógica del papel redistributivo que se le asigna al Estado en las sociedades occidentales.

La política cultural moderna, heredera históricamente de prácticas basadas en la lógica individual se conforma, por consiguiente, a partir de esas prácticas y del acervo valorativo que, desde la revolución conceptual de la Ilustración, inspira a las sociedades democráticas occidentales. Un análisis que pretenda explicar las formas de estas políticas debe atender necesariamente a esta doble realidad.