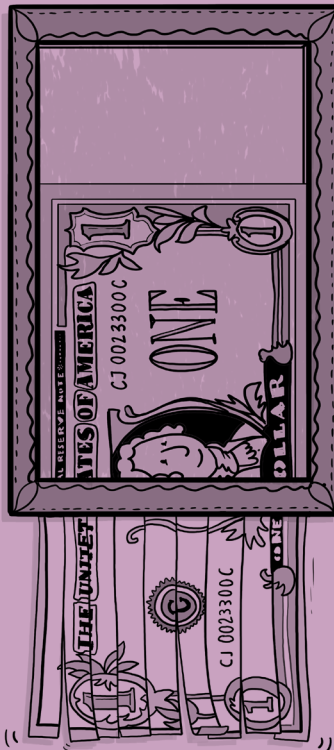


# Democràcia cultural

Jorge Picó



# DEMOCRÀCIA CULTURAL

Jorge Picó

Introducció .....	5
La cultura, recorregut crític .....	6
Capitalisme cultural .....	12
Democràcia cultural .....	22
Conclusions: «No tenia figura ni bellesa que es fes admirar, ni una presència que el fes atractiu» (Is 53,2) .....	25
Notes .....	27
Preguntes per a la reflexió .....	30

**Jorge Picó.** Actor, autor i director de teatre. Llicenciat en Filologia Anglogermànica per la Universitat de València. Llicenciat en Art Dramàtic per l'ESAD de València. Diplomant per l'École Internationale de Théâtre Jacques Lecoq de París. Voluntari a Càritas i membre de l'àrea social de Cristianisme i Justícia.

AQUESTA PUBLICACIÓ ES DISTRIBUEIX GRATUÏTAMENT. Col·labora  
amb Cristianisme i Justícia: Bizum codi 05291  
[cristianismeijusticia.net/donatius](http://cristianismeijusticia.net/donatius)

Edita Cristianisme i Justícia. Roger de Llúria, 13, 08010 Barcelona  
Tel. 93 317 23 38, e-mail: [info@fespinal.com](mailto:info@fespinal.com), [www.cristianismeijusticia.net](http://www.cristianismeijusticia.net)  
Imprimeix: Ediciones Rondas S.L. Dipòsit Legal: B 10526-2023  
ISBN: 978-84-9730-535-8, ISSN: 0214-6495, ISSN (virtual): 2014-6574

Dibuix de la portada: Roger Torres. Edició: Santi Torres  
Correcció del text: Núria Garcia i Caldés. Maquetació: Pilar Rubio Tugas  
Imprès en paper i cartolina ecològics. Juny del 2023

*Agraïsc la lectura atenta del quadern i els comentaris que el van millorar a Juan Arnau, Patricia Blanco, Eusebio Calonge, Xochitl de Lleó, Berta Esparza, Miguel Teruel, Raúl Zambrano i molt especialment a Alfonso Amador, José Luis Ángeles, Fernando Calzadilla i José Ignacio González Faus.*

*Eternament agraït a la confiança prestada per Xavi Casanovas qui em va convidar, ja fa deu anys, a escriure al blog de CJ, i ara, a somiar un quadern així.*

# INTRODUCCIÓ

---

El títol d'aquest quadern posa al costat dues paraules, democràcia i cultura, que es donen suport mútuament com caminants esgotats a mig camí. El cansament de la primera paraula és degut al fet que designa una realitat desfigurada,<sup>1</sup> erosionada en els seus fonaments per la globalització econòmica, el poder de les grans empreses, la tecnopolítica i el populisme. La segona perquè ha perdut empenya crítica i utòpica en deixar de ser un noble ideal i un antídoto contra el poder i passar a ser vassalla seva. Com si el seu pas per l'Edat Moderna l'hagués deixat esgotada.<sup>2</sup> En paraules del teòleg José I. González Faus, «així com abans es deia que la filosofia era *ancilla theologiae*, avui caldria dir que la cultura és *ancilla oeconomiae* (serventa o criada de l'economia)».

Xavi Casanovas, que durant anys va ser director de Cristianisme i Justícia, em va plantejar un dia per què la lluita per la justícia sembla sempre vinculada a un cert ascetisme, renyit amb la cerca de la bellesa en el món. Com si la bellesa, deia en Xavi, fos sinònim d'hedonisme, plaer i estètica, i això li dificultés ser un vehicle per a la justícia: en una banda l'estètica, la bellesa i l'art, i en l'altra la justícia, com si es tractés de mons separats. I, en dissociar bellesa i justícia, la primera quedés relegada al traster de les coses inútils perquè la seva tasca passés a ser simplement la d'agradar.

La meua recerca se sosté sobre la hipòtesi que la bellesa i l'art no es poden mesurar en termes d'utilitat o no utilitat. No existeixen sacsejades estètiques de bellesa que ens portin directament a la intervenció política, però sí que hi ha una commoció davant el que és bell que es pot viure com a anunci d'un món millor. Si bé és veritat que existeix un art actual caracteritzat per la seva utilitat tranquil·litzadora, el que ens interessa ara és la funció transformadora que l'art pot tenir.<sup>3</sup>

La força de l'art resideix en el canvi de sensibilitats, el qual, a través de la contemplació estètica, ens porta d'un món sensible a un altre amb els seus nous límits, les seves noves possibilitats i les seves intoleràncies. El meu propòsit en aquest quadern és distingir quines són les estratègies que el porten a acomplir la seva funcionalitat i quines la neutralitzen. Començaré per la cultura i després m'aproparé a l'art.

En aquest primer apartat ens ocuparem de la cultura com a forma de vida distingint-la de la cultura entesa com a art, adoptant una visió més antropològica que connecti cultura i societat i considerant la cultura com una talaia des de la qual podem albirar transformacions sensibles i polítiques.<sup>4</sup> Gramsci, en parlar de cultura, feia moltes referències a la «disciplina del jo interior» i convidava a una «conquesta de superior consciència per la qual s'arriba a comprendre el valor històric de cadascú, la funció en la vida, els seus drets i els seus deures». Per al pensador italià l'home era sobretot esperit, creació històrica i no natural. Només sota aquesta visió, la cultura pot acomplir la seva tasca crítica o, en paraules de Gramsci, es pot arribar a afirmar que «cultura és crítica». Serà millor, doncs, que fem un petit recorregut cultural crític abans d'arribar a la funció de l'art avui dia.

## **Distingim entre cultura i civilització**

Cap al 1950 i a França, Claude Lévi-Strauss va diferenciar entre cultura i civilització. La primera era un conglomerat de sistemes simbòlics, i per aquest motiu es presenta més lligada a l'ètica, a l'art i a l'espiritualitat. En canvi, la civilització s'ocuparia de l'agricultura, de la indústria i fins i tot de l'economia. Cal assenyalar que

aquesta distinció atorga una gran importància al que és simbòlic, tot i que, com diu Eagleton, és molt probable que el simbòlic i el pràctic estiguessin més vinculats a l'època premoderna del que ho van estar a l'època moderna.<sup>5</sup> Per posar un exemple, la bústia de correus és un assoliment de la civilització, no és cultural, perquè simplement és útil per a la societat, no simbolitza res. Tanmateix, quan decidim posar-hi una boca de lleó en comptes

d'una simple ranura, com per exemple de vegades fem a Catalunya, aquí sí que entrem en el terreny del simbòlic: el lleó simbolitza la força, i és, de tots els animals, qui millor tindrà cura de les nostres cartes.

## **L'home, animal simbòlic**

Un dels grans estudiosos sobre l'àmbit simbòlic i l'ésser humà, Ernst Cassirer, valora el simbòlic com un assoliment,<sup>6</sup> perquè l'ésser humà deixa de viure exclusivament en un univers físic, el de la pura reacció als estímuls, per afegir-hi aquesta nova dimensió. I aquí és on entren llenguatge, art, mite i religió ajudant l'ésser humà a conversar amb si mateix en lloc de mantenir un tracte immediat amb la vida, com fan els animals. La realitat física ens obliga a una resposta ràpida que, gràcies al que és simbòlic, és retardada a través del pensament. Cassirer acaba definint l'individu com un «ésser simbòlic» enfront de la definició clàssica d'«ésser racional». I és aquesta possibilitat, continua dient, la que obre un camí nou a l'ésser humà: el de la civilització.<sup>7</sup> I una última anotació per tancar: «Si volem novel·les, necessitem fàbriques de paper i impremtes. La civilització és la precondition de la cultura».<sup>8</sup>

## **La centralitat de la persona està per sobre de la seva cultura**

N'hi ha prou amb dir «cultura mexicana» o «francesa», per posar dos exemples, perquè ens vinguin al cap un seguit d'hàbits, costums, sabers i arts que sabríem reconèixer com a distintius de

cadascuna. Les cultures es reconeixen, perquè estan molt lligades a la manera com ens comportem. Si la biologia i el sistema econòmic s'ocupen que la societat es pugui reproduir, la cultura s'encarrega que la puguem reconèixer i la puguem comparar amb unes altres. Terry Eagleton explica que la cultura és l'«estètica de la conducta social».<sup>9</sup> La cultura ens dona funcionaments, i el més clar és la imitació; com diu Javier Gomá: «l'home, necessàriament, imita l'exemple d'uns altres i és exemple per als altres».<sup>10</sup> El pare d'aquesta idea és René Girard, que deia que el desig de mimesi, és a dir d'imitació, és el que ens fa humans i ens permet escapar dels apetits i els instints; i a través de la imitació podem formar les nostres identitats, perquè som incapaços de construir-les a partir del no-res, com si fossin creacions pures.<sup>11</sup>

## *Relativitzar els funcionaments culturals*

El problema és que no sempre els funcionaments d'aquests funcionaments culturals són clars, tot i que és gràcies a aquesta possibilitat de reconeixement que els nostres funcionaments es poden qüestionar i relativitzar. Que jo fregui el pa amb tomàquet per acompanyar els àpats o els acompanyi i embolcalli amb *tortillas* de blat de moro no em converteix en una persona ni millor ni pitjor. Són costums culturals, particularitats —«cadascunades», que deia un professor meu de la facultat—, i parlen de la diversitat i la riquesa amb què el subjecte culturitza la necessitat vital de menjar. El problema esdevé més seriós si considerem unes determina-

des pràctiques culturals. Per exemple, les pràctiques culturals dels talibans veten que un home examini una dona, ni tan sols durant el part; des de que es van fer amb el poder de l'Afganistan l'agost de 2021 i atesa l'escassetat de sanitàries, s'ha incrementat la mortalitat de les dones embarassades.<sup>12</sup> Això no té cap fonament ni valor rescatable. Per posar un altre exemple més llunyà, Adam Smith retreia a Plató que no desaproves enlloc la pràctica de l'assassinat de nounats permesa en gairebé totes les ciutats gregues.<sup>13</sup>

Les persones són millors i més importants que les cultures en què viuen immerses, que sempre necessiten ser revisades, relativitzades i, quan convingui, condemnades amb rotunditat. Si se'm permet introduir vitamines cristianes, ¿que potser Jesucrist no estava constantment relativitzant el significat de la família, del poble, dels partits polítics i fins i tot de la llei i la moral? Allà on es deia «a dalt, gran, més», Jesús reescribia «a baix, petit, menys».<sup>14</sup> Jesús, fonamentalment, ens convida a comportar-nos així. És fàcil per a les cultures pujar al cavall de l'arrogància, i quan les absolutitzem el que apareix és el racisme, la discriminació i l'etnocentrisme que, en si, no tenen cap mena de fonament científic. Tracem perímetres culturals («els nostres, primer»), i és la cultura qui s'encarrega de distingir i assenyalar.

### *La lliçó d'Heròdot*

El famós historiador grec Heròdot, autèntic reporter de l'època, va recórrer el món interrogant, inquirint, investigant institucions, hàbits, costums

i idees d'altres pobles. En les seves *Històries* es va dedicar a dir coses com «d'aquí els grecs van agafar aquesta idea» o «això és més raonable que el que fan els grecs». Va ser un autèntic «historiador cultural» que ens ensenya a relativitzar les cultures i a no absolutitzar-les. Te'l pots imaginar anant de taula en taula, de conversa en conversa, estirant la llengua, anotant, recordant. I tot això ho fa abans que la filosofia comenci a atrapar la realitat en conceptes, abans que sigui ordenada mitjançant esquemes i classificacions, com va fer Aristòtil. L'oïda de Heròdot es va moure dins de l'al·luvió de dades i esdeveniments històrics que provenien de les persones, en aquest temps úniques dipositàries de la memòria. Com un bon periodista, va anteposar el rostre de la persona, i asseure's a escoltar-la i distingir hàbits culturals amb l'autoritat que li donava el fet de poder comparar i examinar. Serveixi aquesta afirmació de la centralitat de les persones per sobre de les cultures en les quals viuen per abordar el problema següent, el del culturalisme.

### **El culturalisme**

La dificultat de relativitzar les cultures rau en el punt que demanen adhesió, atès el seu caràcter comunitari. I no solament adhesió, sinó que pertànyer a una comunitat cultural és un bé primari i un dret. Com relativitzo alguna cosa a la qual m'he d'adherir i que a més és un bé? Aquí resideix una de les funcions de l'art, la seva capacitat de produir estranyament davant el que ens és familiar. El Quixot veu gegants en comptes de molins en una estratè-



gia d'estranyament envers el poder de qui posseïa els molins i la riquesa que produïen.

Per als antropòlegs culturals, la cultura opera com una síntesi de diverses coses i reposa en una estructura interna, estable, inconscient, que anomenaríem «mentalitat cultural». És com el fil invisible que sosté les perles d'un collar: no el veiem, però si no n'hi hagués cap les perles s'escamparien per terra. I també sobre formes externes, volàtils i perifèriques, com ho afirmen els culturalistes (Boas, Mead, Benedict) que es van interessar per com la cultura estructura els nostres comportaments. A través de la família, dels espais d'aprenentatge, del ritual...<sup>15</sup> ens diuen que cap comportament és natural: tot és cultura, per a ells.

### *Aleshores... tot és cultura?*

Fixem-nos en la gana. Quan es té gana el natural és que la boca vagi cap a l'aliment, que el vagi a buscar amb l'ajuda de les mans, i no a l'inrevés com ens han ensenyat: la forquilla civilitzadament punxa el menjar del plat i el porta cap a la boca que, amb paciència, espera que li arribi l'aliment. Vol dir això que davant la fam sempre respondrem culturalment, fent servir forquilla i ganivet? No ho crec. La crítica als culturalistes és que reconeixen que la cultura és relativa, variable (depèn de forces externes, per exemple, del contacte amb una altra cultura) i, paradoxalment, al mateix temps ens determina, la qual cosa és criticable.

De nou m'agradaria afirmar que les que estan en contacte les unes amb les altres són les persones, no les cultures:

persones amb les seves motxilles personals, entre les quals hi ha la cultura. Crec que, des d'aquesta perspectiva, els marges s'amplien. Ara que he parlat de gana i de forquilles he recordat la famosa cita de Marx en els *Grundrisse*:<sup>16</sup>

La gana és gana, però la gana que se satisfà amb forquilla i ganivet és una fam diferent de la que se satisfà amb carn crua i utilitzant les mans, les ungles i les dents. Per tant, la producció produeix no solament l'objecte de consum, sinó també la manera de consumir-lo.

El que ens està dient Marx és que les necessitats són biològiques i històriques al mateix temps. L'home és el que menja (Feuerbach) però també és la manera en què menja. Tota la cultura occidental s'ha construït en una doble ciutadania: la de la naturalesa i la de la cultura. La primera nia en la realitat i la segona en el regne de les possibilitats. Aquesta és l'herència que hem rebut de la Il·lustració. Per exemple, Philippe Descola, un antropòleg actual, anomena naturalisme la separació entre naturalesa i cultura. Aquest antropòleg francès, deixeble de Lévi-Strauss, es va internar en l'Amazones i va conviure amb el poble indígena dels *achuar* i va observar que les relacions que establien eren diferents: no distingien entre humans i no humans. D'aquí neix una cosmologia que integra déus, esperits, ancestres, plantes i animals, rius i muntanyes. La pregunta que llança Descola amb les seves recerques és si podem inspirar-nos en aquests grups humans no moderns per considerar una altra manera de concebre i de posar en obra un viure conjunt més receptiu per al que no és humà. Tot un desafiament

per a la nostra cultura occidental i al qual alguns artistes no són aliens.<sup>17</sup>

## **Del culturalisme al multiculturalisme**

El problema de la convivència entre diferents cultures és el problema de l'altre. Del nosaltres i ells. En la societat nord-americana, als anys seixanta van començar a estudiar el veritable mosaic de grups ètnics que conformava la seva societat. Subgrups socials basats en la raça, la religió i els orígens nacionals: negres, protestants, catòlics, jueus... Era el famós «melting pot», la barreja, en català. I és llavors quan neix el concepte d'aculturació, per bé que en realitat és una cosa molt antiga, perquè la història d'Occident és la història de la seva aculturització,<sup>18</sup> és a dir de l'assimilació d'una determinada cultura estrangera. Un professor de llengua observa bé aquest procés en alumnes que van aprenent la llengua del lloc per immersió. És gairebé impossible ensenyar una llengua sense acompanyar-la dels hàbits i els usos del lloc, de la seva cultura.

Aquest procés, del qual la història n'és plena d'exemples, no està exempt de brusquedats i violències, ja que comporta canvis en els models de percepció i de comportaments originaris d'un o dels dos grups en contacte, fins i tot quan la cultura que assimila «l'altre» (l'estranger, l'immigrant, l'indígena) sembla que està més avançada o que ofereix molts atractius. Quan els Estats Units envaeixen algun país sempre exhibeixen l'excusa d'exportar els seus valors i cultura democràtica, suposadament més civilitzats. Per tant,

un grup o una ètnia és assimilada a través de l'aculturació per la civilització suposadament més desenvolupada. I això encara que la cultura no sigui el tret definitori i el que importa no és l'envergadura de la seva cultura i la seva civilització, sinó les possibilitats d'ús de la força que es té i els interessos que s'amaguen al darrere d'aquesta intervenció. En altres paraules, s'imposa no la cultura més valuosa, sinó la del qui pot colpejar amb més força. Vegem aquestes relacions de força entre cultures dominants i dominades i els processos de separació que s'esdevenen.

### *La desculturació i altres termes culturals*

A l'interior d'una societat, si aquest procés és acompanyat per la pèrdua de la cultura original, se'n diu «desculturació». Pot ser pèrdua o transformació, i anar acompanyat de tensions, laments per la pèrdua i moltes vegades de conflictes en el si de les comunitats afectades. És una transformació entre dos grups, el dominant i el dominat. Aquestes són les seves variants:

a) L'*aculturació* pot tenir una dimensió unidimensional: la cultura del país receptor s'assumeix sense més, s'assimila, i la cultura del dominat es redueix com a molt a l'àmbit privat. D'això, des del punt de vista del dominat, sigui immigrant sigui indígena, se'n diu *assimilació*. La cultura de la societat de destinació fagocita l'altra.

b) Quan l'immigrant decideix seguir amb les seves pràctiques culturals i a més participar en les de la societat d'acollida estariem parlant d'*integra-*

ció. Es converteix en un ésser bicultural, el problema és que totes dues cultures són independents i no sempre arriben a interactuar.

c) I quan l'immigrant valora la seva cultura i rebutja la d'acollida o dominant estem parlant de *separació*. D'aquesta *separació* operada des del punt de vista del dominador se'n diu *segregació*, perquè rebutja la cultura que arriba amb l'immigrant.

d) Quan l'interès o la possibilitat de mantenir la cultura d'origen i participar en la d'acolliment és petit parlem de *marginació*, i aleshores es creen els guetos. Quan qui actua és el dominador estariem parlant d'*exclusió*.

Va ser el Canadà, país amb una llarga tradició d'acollida, el primer que va treballar en aquest procés i es va adonar que l'aculturació es podia tractar d'una manera diferent. El Canadà va començar a definir-se com una societat plural, una comunitat bilingüe i multicultural.<sup>19</sup> Amb aquesta declaració el que s'expressava era la necessitat de preservar diferents cultures en el seu si. Per això es necessita que tant la cultura dominant com la dominada s'ajustin mútuament. Així, posant l'exemple de les ciutats, els llocs on més es veuen aquests processos, la pregunta és: quanta diversitat és capaç d'acollir i gestionar una ciutat?

### *La tendència de l'art a fusionar enfront de la separació cultural*

Jo crec que la ciutat és capaç d'acollir i gestionar molta diversitat si el que es treballa és una mirada apassionada

envers aquesta pluralitat i complexitat. La democràcia és complexitat, si l'entendem com el govern per discussió<sup>20</sup> i no la jutgem únicament per les institucions que genera. I molt més si afirmem la centralitat de l'art en una ciutat. Perquè l'especialitat de l'artista és interrogar l'altre per entendre's millor i controvertir-se. Tradicionalment, l'art proporcionava una visió universal a l'ésser humà i la seva cultura, però avui dia, en un món dominat per la diversitat d'experiències culturals, la funció de l'art corre el risc de convertir-se en una altra versió cultural més. Perdent la seva capacitat desafidora i crítica, es converteix en marginal i pateix els mateixos processos culturals: separació de la societat, guetos, marginació...

L'art és impur i mestís, és barreja, és una filigrana de trobades; l'art és promiscu i bastard. Per a l'art, les identitats no són ni completes ni definitives. En literatura, els exemples són molt clars. I n'hi ha que són Patrimoni Mundial de la Humanitat, com és el cas del *Divan occidental-oriental* de Goethe, pioner a fusionar les cultures d'Orient i Occident. A Espanya tenim una gran tradició d'obres que beuen de diferents fonts culturals. Des de l'arabisme latent en *El libro del Buen Amor*, que també trobem en *El Quixot* o en la poesia de Sant Joan de la Creu, fins al deute amb la cultura grega d'*El conde Lucanor* (a través d'Esop) al costat de la seva tradició escolàstica i àrab. La literatura i l'art busquen, doncs, transvasaments i osmosis, i s'allunyen de la identitat concebuda com un motlle tancat.<sup>21</sup>

Fins aquí ens hem posat en disposició de fer crítica cultural quan veiem que la cultura s'allunya de la diversitat, separa o fins i tot s'acosta a una forma de racisme molt subtil disfressat d'hàbit cultural.

Hem vist que les cultures, pel fet que són formes de comportament, permeten ser comparades, i una de les vies on arriben a seduir-se, a friccionar-se i a infectar-se mútuament, a enriquir-se, és l'art. Però hi ha una tasca tan important o més: acarar-les amb la modernitat i aquest ordre social institucionalitzat<sup>22</sup> que és el capitalisme. I la dificultat no tan sols consisteix a criticar-ho culturalment i desenvolupar una teoria crítica, sinó a trobar alternatives amb valors i fonament. Alternatives que passen per treure la cultura del seu tancament en el marc de la producció de mercaderies i també per reconèixer que amb els discursos crítics no n'hi ha prou perquè aquest ordre social sigui capaç d'absorbir les seves pròpies contradiccions. L'últim refugi possible sembla que és l'halo de l'obra artísti-

ca, l'obra que és capaç d'actuar com a resistència a la raó instrumental.<sup>23</sup>

## **El caràcter mercantil de la cultura i l'art**

Va ser Walter Benjamin qui, arreçant-se en Marx, va començar a estudiar que la destinació de la cultura, ja al segle XIX, no era sinó el seu caràcter mercantil. Fins llavors, l'obra d'art vivia d'una sèrie de conceptes heretats, per exemple el misteri, la creació i la genialitat. N'hi ha prou amb llegir Kant en la seva *Crítica del Judici*, per entendre aquesta visió de l'artista com un geni creador el producte del qual és l'art.<sup>24</sup> És una idea que encara perdura, i la trobem, posem per cas, en algunes col·leccions que es venen com a «grans

genis de la música», o la pintura, o qualsevol de les belles arts. Benjamin es va interessar particularment per la reproductibilitat de les obres d'art. No és que la reproductibilitat fos res nou: ja els grecs fonien i encunyaven monedes, i la mateixa litografia del segle XIX és una tècnica de reproducció. El que Benjamin va saber veure és que aquesta reproductibilitat privava l'obra d'art de la seva autenticitat, en deia el seu «aquí i ara», en estar necessitat d'una presència física. Benjamin va treballar el concepte d'«aura»<sup>25</sup> en l'obra d'art. La va definir com «la manifestació irreplicable d'una llunyania», és a dir, davant una cosa pròxima ens apareix una llunyania, és l'aura. El contrari, continua explicant Benjamin, és la petjada.<sup>26</sup> En la petjada se'ns mostra una proximitat de quelcom que ja no hi és, que ha passat. A través de la petjada ens apoderem de la cosa. Amb l'aura passa el contrari, és ella qui s'apodera de nosaltres. Doncs bé, en comptes d'estar al davant d'una presència irreplicable necessitada d'un aquí i ara, l'aura es dilueix quan es reproduceix massivament. I en reproduir-se en còpies, en saltar-nos el contacte directe, en desproveir-lo de la seva aura, l'art se'ns apareix com una cosa quotidiana, sense possibilitat de raptè estètic, o d'incomodar-nos críticament.

### *El consum mutila les qualitats de la bellesa*

La troballa de Benjamin és haver notat la importància que la mercaderia sigui presentada perquè pugui ser vista i desitjada, com en un aparador, i en desitjar s'esfuma tota la distància: es desitja

i es perd la delicada atenció existent en la distància, es desitja i es domina; cal tocar i tacar-se, i ja no hi ha lloc per a l'adoració. En altres paraules, el consum mutila les qualitats de la bellesa. Per a Simone Weil el bell era allò que desitgem sense voler menjar-nos-ho, sense consumir-ho.<sup>27</sup> Amb l'afegit que sota el capitalisme l'obra artística ja no es crea per a un consumidor amb rostre. No existeix aquesta relació entre un mecenes (l'església, la reialesa...) on hi ha un lligam entre l'artista i qui encarrega l'obra. Ara l'artista produeix per a un destinatari de l'obra que és un consumidor de rostre desconegut. Pensem en les obres exposades en un museu. L'artista desconeix qui anirà a visitar-les i ningú dels que visiten les obres és allà per comprar-ne cap. Diguem que produeix d'una manera abstracta i per a un rostre que li és invisible: produeix per a les masses. I aquesta és també una de les grans qualitats del capitalisme que afecta tant la cultura com l'art: la dissolució dels llaços personals.

### **L'alta cultura i la inversió produïda en la cultura de masses**

Al cap del temps, encara sobre les brases de la Segona Guerra Mundial, Theodor W. Adorno i Max Horkheimer proposen una aproximació més pessimista de la cultura de masses, treballant el terme d'«indústries culturals» i distingint entre públic i massa. El públic seria qui s'enriquiria espiritualment en apropiant-se dels béns culturals, mentre que la massa és un consumidor passiu. És el que entenem per cultura de masses. Per oposició, l'alta cultura, expli-

cada gràficament, és com un recipient que emmagatzema un seguit d'obres d'art estimades, imprescindibles, que, d'una manera vertical, de dalt a baix, aconsegueixen la tasca d'elevat el nivell cultural de la població. Seria com un sedàs que deixa passar llibres, quadres, simfonies i pràctiques socials que cauen sobre els individus amb la intenció de conrear-los. L'obra *Pigmalió* de Bernard Shaw és un exemple del seu funcionament, en ella una florista de classe baixa és educada per perfeccionar el seu accent i la seva capacitat de conversa en determinades situacions socials rebent «alta cultura».

Si ens remetem als segles XVIII i XIX, els artistes produïen art i alimentaven l'alta cultura perquè així es guanyaven la vida. Eren una minoria que treballava per a una majoria. I aquesta majoria havia de formar el seu gust i desenvolupar la seva sensibilitat estètica. La persona era considerada, i això és un romanent kantian, com un recipient que cal omplir d'art, bellesa i cultura. S'assembla a «l'efecte vesament» (*trickle down*) en economia, que falsament teoritza que si baixem els impostos als rics es generarà més riquesa i aquesta actuarà com una copa que desborda i mulla també els més pobres en forma de beneficis. El papa Francesc ja ho va refutar en l'*Evangelii Gaudium* (n. 54). La cultura de masses seria, segons Adorno i Horkheimer, el resultat d'un procés de vulgarització de l'alta cultura. Va ser Bertold Brecht qui millor va enunciar el problema de la cultura de masses:

La societat està en constant evolució, per la simple raó que produeix contradiccions. La distracció bé pot formar

part de la subsistència, però al mateix temps pot posar-la en perill per la seva forma específica. Per viure puc necessitar droga i al mateix temps la droga pot posar en perill la meua vida. Les circumstàncies potser m'obliguen a demanar a l'art que doni caràcter narcòtic a les seves creacions, i potser he de demanar-li, al mateix temps, que participi en l'eliminació d'aquestes circumstàncies. D'aquesta manera, els artistes reben un mandat contradictori, i no tan sols ells, fins i tot la indústria percep aquest mandat, perquè prové de víctimes que també són clients. Aquí hi ha una oportunitat per als artistes que tenen a veure amb el cinema, una petita oportunitat, però no l'única. No han d'especular sobre quina quantitat d'art està disposat a admetre el públic. Han de descobrir amb quin mínim d'anestèsia està disposat a passar el públic en la seva diversió. Aquest mínim serà aquell màxim.<sup>28</sup>

### **Valor d'ús, valor de canvi i fetitxisme de la mercaderia**

Benjamin va reanimar així el concepte de fetitxisme de la mercaderia de Marx que apareix en *El Capital*. El savi de Trèveris va saber veure la relació entre treball i art a través de la seva força creadora comuna, i va observar, al costat d'Engels, l'alienació o estranyament del treballador respecte al producte del seu treball. En l'acte mateix de la producció es produïa el secret de l'alienació:<sup>29</sup> el treball que executo, en ésser d'un altre, ja no em pertany. S'exterioritza i ja no el viu com una realitat del meu ésser. També és de sobres conegut que el valor d'ús d'un objecte resideix «en el cos de la mercaderia», com ex-

plica Marx, i cobreix una necessitat (com la cobreix el teclat amb el qual escric aquest text). Miratge, fantasmagoria o engany és ja la mercaderia, en què el valor de canvi tapa el valor d'ús. Adorno trobava una espècie de valor d'ús en l'obra d'art per la imitació que feia del plaer sensual:<sup>30</sup> era el gaudi estètic. Així ho explica:

El moment de plaer que ofereix l'obra d'art, una protesta contra l'universal caràcter de mediació de les mercaderies, té també un cert caràcter de mediació: qui desapareix en l'obra d'art queda així dispensat de la misèria d'una vida sempre massa mesquina.<sup>31</sup>

El valor de canvi és l'expressió de treball abstracte que conté la mercaderia, gràcies al qual podrà ser venuda al mercat. Diguem que el seu valor de canvi no és determinat tant per les propietats naturals o creades de l'objecte, sinó per les relacions socials que s'hi plasmen. Malgrat la seva anàlisi economicista de la societat, Marx va trobar en l'estètica i en l'art un refugi davant la mutilació de l'humà per culpa del treball.<sup>32</sup> Perquè si la persona és activitat creadora no pot deixar d'estetitzar el món, de viure'l artísticament. I el seu deixeble Adorno no va deixar de veure mai que en l'obra d'art hi havia un desig latent de produir un món millor, i que aquest era el seu valor d'ús.<sup>33</sup>

### **L'autonomia de l'obra d'art**

En una societat capitalista, l'obra d'art és productiva quan troba un mercat que la distribueix i la compra. Ja no tenim Església ni prínceps que en-

carreguin obres a l'artista, i com que el seu valor de canvi solament es pot establir gràcies a la categoria tan subjectiva anomenada preu, l'artista queda atrapat pels dictàmens del mercat i qui el controla. El creador ja no espera que algú s'agenolli davant la seva obra (en complir l'encàrrec d'una Església) i menys encara que li encarreguin una obra per protegir d'un mal o un perill (caràcter màgic o animista de l'obra d'art). La gran novetat és que en desaparèixer aquests mecenes (Església, reialesa, aristocràcia), en constituir-se un mercat que els substitueix, l'artista depèn menys dels capritxos d'una persona. Guanya en autonomia perquè no ha de rendir comptes a ningú, excepte al mercat artístic, i és aquest qui possibilita que neixin els professionals de l'art. I encara que el nombre de vendes en el mercat és important, no tota la legitimació de la seva obra procedeix d'aquestes vendes. Existeix també una manera de legitimar l'obra a través de l'estètic o de consagrar-la intel·lectualment. La prova és que moltes obres poc venudes continuen entrant en el cànon artístic.

### *El preu i els nous «valors artístics»*

Per bé que també és cert que, davant l'obra artística, si la trobem interessant, preguntem quant val. Com bé diu Boris Groys,<sup>34</sup> el preu immunitza l'art del gust del públic. En alguns museus, moltes obres es deslliuren de ser tirades a les escombraries pel preu,<sup>35</sup> és a dir pel seu valor financer. Afortunadament, en l'obra d'art hi ha sempre alguna cosa que funciona més enllà de les lleis del mercat, ja que el seu

altre valor actual és el de l'esdeveniment: l'obra d'art és tant més valuosa com més gran és la seva capacitat de convocatòria. Ho hem vist en les exposicions que baten rècords de visita, i on la gent acudeix massivament per dir que hi ha estat. I l'altre valor és el moral: fins a quin punt és edificant el seu consum. Com si l'art no fos també anti-art i fos incapaç de destruir una idea de bellesa idealitzada i totalitzant. Un cert valor moral que fuig de la lletjor i del que és dissonant que, agradi o no, també conté la realitat.<sup>36</sup> És el que fan Beckett, Joyce, Kafka... en les seves obres. Aquests són els tres grans valors en els quals es mou l'obra d'art avui: el valor financer (quant val), el valor d'esdeveniment (quanta gent és capaç de congregar) i el valor moral (fins a quin punt és edificant).<sup>37</sup>

### **Capitalisme cultural (i de vigilància)**

El capitalisme ha anat experimentant nombroses mutacions al llarg de la història i aquesta és una de les qualitats que el caracteritzen, la facilitat d'adaptació. Una altra qualitat que el defineix és la seva capacitat com a sistema social que va més enllà de l'àmbit econòmic per absorbir i transformar actituds crítiques nascudes de l'art com a espai de resistència i domesticant-les a través d'objectes i formes convertides en mercaderies. També al segle XXI, perquè passa de tenir una matriu industrial a desplaçar-se cada vegada més cap a la producció de béns simbòlics i culturals. I l'economia fa el mateix, repetim-ho: posa la seva mirada en una esfera que històricament havia estat se-

parada, la cultura. A més, estem davant d'un altre problema fruit de l'immens poder de les grans empreses digitals (Google, Meta, Twitter, etc.), que van aconseguint que la conducta humana sigui matèria per al comerç en format dades. Pensem que nosaltres utilitzem Google, però en realitat és Google qui ens fa servir pel fet que recapta tanta informació sobre nosaltres i els nostres comportaments que, tractada en forma de dades, es converteix en una mercaderia fictícia més.<sup>38</sup>

### *De compradors-venedors a subministradors-usuaris*

Existeixen tres esferes diferenciades i que interactuen entre si com tres potes que subjecten una taula: la social (inclou economia, tecnologia i treball), la política i la cultural. La regla bàsica de l'economia és l'optimització dels recursos. La participació ho és de la política. I en la cultural el que prima és, ja ho hem esmentat, el simbolisme i el desenvolupament i la realització de la persona.<sup>39</sup> Jeremy Rifkin diu en la seva obra *The Age Of Access: The New Culture of Hypercapitalism* que els valors de les esferes política i cultural s'han mercantilitzat en haver estat arrossegats per l'esfera econòmica; i en un món que idolatra la velocitat, sotmesos al poder de l'instant real, enfront d'una mena de vida construïda sobre el reconeixement de la durada, la propietat és lenta com a institució. Abans, els negocis es feien cara a cara, negociant i signant contractes de compra-venda, i tot això portava el seu temps. En canvi, ara la relació comprador-venedor ha estat substituïda per la de subminist-



trador-usuari. El lloguer, el lising, la subscripció (l'exemple de les plataformes digitals tipus Netflix) proveeixen immediatesa a través de la xarxa, i la immediatesa, el nanosegon, va reemplaçant el mercat tradicional:

hem passat d'un règim de propietat de béns, que es recolzava en la idea de la propietat àmpliament distribuïda, a un règim d'accés, que se sustenta garantint l'ús limitat i a curt termini dels béns controlats per xarxes de proveïdors.<sup>40</sup>

Si el que prima és la supervivència econòmica i la rapidesa en l'intercanvi, d'on traurem el temps per a la contemplació, necessària en l'art i l'experiència estètica?

### *El capital intel·lectual, nova força motriu*

Avui dia, «el capital intel·lectual és la força motriu de la nova era i el més cobejat». Ho entenem bé quan estudiem el llenguatge laboral de les ofertes de treball. Des del segle XIX fins als anys seixanta del segle XX el llenguatge és homogeni, un avorrit univers literari basat en «el saber fer» («es necessita treballador que sàpiga soldar...») en què el que comptava era l'habilitat, la destresa enfront de l'actual «es busca treballador creatiu disposat a innovar i amb esperit d'empresa». El canvi es dona en una mena de revolució afectiva i cultural. L'afirmació de Joseph Beuys segons la qual «tot ésser humà és un artista», un posicionament estètic bell, però impossible de realitzar, es metamorfosa en «tot ésser humà és empresari de si mateix». Expressions com

la de «tarannà creatiu» reflecteixen el llenguatge que relliga màrqueting creatiu i innovació artística. El mercat laboral ens vol creatius i feliços, i així ja no hi ha alienació possible quan es treballa. És la «happycràcia»:<sup>41</sup> es tracta de considerar la infelicitat com un estat psicològic i no el resultat d'una estructura injusta que es pot gestionar mitjançant la voluntat.

### *El disseny del jo*

On abans s'intentava dissenyar «estèticament» l'ànima davant Déu, mitjançant exercicis espirituals i amb l'ajuda d'un art espiritual, ara el que compta és com desitgem presentar-nos davant els altres. És el pur disseny del jo, ja que se'n pregunta constantment quina forma volem donar-nos a nosaltres mateixos.<sup>42</sup> En altres paraules, la recerca hedonista de la felicitat com a horitzó polític enfront de la cerca de la justícia.<sup>43</sup> Ja no hi ha problemes estructurals, sinó deficiències psicològiques individuals, problemes d'aspecte corregibles amb la cirurgia estètica, els llibres d'autoajuda, l'espiritualitat relaxant que no compromet a res, tot un màrqueting de la cura del jo. El jo es converteix en un problema estètic i l'economia neoliberal es vesteix amb les vestidures de l'art i la cultura per amagar les seves vergonyes. De la disfressa triada se'n diu capitalisme cultural.

### *Les noves ciutats creatives, espais del capitalisme cultural*

Tot contingut necessita un contenidor o, com deia Henri Lefebvre, «no hi ha

relació social sense suport».<sup>44</sup> I aquest contenidor són les «ciutats creatives» tan ben vistes pels polítics en una «amalgama de maquinari (*hardware*), programari (*software*), educació i estètica».<sup>45</sup> La «creativitat» és el nou manà i els processos són més importants que les dinàmiques organitzatives. Una institució és, bàsicament, organització, i un procés és el que un artista duu a terme des de l'origen fins al resultat final de la seva obra. Els processos són incerts, plens de recerca i d'experimentació. Genet es burlava de les creacions artístiques que tenien planificat el punt de partida i el d'arribada, li semblava que això tenia a veure més amb el trajecte d'un autobús que no pas amb l'art.

En democràcia, el treball consisteix a facilitar equipaments culturals i institucions que acullin processos artístics sense arribar a ofegar l'esperit creatiu que comporten. És un repte per a les institucions culturals: es tracta de reduir la seva autoritat i alleugerir els seus mecanismes burocràtics per poder facilitar que aquest esperit no mori en els despatxos i els seus procediments.

#### a) Els tercers llocs culturals

D'aquesta idea d'allotjar processos neixen els «tercers llocs culturals»: les cooperatives, els espais autogestionats, el *co-working*, els *fablab*... Són els hereus dels espais contraculturals dels anys seixanta i setanta i tenen una vocació regenerativa. Sobre les ruïnes del declivi industrial sorgeixen aquests brots verds culturals que actuen com a regeneradors d'espais sovint abandonats. En el seu interior, en un intent

de dotar els equipaments amb diferents respiracions, s'ofereixen sales d'exposicions interactives, cafeteries del coneixement, tallers, sales de creativitat i sales de prova per a dispositius digitals. Alguns exemples són el Medialab Prado a Madrid (Espanya), Cap Sciences (Bordeus, França) o Quai des Savoires (Tolosa, França).

Al contrari de la idea de difusió de la cultura i la política del coneixement cap al «públic en general», en aquests llocs tot està dissenyat perquè els visitants puguin construir de manera activa i ascendent nous coneixements, cultura o dispositius creatius. És la idea de «democràcia cultural» que ocuparà l'apartat final d'aquest quadern. L'existència d'aquests espais perill, malgrat el seu reconeixement internacional,<sup>46</sup> perquè suposen un allunyament de la idea elitista de cultura i promouen més l'aprenentatge col·lectiu basat en el «fer».

El risc és que la cultura i l'estètica que aquests espais impregnen en els barris atreuen elits i immobiliàries i acaben desplaçant els artistes i la població que hi vivia. Una població formada per classe treballadora la qual s'allunya d'aquesta manera dels seus espais de memòria, allà on s'han donat les seves relacions socials més importants. Aquesta dinàmica acaba afavorint un model urbà que intenta facilitar la vida a les «classes creatives» que són les que avui sostenen el progrés en una societat cada vegada més digital.

#### b) La gentrificació, una barrera democràtica

El mercat acaba ocupant la seva «fama artística», la colonitza, talla les ales a

la possible democràcia cultural i els barris es converteixen en destinacions de consum cultural. És el que George Yúdice anomena «la cultura com a recurs» o «la conveniència de la cultura»<sup>47</sup> en forma de «gentrificació». Així sí, sempre apareix el llenguatge eufemístic disposat al rescat per construir narratives reeixides i denominar llavors «renaixement urbà» el que és una expulsió poblacional en tota regla. Llavors es genera una suposada «autenticitat»<sup>48</sup> que s'adequa al visitant perquè senti una experiència individual en passejar per ells i pugui consumir les seves variades ofertes.<sup>49</sup> Un exemple famós és el barri de Shoreditch a Londres, on s'acompleix el que assenyalava David Harvey:

Si bé la singularitat i la particularitat són crucials per a la definició de qualitats especials, el requisit de comercialibilitat significa que cap article pot ser tan únic o tan especial per estar completament fora del càlcul monetari.<sup>50</sup>

Singularitat i particularitat, dues qualitats de l'obra d'art, domesticades pel càlcul monetari. Els barris es gentrifiquen i els seus habitants suposadament més creatius, les i els artistes, tenen dificultats per trobar espais de treball i pagar el lloguer, per no parlar de l'expulsió de les classes més desfavorides cap a la perifèria. Si volem que hi hagi trobades entre els artistes i els sectors més desfavorits i que es produeixi experimentació social, cultural i artística, necessitem revertir aquestes tendències en polítiques urbanes i que els equipaments culturals canviïn la seva relació amb la comunitat. S'ha vist durant la pandèmia: sense el tu-

risme i amb la sola possibilitat d'afluència del veïnat, alguns equipaments llanguien. I així, la figura de l'artista, l'ésser que ordena significats i valors a través del llenguatge, capaç de definir-se lliurement a si mateix a través de la seva obra mostrant sensibilitats, imperfeccions, contradiccions i conflictes, acaba desdibuixant-se. Perd la condició crítica en transferir els seus valors a l'economia, que el formata en consumidor. Llavors la creativitat, l'art i l'estètica, que satisfan una necessitat humana i acompleixen una funció, s'evaporen a l'encaç de la capacitat de produir benefici.

### *La cultura com un llast per a l'economia*

Si teclegem a Google la paraula «cultura» al costat del nom dels principals partits polítics espanyols per valorar el lloc de la cultura i l'art en els seus programes ens trobem amb una proposta molt clara que cal rebatre: per a la dreta,<sup>51</sup> la cultura és vista com un llast, però podria deixar de ser-ho si s'aplica a activar l'economia. Rere aquesta idea hi ha subjacent una percepció molt estesa: la que diu que la cultura i l'art viuen exclusivament de subvencions (el llast) i que per tant, per esmenar-ho, cal potenciar-ne el dinamisme empresarial. Un sector —el PP mateix en forneix les dades— que aporta un 3,2% del PIB i és una pedrera d'ocupació que ofereix feina a 700.000 persones. Aquest és un argument eficaç i popular, fins i tot els mateixos artistes l'esgrimeixen quan intenten explicar a la societat els beneficis lents i sempre difícils d'avaluar de l'impacte de la cul-

tura. El problema és que quan la cultura es valora o es deixa exclusivament a les mans de la rendibilitat econòmica passen dues coses: perd l'ànima i deixa d'arribar a les capes més desfavorides.

N'és un exemple la utilització del *branding* (marca) cultural. En el seu web, el PP afirma: «La cultura és una qüestió d'Estat, és Marca Espanya».<sup>52</sup> Val la pena aturar-se una mica en la idea de marca associada a la cultura. El país-marca, és a dir el país vist com una empresa cultural que s'ha d'integrar en l'economia, al mateix temps que proposa una nova manera d'estar en el món. Sembla com si els estats claudiquessin davant els qui posseeixen el poder, les grans empreses, i intentessin emular-les. Els estats es converteixen en marques i ja no fan falta polítics al capdavant, solament bons gestors, perquè una vegada que s'ha dimitit de la política ja només queda adoptar estratègies empresarials i les marques són les qui signifiquen aquestes estratègies. Seguint aquest fil argumental, la publicitat es converteix en el vehicle de transmissió de la marca al món. És un viu exemple cultural de mercantilització: allà on haurien d'existir, el conflicte i la deliberació són substituïts per l'eficiència. A la cultura i a l'art, proveïdors de valors de cohesió social, se'ls exigeix productivitat. I la comunitat política es dilueix en una simple marca cultural. Així, la «Marca Espanya» competiria amb altres marques culturals igual que les empreses competeixen entre elles amb l'objectiu de maximitzar beneficis. Com tota marca, està lligada a una producció, una indústria, i en el cas de la cultura és un tret més d'aquest capitalisme cultural del qual fa estona que parlem.

## La cultura i l'art com a luxe

Voldria tancar aquest capítol parlant del luxe. Una de les reivindicacions dels professionals del món de la cultura en el camp artístic és intentar deslligar-la del luxe, sumar-la al bé comú i veure-la com una necessitat. I crec que hi ha molt d'això en la pregunta del meu estimat Xavi Casanovas, la que he plantejat en la introducció d'aquest quadern i en la qual constatarem que en la recerca de la justícia hi ha sempre un cert ascetisme i el luxe és el seu contrari. Certament, l'art té una porta de fàcil accés al luxe que l'acosta a l'hedonisme. Penso en la calavera en platí incrustada amb 8.601 diamants tallats i polits de l'artista anglès Damien Hirst. L'ocurrència va tenir un cost de producció de 20 milions d'euros<sup>53</sup> i el seu preu de venda va ser de 72 milions. Per arrodonir l'operació artística el títol és *For the love of God* ('Per l'amor de Déu'). No sé pas en quin Déu devia estar pensant Hirst, però si hi ha alguna cosa que Déu avorreix i maleeix és precisament el luxe.

Tanmateix, cal reconèixer que fins i tot l'Església ha acostat l'art al luxe en massa ocasions, per exemple quan ha convertit la creu de Crist en un objecte de disseny cobert d'or o ha decorat esglésies en el luxe i l'ostentació. Com allunyar, per tant, l'art i la cultura del luxe?

Lacordaire va escriure un text a París el 1851 en què parla de «la antisocialitat del luxe»,<sup>54</sup> i afirmava clarament que les necessitats creades per la vanitat no tenen límits. Per a ell, la mesura serien les necessitats del cos, el que és necessari físicament, parlant-nos d'una frugalitat necessària. Però hi ha també

qui lluny de tractar el luxe com una qüestió moral i reprovar-lo per voluptuós o desmesurat, el considera sinònim de productivitat i progrés material. Per exemple, va ser Hume qui va ajudar a blanquejar-lo dotant-lo de virtuts durant la Il·lustració. Segons Hume, el luxe és «un refinament estudiat en la sol·licitud dels plaers sensuais». I com que l'ésser humà és invenció i creativitat, el luxe és un esperó que les fomenta, és motor de sociabilitat. Deia el filòsof escocès que «cal governar els homes per altres passions, despertar-los el desig de riquesa i de la indústria, de l'art i del luxe».<sup>55</sup>

Això no solament afecta l'art sinó també la cultura. La cultura igualment crea expectatives financeres a base de regals, dies festius a celebrar, dots, cerimònies, etc. Per exemple, és bastant freqüent en els col·legis estigma-

titzar algunes famílies d'altres cultures perquè no participen en la vida del centre. La confusió rau a considerar que és una qüestió cultural, i que no hi ha la voluntat d'integrar-se en els costums locals. Però en realitat moltes vegades es tracta d'una qüestió econòmica. Per a qui no arriba a final de mes, la cultura i l'art continuen semblant un luxe, un refinament innecessari. No vull estendre'm més en aquesta idea tan volteriana segons la qual «el que és superflu és molt necessari» incrustada en la gènesi de la nostra modernitat, abordada en un altre quadern d'aquesta casa.<sup>56</sup> Com que la pobresa material és considerada el pitjor dels mals, la seva cultura associada també ho serà. I la cultura de les classes més desfavorides sembla que ha de ser substituïda per la de les classes dominants i la seva apologia del luxe.

Obrim ara aquest últim apartat del quadern per entrar en un to més d'indagació sobre les propietats de l'art i la seva contribució al binomi cultura i democràcia que dona títol al nostre quadern.

## **Els orígens de la democratització cultural**

Un dels ministres més influents que ha tingut Europa en matèria de cultura va ser André Malraux, novel·lista i membre del gabinet de Charles de Gaulle a França. Malraux va llançar un discurs de descentralització des de la ciutat de Grenoble. La seva idea era que tot el que d'essencial passés a París, havia de passar també a Grenoble, una idea descentralitzadora que encara ressona en l'actualitat.<sup>57</sup> Així va néixer la «democratització cultural», que al país francès té els seus orígens en Condorcet i el seu informe sobre l'organització general de la instrucció pública,<sup>58</sup> gè-

nesi de l'educació popular. La democratització cultural buscava incidir en la desigualtat del repartiment cultural i gràcies a ella neixen les «accions culturals» que serveixen de pont entre el ciutadà i l'art.

### *La mediació cultural*

El que llavors s'estava treballant era el pas de la cultura com una simple «invitació» perquè es reduïssin les desigualtats econòmiques i territorials a un projecte d'«iniciació». Es tractava de «mediar culturalment» amb la població i d'educar a través de la cultura per sobrepassar les barreres simbòliques

existents. Això va suposar la posada en marxa de tot un seguit de polítiques actives que als anys seixanta es van concretar en la creació d'equipaments culturals arreu del territori francès, cadascun amb una missió, quelcom que encara perdura en l'actualitat. De fons, hi havia latent la universalitat de l'art i la creença que el contacte amb l'obra artística crea llaços simbòlics i uneix sensibilitats entre les persones, una idea moderna i il·lustrada que facilitava l'emancipació de les persones. En altres paraules, es tractava de crear societats orientades al progrés, l'ideal de la modernitat, i fer-ho a través d'enfortir un sistema de treball amb la cultura consistent a elevar el nivell de la població oferint-li el millor de la creació artística.

### *Crítica a la democratització cultural*

La crítica que se li va fer a Malraux és que en el seu intent d'inventar una política cultural potser va voler que la cultura fos més «disponible» que «accessible».<sup>59</sup> Els postulats teòrics de la democratització cultural els posa en dubte el Maig del 68 quan la revolució ja no és tant una qüestió d'acumulació de forces polítiques, sinó de sensibilitat. Així es va constatar en la reunió intergovernamental de polítiques europees Eurocult de 1972 a Hèlsinki (a la qual es va afegir el Canadà) i on es van tractar temes de democratització cultural i les relacions entre desenvolupament cultural, econòmic i democràcia cultural, entre d'altres. Es deixa enrere la idea de formar homes i dones incidint-hi des de l'exterior a partir d'una herència cultural o una «cultu-

ra d'elit». Ja no és un territori a conquerir, a força d'adquirir coneixements a través de l'obra d'art, «sinó una forma de comportament amb un mateix i els seus semblants, amb la naturalesa; ja no és solament un camp que convé democratitzar, sinó que ella mateixa arriba a ser una democràcia que cal posar en marxa».<sup>60</sup>

Ciudadans actius i participatius perquè es converteixin en jugadors que juguen a un joc del qual comprenen les regles i, per tant, amb capacitat de canviar-les. La democratització cultural es demonitza i és vista com una empresa burgesa i legitimadora d'un ordre social en què les classes desfavorides paguen els costos més elevats. Al mateix temps, es denuncien uns «drets culturals» que pretesament han arribat a tothom, però que en el fons estaven elaborats i dissimulaven una «casta de consumidors d'alta cultura i de creadors, detentors dels monopolis de producció».<sup>61</sup>

### **Democràcia cultural: un humanisme a conquerir**

Marcel Hicter, el gran teòric de la democràcia cultural, la definia així:

La democràcia cultural és més aviat la qualitat d'«estar junts» que reposa sobre el compromís humà dels homes i les dones amb el concurs de la seva participació activa i solidària, i amb plena consciència de la necessitat d'expressar-se i dotats del complet domini dels mitjans per a aquesta expressió. No solament significa tolerància, també implica el reconeixement de la llibertat de pensament, de la llibertat

d'expressió i del dret a la diferència. Es defineix no com a dret teòric, sinó com a humanisme que cal conquerir.

Un humanisme a conquerir, una proposta holística, en què la raó humana estigui en funció de la realització de l'ésser humà i es reverteixi una idea de progrés que no ha aconseguit que deixem de devorar-nos els uns als altres, sinó que ens «devorem amb ganivet i forquilla»<sup>62</sup> refinadament, amb ajuda de la cultura i la complaença d'un art determinat.

Arribem tard, ara que estem parlant de transhumanitat i del crepuscle de l'humanisme enfront del potencial de la biotecnologia i la intel·ligència arti-

ficial?<sup>63</sup> I, sobretot, potser la democràcia i la cultura estan tan danyades que deixen l'artista impedit en les seves respostes?<sup>64</sup>

Ho estan si el benefici és l'única cosa que compta, però hi ha quelcom molt rescatable en l'afirmació de Hicter: «la qualitat d'estar junts», que va més enllà de la simple tolerància (la integració cultural de què parlàvem abans) i que exigeix la «necessitat de transcendir la posició egocèntrica, narcisista, aïllada» del subjecte com bé deia Eric Fromm. Una transcendència que comporta «l'adquisició de qualitats específicament humanes» gràcies a les quals se supera «el paper d'haver estat merament creats».<sup>65</sup>



## CONCLUSIONS: «NO TENIA FIGURA NI BELLESA QUE ES FES ADMIRAR, NI UNA PRESENCIA QUE EL FES ATRACTIU» (IS 53,2)

---

A manera de conclusió, intentaré tancar el quadern al·ludint a la força de l'art i a aquest canvi de sensibilitats de què he parlat en començar.

«L'economia és el mètode, però l'objectiu és canviar el cor i l'ànima», deia Margaret Thatcher, presentant la seva particular batalla cultural. Una de les victòries culturals d'aquesta batalla ha consistit a domesticar la bellesa i l'experiència estètica eliminant l'aura, i també neutralitzant el poder crític de l'art transformant-lo en una invitació al consum.

Si el benefici és el que compta, la tasca de l'art en una democràcia cultural és presentar contrabatalla cultural. Per aquesta raó, alguns filòsofs parlen de «la salvació del que és bell» reivindicant la lletjor com allò que ens distancia del que contemplem.<sup>66</sup> És la negativitat de la qual parla Gadamer,

la ferida, tan oposada a les superfícies polides actuals, el que ens commou i apel·la al fet que canviem la nostra vida, unes ferides i una vulnerabilitat que actuen com a portes d'entrada al món.

Igual que el profeta Isaïes descriu anticipadament Crist quan es dirigeix al calvari, desfigurat i molt mancat de tota bellesa, fracassat als ulls de la humanitat en l'acte més generós possible que és donar la vida pels altres. «No pots unir-te amb la meva divinitat, no transcendiràs, si no t'uneixes primer amb la meva humanitat», diu la mística,<sup>67</sup> i això malgrat la meva «no bellesa» i la distància que les meves ferides et provoquen. L'art és la forma

més material i concreta que tenim de relacionar-nos amb el misteri. Així va començar el seu camí<sup>68</sup> i allà continua la seva tasca: alterar la percepció sobre les coses, ajudant-nos a relacionar-nos amb la realitat d'una altra manera,<sup>69</sup> sense oferir solucions, acostar-se moltes vegades a la incertesa, enmig d'una sorpresa i una obertura incessants.

Per a això, per moure la realitat, cal:

- *L'estranyament.* L'art, igual que les utopies, pot ser aquest punt de suport arquimèdic. L'art ens desfamiliaritza o, en un llenguatge més teològic, estem convertits a les coses i necessitem una desconversió per tornar a convertir-nos. Per tornar a detenir la mirada sobre el nostre entorn, els objectes, les persones, per tornar-les a sentir i alliberar-nos de jou de l'hàbit o de la indiferència, és necessari aquest estranyament.
- *Una humanització creixent.* El canvi de sensibilitats consisteix en un procés d'humanització creixent, que és el que ha d'exigir tota democràcia, i aquesta humanització necessita atenció detinguda sobre les coses, ben al contrari del consumisme, que necessita la velocitat per existir. Per exemple, quan Cézanne pinta unes pomes, ho fa com si fos la primera vegada que les veïés, ple

d'una tendresa infinita, armat de paciència, conscient que el que fa no és un retrat de la realitat, sinó un acte de profunda humanitat.<sup>70</sup>

- *Centralitat dels processos.* En una democràcia cultural, l'art entén la democràcia com la governança que s'ocupa de les capacitats potencials de les persones. I per a això els processos, inherents a l'àmbit artístic, són tan importants com les institucions que els faciliten. És el govern com a activitat, amb un alt component creatiu, enfront del govern com a institució.<sup>71</sup> De res serveix el dret a la informació si no sabem interpretar-la; ni el dret a vot si no sabem llegir; ni el dret a la llibertat d'expressió sense observar, entendre i reflexionar abans de prendre la paraula. Perquè les persones puguin aconseguir els objectius que es plantegin i fer possible l'impossible.
- *Resistència.* Finalment, l'art és una pràctica de resistència activa comunitària que amplia les nostres sensibilitats i ajuda a replantejar-nos la jerarquia de valors. Acompanyant la filosofia i la política en aquest qüestionament de l'imaginari social instituït.<sup>72</sup> Aquesta és la seva gran contribució a la cultura i a la democràcia.

1. A qui li interressi desenvolupar aquesta idea li recomano: GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2018). *Reconstruir las grandes palabras*, Santander: Mensajero, p. 21.
2. EAGLETON, Terry (2017). *Cultura*, Barcelona: Taurus, p. 164.
3. Agraïxo enormement els comentaris del poeta, professor i assagista José Luis Ángeles, que diferencia entre utilitat de l'art i funcionalitat. La seva tasca consisteix a distingir quines estratègies porten a complir la seva funcionalitat i quines les neutralitzen. És recomanable la lectura d'ÁNGELES BLASCO, José Luis (2000). *Hacia una ideología de la producción literaria*, València: Bajo Cero, p. 163-172.
4. En parla el llibre de SANTAMARÍA, Alberto (2020). *Políticas de lo sensible. Líneas románticas y crítica cultural*, Madrid: Akal.
5. EAGLETON (2017). *Op. cit.*, p.19.
6. CASSIRER, Ernst (2016). *Antropología filosófica. Introducción a una filosofía de la cultura*, Ciutat de Mèxic: FCE, p. 26.
7. EAGLETON (2017). *Op. cit.*, p. 27.
8. EAGLETON (2017). *Op. cit.*, p. 24.
9. EAGLETON, Terry (2011). *La estética como ideología*, Madrid: Trotta, p. 99.
10. GOMÁ LANZÓN, Javier (2003). *Imitación y experiencia*, València: Pre-Textos, p. 21.
11. GIRARD, René (2004). *Los orígenes de la culture*, Bilbao: Desclée de Brouwer, p. 61-67.
12. DEIROS BRONTE, Trinidad (2021). «El sistema sanitario afgano se asoma al colapso», *El País*, 4 de setembre.
13. SMITH, Adam (2009). *Teoría de los sentimientos morales*, Madrid: Alianza Editorial, V, 2, 15.
14. ALEIXANDRE, Dolores (1986). *Educación para la contemplación*, Santander: Sal Terrae, p. 979-889.
15. SOURISSEAU, Réjane i OFFROY, Cécile (2019). *Etude démocratisation, démocratie, droits culturels*. Estudi realitzat per Opale per a la Fondation Carasso, 2019, p. 8.
16. MARX, Karl (2005). «Introducción a la crítica de la economía política» a *Contribución a la crítica de la economía política*, Ciutat de Mèxic: Siglo Veintiuno, p. 291.
17. Com per exemple Simon McBurney, conegut actor i director de teatre de la premiadíssima Théâtre du Complicité, amb la qual va crear la peça *The Encounter*, basada en el llibre de Petru Popescu, després de conviure amb indígenes habitants de l'Amazones. El que McBurney descobreix en aquesta creació teatral és que la idea que tenim del «jo» i la centralitat de la consciència no està tan present en els pobles que estan connectats amb el medi ambient que habiten.
18. RUDMIN, Floyd W. (2003). «Critical History of the Acculturation Psychology of Assimilation, Separation, Integration, and Marginalization», *Review of General Psychology*, 7 (1), p. 3-37.
19. RETORTILLO OSUNA, Álvaro (2009). «Evolución de los modelos psicológicos de aculturación en Norteamérica y en Europa: de la unidimensionalidad a la bidimensionalidad en el tratamiento de la inmigración». *Revista de Historia de la Psicología*, València: Publicacions Universitat de València. Vol. 30, núm. 1, p. 73-86.
20. SEN, Amartya (2010). *La idea de justicia*, Barcelona: Taurus, p. 17.

21. GOYTISOLO, Juan (1977). *El universo imaginario*, Barcelona: Espasa, p. 95.
22. FRASER, Nancy (2020). *Los talleres ocultos del capital. Un mapa para la izquierda*, Madrid: Traficantes de Sueños, p. 26.
23. GOMÁ LANZÓN, Javier (2003). *Imitación y experiencia*, València: Pre-Textos, p. 310-315.
24. KANT, Immanuel (2019). *Crítica del juicio*, Madrid: Austral, p. 250.
25. BENJAMIN, Walter (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires: Taurus, p. 3.
26. BENJAMIN, Walter (2004). *El libro de los pasajes*, Madrid: Akal, p. 450.
27. WEIL, Simone (1991). *La pesanteur et la grâce*, París: Plon, p. 170.
28. BRECHT, Bertolt (2004). *Escritos sobre teatro*, Barcelona: Editorial Alba, p. 249.
29. DíEZ RODRÍGUEZ, Fernando (2014). *Homo Faber. Historia intelectual del trabajo 1675-1945*, Madrid: Siglo XXI, p. 333.
30. ADORNO, Theodor (1970). [Teoría estética](#), Edición de trabajo.
31. ADORNO (1970). *Op. cit.*, p. 38.
32. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo (1965). *Las ideas estéticas de Marx. (Ensayos de estética marxista)*, Ciutat de Mèxic: Era, p. 48.
33. ADORNO (1970). *Op. cit.*, p. 32.
34. GROYS, Boris (2020). *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, Buenos Aires: Caja Negra, p. 46.
35. Cosa que realment ha passat. Una treballadora del servei de neteja del Museo Bolzano de Milà va netejar per error una obra d'art creada per un duo d'artistes d'avantguarda, Sara Goldschmied i Eleonora Chiari, perquè va confondre l'obra amb la brossa que havia quedat del dia abans...
36. GOMÁ LANZÓN, Javier (2003). *Imitación y experiencia*, València: Pre-Textos, p. 315.
37. MICHAUD, Yves (2021). *L'art, c'est bien fini. Essai sur l'hyper-esthétique et les atmosphères*, París: Gallimard, p. 68.
38. Agraeixo, una vegada més, el suggeriment de José Ignacio González Faus en el sentit d'incloure el capitalisme de vigilància havent llegit el llibre de Shoshana Zuboff, *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*: González Faus ho veu com una conseqüència del sistema, fonamentat en la lluita del capital contra el treball i en l'aspiració al màxim benefici, quan l'autora, segons ell mateix, ho veu com una deformació accidental del capitalisme.
39. BELL, Daniel (1976). *El advenimiento de la sociedad pos-industrial*, Madrid: Alianza.
40. RIFKIN, Jeremy (2022). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*, Barcelona: Paidós, p. 17.
41. ILLOUZ, Eva i CABANAS, Edgar (2019). *Happy-cracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*, Barcelona: Paidós.
42. «El cos pren la forma de l'ànima; l'ànima es fa cos». GROYS, Boris (2020). *Op. cit.*, p. 27.
43. N'hi ha prou amb donar un cop d'ull a l'art actual, el cotitzat artista Jeff Koons, creador d'un gosset gegant platejat, el *Ballon Dog*, l'únic gran mèrit del qual és veure'ns reflectits en el seu disseny de mirall, va declarar: «[...] aprèn a confiar en tu i en la teva pròpia història. Això és també el que vull transmetre a l'observador de les meves obres: ha de sentir el seu propi plaer de viure». «Jeff Koons über Vertrauen», a *Süddeutsche Zeitung*, edició 17 de maig de 2010.
44. LEFEBVRE, Henri (2013). *La producción del espacio*, Madrid: Capitán Swing, p. 431.
45. MILLER, Toby (2018). *El trabajo cultural*, Barcelona: Gedisa, p. 360 de l'e-book.
46. [«Saltan las alarmas en Medialab Prado, emblema de la innovación cultural en Madrid»](#). PÉREZ MENDOZA, Sofia (2021). *Diario.es*, 27 de gener.
47. MILLER, Tony (2018). *El trabajo cultural*, Barcelona: Gedisa, p. 380 de l'e-book.
48. MATTHEWS, Vanessa (2010). «Aestheticizing Space: Art, Gentrification, and the City» a *Geography Compass* 4, n. 6, p. 622.
49. Un exemple més proper el tenim al Raval de Barcelona, que va arribar a elaborar una campanya amb el verb «ravalejar» en lloc de fer servir un logo, un verb que suggereix actituds nascudes de l'amor al barri i el positivisme gràcies a la seva «autenticitat». Vegeu RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2019). *Cultura, gobernanza local y desarrollo urbano. Políticas culturales de Barcelona y Valencia en perspectiva comparada*. València: PUV, p. 77-80.

50. HARVEY, David. «The Art of Rent: Globalization, Monopoly and the Commodification of Culture» a *Socialist Register* 38, p. 93-110.
51. Sol Cruz-Guzmán: «[Hem de veure la cultura com una àrea per activar l'economia i no com un llast que cal mantenir](#)».
52. «[El PP demana ajudes per a la promoció i dinamització del sector empresarial cultural](#)».
53. «[Calavera con diamantes](#)» a *El País.com*, 2 de juny de 2007.
54. GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2011). *Vicarios de Cristo: los pobres. Antología de textos de la teología y espiritualidad cristianas*, Barcelona: Cristianisme i Justicia, p. 299.
55. HUME, David (1982). *Ensayos políticos. Sobre el comercio*, Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, Col. «Civitas», p. 19.
56. GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2002). *Abjurar la modernitat*, Barcelona: Cristianisme i Justicia, Quaderns, n. 113.
57. A València, la ciutat on visc, la regidoria de Patrimoni i Recursos Culturals està llançant el programa Cultura als Barris en una clara aposta descentralitzadora.
58. *Rapport relatif à l'organisation générale de l'Instruction publique*. Nicolas de Condorcet va presentar aquest document el 1792 a l'Assemblea Nacional Francesa.
59. URFALINO, Philippe (2011). *L'invention de la politique culturelle*, Paris: Pluriel.
60. WEBER, Raymond. *La démocratie culturelle comme fondement de la démocratie*, Forum für Politik, Gesellschaft und Kultur.
61. FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES (2014). «Repères», *Démocratie culturelle & démocratisation de la culture*, n. 4-5.
62. Sobre com el progrés històric es pot torçar, i de fet s'ha torçat, llegiu GONZÁLEZ FAUS, José Ignacio (2015). *¿El capital contra el siglo XXI?*, Santander: Sal Terrae, p. 148-149.
63. Un dels defensors, no sense incongruències, és l'escriptor Yuhal Noha Harari i la seva reflexió sobre la llibertat humana. Vegeu l'article BEORLEGUI, Carlos (2021). «Yuhal N. Harari: la libertad difuminada y desmitificada (I)», *Razón y Fe*, p. 155-171.
64. Rudolf Arnhem plantejava dues preguntes fonamentals que segons com les contestem estarem parlant de la rellevància o irrellevància de l'estètic: «¿El món modern social, està cognitivament, perceptualment desproveït de la classe d'ordre elevat que necessita per generar una forma similarment organitzada en les ments dels artistes? ¿O l'ordre del nostre món és tan pernicios que impedeix que l'artista hi respongui?». ARHEIM BERKELEY, Rudolf (1971). *Entropy and Art: An Essay on Disorder and Order*, Califòrnia: University of California Press, p. 52.
65. KUSPIIT, Donald (2004). *El fin del arte*, Madrid: Akal, p. 385, e-book.
66. HAN, Byung-Chul (2015). *La salvación de lo bello*, Barcelona: Herder, p. 12.
67. La cita és de la mística flamenca Hadewijch d'Amberes, allà pel segle XII. DAELEMANS SJ, Bert. «La mística de Bill Viola: arte y espiritualidad», *Razón y Fe*, n. 1444, p. 201.
68. «L'art va començar per ser una manera d'ocultació i de contacte amb el no-humà, amb el tangible sagrat, adornament i màscara: màscara amb sentit màgic», citat a SANTAMARÍA, Alberto (2020). *Políticas de lo sensible. Líneas románticas y crítica cultural*. Madrid: Akal, p. 164.
69. Aquí al·ludeixo a una forma de mutació cultural, el Romanticisme, com explica Alberto Santamaría al seu llibre citant Novalis: «Així que dono un alt sentit al que és ordinari, al que és conegut, dignitat de desconegut i aparença infinita al que és finit, amb tot això romantitzo» fent referència a les potencialitats alliberadores del present.
70. Fabrice Midal situa aquí el naixement de l'art modern. MIDAL, Fabrice (2020). *3 minutes de philosophie*, París: Flammarion, p. 80.
71. Laval i Dardot: «[El neoliberalisme és una forma de vida, no solament una ideologia o una política econòmica](#)». FERNÁNDEZ-SAVATER, Amador, MALO, Marta y ÁVILA, Débora. *Diario.es*, 10 d'octubre de 2014.
72. CASTORIADIS, Cornelius (2006). *Lo que hace a Grecia. I. De Homero a Heráclito*, Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina, p. 322.

## PREGUNTES PER A LA REFLEXIÓ

---

1. En el primer capítol s'aborda la relació entre «cultura i civilització» i entre «cultura i naturalesa». Per què per l'autor resulta tan important «relativitzar la cultura»? Hi estàs d'acord?
2. De quina manera el capitalisme ha entrat en l'art i l'ha transformat? Hi ha alguna possibilitat de que l'art exerceixi d'instància crítica del capitalisme?
3. Què suposa lligar la cultura a la democràcia? En quin sentit aquests dos conceptes poden ajudar-se mútuament?
4. L'autor parla de «batalla contracultural». Què suposa això avui dia i quin paper hi pot jugar l'art?

**Cristianisme i Justícia** (Fundació Lluís Espinal) és un centre d'estudis creat a Barcelona l'any 1981. Agrupa un equip de voluntariat intel·lectual que té per objectiu promoure la reflexió social i teològica per contribuir a la transformació de les estructures socials i eclesials. Forma part de la xarxa de centres Fe-Cultura-Justícia d'Espanya i dels Centres Socials Europeus de la Companyia de Jesús.

## Quaderns CJ

Darrers títols

- 226. *Recuperar els béns comuns, reivindicar el bon viure*. J. Carrera i D. Murillo
- 227. *Saviesa divina*. J. I. González Faus
- 228. *El malbaratament d'aliments*. J. C. Romero i J. Tatay
- 229. *El reconeixement de les persones LGTBIQ+ en l'Església*. M. Escribano i E. Vilà
- 230. *De què serveix plorar*. J. Laguna
- 231. *Sobre la tecnologia*. O. Quintana
- 232. *Els CIE: instruments de sofriment inútil*. L. Zanón
- 233. *Democràcia cultural*. J. Picó

La Fundació Lluís Espinal envia gratuïtament els quaderns CJ.  
Si desitgeu rebre'ls, demaneu-los a:

### **Cristianisme i Justícia**

Roger de Llúria, 13, 08010 Barcelona  
93 317 23 38 • [info@fespinal.com](mailto:info@fespinal.com)  
[www.cristianismejusticia.net](http://www.cristianismejusticia.net)

També podeu descarregar-los a:  
[www.cristianismejusticia.net/quaderns](http://www.cristianismejusticia.net/quaderns)



Juny del 2023 • Tiratge: 35.000 exemplars