

# De la sociedad del bienestar a la sociedad del mecenazgo

Andrés García Inda

Universidad de Zaragoza.

Miembro del Instituto Emmanuel Mounier.

Con la crisis del Estado del bienestar y el triunfo de las políticas neoconservadoras, han surgido nuevas (o renovadas) formas de organización y de dominación social, paradójicamente más groseras y más sutiles a la vez, que tienen precisamente como objeto de lucha el monopolio de los medios para ejercer la dominación simbólica que las pueden hacer eficaces. En este contexto, la vieja idea del mecenazgo en las artes y las letras ha resurgido con la fuerza de lo alternativo ante la desaparición del Estado providencia. Y no solamente como una moda más, sino (quizás precisamente por ser una moda) con la fuerza que a dicha forma de intervención aportan la lógica del mercado y del derecho convertidos en fuente y método de la realidad. Por eso el mecenazgo es algo más que una simple fórmula de financiación de la actividad cultural (artística, literaria, científica...): es también *una forma de entender la realidad y una forma de organización social*, la que se traduce en esa relación entre el mecenas y el «mecenado», así como en los «intercambios materiales y simbólicos que se instauran cada vez más a menudo entre las empresas y ciertas categorías de productores intelectuales, a través de las demandas de «intervenciones», «informes», «consejos» o «conferencias» generosamente remuneradas, y todos los contactos formales o in-

formales en el marco de misiones, de comisiones, de asociaciones o de fundaciones».<sup>1</sup>

En ese sentido, es preciso tener en cuenta los efectos que dicho intercambio produce en la dinámica de la dominación simbólica en la que se funda la dominación social. Pierre Bourdieu y Hans Haacke los han puesto de relieve al mostrar cómo la sociedad del mecenazgo es (o puede ser) la sociedad de la censura y la neutralización de las funciones políticas del trabajo cultural (científico y/o artístico). Desde el análisis del sociólogo francés, la traslación de la lógica de la política y de la moda a la ciencia y al arte conlleva la anulación del progreso en la diferenciación de los poderes como protección contra la tiranía, «entendida, a la manera de Pascal, como una usurpación de un orden sobre otro o, más precisamente, como una intrusión de los poderes asociados a un campo en el funcionamiento de otro campo. No solamente porque los dominados pueden siempre sacar partido o provecho de los conflictos entre los poderosos, quienes, bien a menudo, tienen necesidad de su concurso para triunfar en estos conflictos. Sino también porque una de las mayores armas en estas luchas entre los dominantes es la universalización simbólica de los intereses particulares que, tanto si es emprendida con fines de legiti-

mación como de movilización, hace inevitablemente avanzar lo universal».<sup>2</sup> Hoy día, con la concentración de los poderes económicos y políticos y la invasión interesada por parte de éstos de los campos científicos y artísticos para sacar el provecho simbólico que conlleva la financiación, el apoyo y la colaboración en actividades intelectuales (a través de becas, exposiciones, premios, ediciones, etc.), parecen confundirse esos poderes, que tienden a la dominación universal, al decir de Pascal. Y más aún con la concentración y monopolización paralela de los medios de comunicación y el apadrinamiento de los nuevos profetas que en ellos intervienen, convertidos en la fuente de la opinión y de la movilización de las aspiraciones y deseos, en los auténticos canales de realidad y del juego político con la realidad: hoy día, las movilizaciones que tienen éxito no dependen del número de gente que agrupan, sino del interés de los periodistas en su divulgación.<sup>3</sup> Si la modernización como proceso supone la progresiva diferenciación de los diferentes campos sociales (económico, estético, científico, político, jurídico...) en función de las diversas especies de capital (económico, artístico...) y de acuerdo a la lógica específica de cada campo, la postmodernización actual parece dirigirse hacia la desdiferenciación de esas distintas esfe-

ras de lo social, anulando la relativa autonomía que las diversas prácticas adquieren en el conjunto del espacio social e imponiendo en todos sus ámbitos la lógica schmittiana del amigo/enemigo, propia del campo del poder.<sup>4</sup> Así, la postmodernidad y su sociedad del mecenazgo imponen la lógica de la moda como criterio de estructuración y valoración tanto en las ciencias como en las artes, y como criterio de cambio social.

Pero la moda no es simplemente, como pudiera creerse, una cuestión de estética o de estilo, sino sobre todo una cuestión de poder o, mejor dicho, de mercado. No es el artista, sino el dueño del marketing, el publicista, el dueño de las palabras, en suma, quien puede crear la opinión de la moda. Es el mecenas quien decide lo que está «en la onda» y lo que está *demodé*, y éste no se mueve por la lógica de lo verdadero y lo falso del campo científico o del campo artístico, sino por la lógica del campo del poder, buscando un capital simbólico que extraer de su apadrinamiento para incorporarlo a sus estrategias de lucha en ese campo. Y esas luchas, por más que los adalides del neoliberalismo actual pretendan hacernos creer otra cosa, tienen lugar en espacios asimétricos, donde la riqueza de unos es colmada con la necesidad de los otros. Es verdad que «los hombres trabajamos *for the fun of it*, para poder vivir otros sentimientos además de obtener un sueldo y sobrevivir; y, si no pasamos mucha necesidad, a la larga no aguantaremos en una empresa en la que trabajamos a disgusto. No basta la «compulsión», sino que es necesaria la «convicción».<sup>5</sup> Pero también es verdad que no sólo existen muchas situaciones de mucha necesidad que obligan a vivir «por compulsión», sino que esa necesidad

se transforma en virtud, se convierte y se impone como «convicción», y se puede llegar a racionalizar e ilustrar el egoísmo haciéndolo pasar por solidaridad. Pero la auténtica racionalidad de ese egoísmo, por muy ilustrado que sea, es la del «ande yo caliente» a toda costa, y la auténtica asimetría del mercado la conocen, aunque no quieran re-conocerla, sus propios defensores.

En las ciencias y las artes, la lógica del mecenazgo se impone, por tanto, como esa «forma sutil de dominación que actúa gracias al hecho de que ella no es percibida como tal.» La necesidad de recursos para la investigación y la creación artística se encuentra con la oferta a través de instituciones y fundaciones que esperan extraer un provecho material y simbólico de esa investigación y esa creación, en un momento en el que la ofensiva neoconservadora en esa lucha por la producción y apropiación de los instrumentos simbólicos se hace más patente y condiciona el acceso a dichos recursos a la producción de ese beneficio o plusvalía simbólica que incorporar al mecenas. El resultado es la neutralización del efecto crítico de las ciencias sociales, convertidas únicamente en «una sociología aplicada, que ayude a conducir los conflictos, las contradicciones, a racionalizar la dominación»,<sup>6</sup> y la neutralización de los efectos también críticos, propiamente políticos, de la creación artística, disociando ésta entre su forma y su mensaje.

Pero esa suerte de dominación simbólica que es el mecenazgo no puede entenderse simplistamente frente a la intervención del Estado como garantía de una cultura crítica. También existe un Estado-mecenas, o un mecenazgo de Estado que tiende a favorecer a una clientela fija a la que servir sir-

viéndose de ella. Y de ahí que sea necesario aprender a servirse contra el Estado de la libertad que asegura el mismo Estado, puesto que éste sólo puede garantizar los instrumentos de libertad respecto a los poderes económicos y políticos en tanto garantice esos instrumentos respecto a su propio poder: «Es a condición de reforzar a la vez la ayuda del Estado y los controles sobre los usos de esa ayuda, y en particular sobre los destinos privados de fondos públicos, como podremos escapar prácticamente a la alternativa del estatismo y del liberalismo en la que nos quieren encerrar los ideólogos del liberalismo».<sup>7</sup>

En este contexto, la tarea del intelectual entendido en un sentido amplio, como trabajador de la cultura y productor de bienes simbólicos, precisa más que nunca una reformulación que parta en primer lugar del poder y el capital (económico, cultural, social...) que dicho intelectual posee en los campos sociales donde se lucha por el monopolio de esos bienes simbólicos, así como su contribución en esas luchas al ejercicio de la dominación simbólica. Una reformulación que lo es, a su vez, del viejo tema de la responsabilidad del intelectual en el concierto de la sociedad en la que ejerce su oficio. Pero no (o no sólo) para recordar las implicaciones éticas de su tarea estética o científica, sino las implicaciones propiamente políticas y sociales de la misma. ▣

#### Notas

1. Pierre Bourdieu y Hans Haacke, *Libre-échange*, Paris, Seuil/Les presses du réel, 1984, pág. 25.
2. P. Bourdieu, *La Noblesse d'État. Grandes écoles et esprit de corps*, Paris, Minuit, 1989, pág. 559.
3. Patrick Champagne, *Produire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit, 1990.
4. Scott Lash, *Sociology of Postmodernism*, London, Routledge, 1990, págs. 262-264.
5. Carles Comas, «El neoliberalismo y la historia. Lecciones positivas y negativas», en Varios, *El neoliberalismo en cuestión*, Santander, Sal Terrae, 1993, pág. 69.
6. *Libre-échange*, op. cit., págs. 60-61.
7. *Ibidem*, págs. 77-80.