

▣ Cultura según la opinión pública.

ESTADÍSTICA. Con el paso de los años nos hemos acostumbrado a trasvasar la cultura a términos numéricos, cuantitativos, en aras del análisis y para escándalo periódico de quienes en algún momento se detienen a añorar una cultura estrictamente inteligente y amable, una cultura a salvo de mercado y negocio. Quede claro que en este último colectivo estamos todos en algún momento, pues la pulsión estética y la emoción intelectual son naturales en el ser humano y van y vienen en la vida ante los estímulos de la creación y la creatividad. Pero las estadísticas culturales, extraídas de la materialidad de cuanto produce el conocimiento inicialmente puro, son necesarias. Lo son por motivos de congruencia con el capitalismo especulativo en que vivimos, en el que se llegó hace tiempo al paroxismo de confusión entre valor y precio, en el que también se hace imprescindible situar cada actividad humana en una escala de generación de riqueza y en un abanico de opciones concretas a que se enfrenta la persona como ciudadano, como productor y como consumidor. En todo caso, lo primero que apuntan las estadísticas de la cultura es que han llegado tardía e insuficientemente a la realidad político-económica que hoy estamos viendo desestructurarse.

El conocimiento cuantitativo que tenemos del sector cultural es resultado además de una elaboración liberal. Podemos analizar con los datos al uso el peso y posicionamiento económico de la cultura como sector de actividad y, dentro de ello, el comportamiento en el tiempo (reciente) de los principales productos y sistemas con que la cultura ha operado en las sociedades avanzadas o en alguna otra asimilada en términos creativos, culturales. A ese conocimiento podemos ya añadirle o cruzarle variables territoriales, segmentarlo conforme a niveles de renta y formación, y hasta de factores como la religiosidad o el partidismo, porque los datos de la cultura han crecido ya en el magma de este capitalismo neo-liberal de los últimos treinta años. Pero esos datos, esas series, escamotean un factor sustancial para comprender sus resultantes en esas tres décadas: el sector cultural del que dimanar ha crecido al amparo del estado de bienestar primordialmente¹. O más ciertamente, al abrigo de un bienestar social asentado en el espacio público —ahora en deconstrucción— que a efectos de espacio privado ha establecido sus claves en términos de confort individual. Por tanto los referentes con que trabajamos acerca de pautas, hábitos, modas y tendencias «culturales» de las sociedades contemporáneas son estándares o medianas referidas a la recepción colectiva de las producciones del sector. Cualquier dimensión humanística de la relación entre personas y cultura sólo aparece tangencialmente en nuestras certezas estadísticas; debemos presuponerlas, deducirlas o adivinarlas.

Muy poco antes de que la gran crisis liberal nos devorase, allá por el primer lustro del siglo, se nos hicieron familiares las «cuentas-satélite»; unos instrumentos de ponderación económica de cualquier sector de actividad que entonces llegaron a nuestra cultura. Son, por así decir, corolarios de la materialidad cultural —aunque seguramente no de la cultura *real*— que en

1 [▣] El nudo de contradicción en que venimos contemplando la cultura y su sector había sido diagnosticado por Antonio Machado en sus últimos años; hacía decir a Juan de Mairena: ««...La cultura, vista desde fuera, como la ven quienes nunca contribuyeron a crearla, puede aparecer como un caudal en numerario o mercancías, el cual, repartido entre muchos, entre los más, no es suficiente para enriquecer a nadie. La difusión de la cultura sería, para los que así piensan, un despilfarro o dilapidación de la cultura, realmente lamentable. Esto es muy lógico. Pero es extraño que sean, a veces, los antimarxistas, que combaten la interpretación materialista de la historia, quienes expongan una concepción tan espesamente materialista de la difusión cultural...» (Juan de Mairena póstumo, 1937-39)

España, y en Andalucía, nos trajeron la buena nueva de un sector cultural relevante, más responsable de nuestros PIB que ciertas otras actividades con relumbrón y plaza fija en el *Ibex 35*. Es decir, la cuenta satélite nos ha proporcionado una certificación liberal, mercantil, que significaba sin duda una inyección de moral que buena falta nos hacía. Pero sus marcas finales, e incluso su metodología enrevesada y paciente, no enseñan la contradicción última en que vivíamos y seguimos viviendo: los datos, las series, proceden de unas cuentas públicas del estado de bienestar en las que la cultura nunca llegó a contar con articulación conceptual ni administrativa realista, ni a desagregar funcionalmente el grado de dependencia que esa cultura fue acumulando respecto de los márgenes financieros. Una cuenta satélite presenta entonces el balance de sector como capacidad instalada y producida, pero no desvela cómo y por qué llega a existir dicha capacidad —ni ayuda mucho a desvelarlo—. Una cuenta satélite arroja parámetros de valor añadido bruto que parten del valor añadido fiscal, que para la cultura está regulado a la baja con criterio de bienestar, en tanto que la ponderación final se hace con criterio económico liberal. Bueno; no pasa nada porque peor estábamos cuando ni esto teníamos.

TENDENCIA. Sucede que la significación de la cultura en el estado —sociedad organizada y soberana— exige contar, además de con el valor ciudadano que aporte, con una ponderación —siquiera una *radiografía*— del papel que desempeña en el espacio público. Esa función, ¿cómo se evalúa, cómo se acota o sintetiza?; ¿se trata de valores, de ideas asentadas, de ideas en proceso de cambio? Conocer las preferencias en el gusto colectivo acerca de géneros musicales o los hábitos respecto a empleo del tiempo de ocio en parques o museos o vida social, proporciona pautas útiles para dibujar el retrato-robot de la presencia de contenidos culturales en la sociedad, pero no satisface la *curiosidad* por saber si esos contenidos acercan o alejan al ciudadano del estado mismo, si los incorpora a una idea de bien común; si la cultura proporciona efectos benéficos en el espacio público o sólo o principalmente en la vida privada.

Esta curiosidad no es de tiquismiquis ni orweliana. Es una saludable inquietud cívica que el desarrollo institucional debiera haber planteado y respondido hace mucho. Por no haberlo hecho en su momento hoy nos corroe la insatisfacción ante resultados políticos, educativos y culturales, tras décadas de inversión sistemática que la reacción liberal considera legítimo cuestionar y dismantelar. Las opciones elegidas para conocer la función cultural en nuestro tiempo han respondido a la tendencia, ya asentada, de priorizar los datos sobre las interpretaciones —lo que Inerarity ha señalado como base de la desconfianza con que nos movemos ante la intermediación², empezando justamente por la política, la educación y la cultura—, y nos encontramos en un punto en el que el sentido de crisis, decadente, de los datos deja huérfana a la cultura de uno o varios significados en cuanto factor de cohesión, o de quiebra, o de transformación de la masa social a la que pensábamos que iba destinada. Si, como solemos enfatizar, la función de la cultura se refleja o traduce en valores, resulta que las series estadísticas de que disponemos raramente han buscado reconstruir qué valores son esos y cómo operan en la sociedad. Podemos deducir o intuir a partir de ellos, pero para esa *interpretación* ni estamos legitimados al parecer, ni contamos con otros *datos* pertinentes.

Álvarez Junco ha reconstruido el relato de la formación intelectual de lo que podemos llamar nuestro «imaginario» político nacional que, comprensiblemente, está integrado por elaboraciones culturales, por simbologías, manipulaciones, aprendizajes ahormados a intereses

2 [□] Daniel Inerarity, «Los límites de la transparencia»; *El País*, 22 de febrero de 2011.

[Léxico de incertidumbres culturales]

de clase tanto o más que a idealizaciones contingentes en distintos tramos del recorrido histórico. Aunque el alcance de la propuesta de Álvarez Junco se detiene ante el siglo XX, su lectura invita a contrastar en qué medida después de ese límite temporal seguimos necesitando capacidad interpretativa de la acumulación de datos; necesitando propuestas de qué sentido han tomado la conciencia de los hechos, la percepción de cambios o la acumulación de cuanto entendemos por cultura. En un momento dado de *Mater Dolorosa* el autor, quizá para protegerse de los conservadores de la verdad, propone que «...lo que los individuos piensan sobre el mundo en que viven es parte, al menos, de la realidad social»³. Parece una proposición muy simple, pero contiene a mi juicio una advertencia vigente a la hora del análisis histórico, pero casi más en el de la cultura. Y si volvemos la mirada hacia el conocimiento demoscópico para reconstruir qué piensan los individuos acerca de la cultura, encontramos un vacío de vértigo. La estadística nos habla de hábitos, comportamientos, gustos, etc., pero nada sobre qué pensamos de la cultura.

MENTALIDAD. Aceptemos que la idea de cultura es una parte, al menos, de la realidad social y de la mentalidad imperante en ella. Si esa idea, que pareciera reservada a la sofisticación intelectual, procuramos deducirla o aislarla a partir de las encuestas relativas a hábitos y consumo culturales los posibles desenlaces han de ser insuficientes. Porque es cierto que una faceta de la intuición de la cultura aflora en la frecuencia y las tipologías del acercamiento individual a sus productos, a sus hechos; como también que las medianas y promedios extraíbles de esos datos retratan la identificación estándar de la cultura en cada sociedad concreta. La carencia nace de que tales consultas responden a necesidades políticas, administrativas, comerciales, de manera que la pulsión de la conciencia de los encuestados se dirige hacia los vectores dominantes de la incertidumbre política, administrativa o comercial que pueden ser muy diversos y complejos, pero dejando al margen e incluso despreciando otros vectores de las minorías, de la creatividad local, del sentimiento tradicional; incluso una teórica *vanguardia*, que sin duda opera en la realidad cultural que se investiga, queda fuera del horizonte de cultura cuyas pautas de consumo y costumbre se han querido averiguar. Es comprensible que así sea; pero es insatisfactorio, y cada vez más.

No satisface este estado de cosas porque responde a la deriva de una concepción *aplicada* de la cultura desde las urgencias de estado o de empresa; una deriva útil, hay que recordar, pero que ha instalado el análisis cultural en lo que Manuel Cruz ha considerado el «meta-engaño» de la transparencia⁴. Durante años habíamos clamado por una cultura cuantificada que pudiera posicionarse en escenarios de estrategia, mas una vez logrado ese objetivo asistimos a un desvalimiento ante los resultados y las deducciones razonables en un mundo que, con crisis pero ya antes sin ella, presupone la cultura con mínimo bagaje crítico. La *transparencia* de los datos estadísticos nos hacen sabedores de clímax y crisis del libro, de vendavales escénicos o de nubes interactivas; no adquirimos certeza suficiente, sin embargo, sobre la *sostenibilidad intelectual* de esta cultura, ni sabemos qué podemos legitimar como tal o si sólo transita por secuencias de entretenimiento, para desasosiego de mi admirado Vargas Llosa —y de varios más—. Si la transparencia que nos embauca la construimos con simpatías, gustos y hábitos de *la gente*, defendiéndonos así pretendidamente de dirigismos, hallazgos y estrategias de

3 [□] José Álvarez Junco, *Mater Dolorosa. La idea de España en el siglo XIX*. 2001; Taurus. (pág.188).

4 [□] Manuel Cruz, «Lo que trajo el ocaso de las ideologías», *El País*, 26 de septiembre de 2009.

gobiernos, multinacionales y academias, cómo es que no podamos establecer qué opina *la gente* de la cultura, qué cree que es, cómo la percibe o la describe.

Desde luego nunca se pudo escribir la historia cultural haciendo entrar en juego la idea *plebeya* de cultura, porque no han existido fuentes para ello y porque la elaboración intelectual de cultura ha sido y es auto-suficiente, sólida, solvente en términos científicos y/o ensayísticos. Desde mediados del siglo XX contamos sin embargo con una herramienta para saber por dónde van las ideas *plebeyas*: la demoscopia. Los resultados de los estudios de *opinión pública* sirven para reconstruir la evolución pautada de las mentalidades contemporáneas —aunque nunca nos refiramos a ello como historia de las mismas—, y es en ese terreno en el que debiéramos estar en condiciones de precisar qué idea de cultura es la que llega hasta nosotros. En España los estudios de la administración del Estado —ministerio del ramo e INE—, los pioneros de la SGAE-Fundación Autor, y algunas aproximaciones del CIS permiten rastrear la evolución de la relación cultura-sociedad a través de tres parámetros genéricos: interés declarado, hábitos —basados en consumo— y con menos precisión el gasto en cultura. En conjunto, vale decir que el conocimiento demoscópico de la sociedad española ha sido «condescendiente» con la cultura: la ha atendido sin ir a más.

ENCUESTA. Ahora bien, desde Andalucía podemos aseverar que demoscópicamente la cultura resulta ser un referente cuando menos inter-generacional, con el que los ciudadanos ponderan el tránsito de un momento a otro, entre la cultura de sus progenitores y la suya, o entre la cultura de los jóvenes y la del resto, presentando valoraciones decantadas, nítidas⁵. Además los andaluces están en condiciones de configurar una idea de cultura suficientemente clara y consensuada, aun con pocas herramientas conceptuales; si se les proponen respuestas cerradas, utilizando unos paradigmas genéricos y otros con más carga identitaria, aparece un consenso muy sólido según el cual cultura es la suma de las artes (literarias, plásticas, musicales, etc.), más la ciencia e incluso el turismo; y en un segundo escalón de consenso, cultura es también la suma de tradiciones más o menos participadas pero vivas. Esta idea consensuada de cultura digamos que además presenta diferente declinación según los tramos de edad y que también cabe rastrear ese efecto según el tipo de hábitat o los tramos de renta o los grados de formación. Es decir, en Andalucía se está comprobando cómo un concepto tan *vago* como el de cultura concita sin embargo marcas suficientes de la mentalidad con sus matices y variaciones. Hasta ahí cabe hablar de opinión pública traducida a un «saber adquirido» en torno a qué es cultura.

Si lo que se propone sin embargo es la respuesta espontánea los resultados añaden algo así como el «saber percibido» en torno al mismo concepto: entonces la cultura se presenta en un cúmulo de acotaciones presidido abrumadoramente por la educación, la formación individual, al que acompañan ideas como capacidad de comprensión de las cosas, el disfrute de las artes, el respeto por las tradiciones, la ciudadanía... —qué quieren que les diga, reconforta más esto, ahora, que toda la convención compilatoria de UNESCO—. Porque, además, no llama a engaño: la cultura no es el principal objetivo del interés informativo entre estos ciudadanos andaluces; ni el principal ni el secundario. Pero es una idea consistente para este cuerpo social que sabemos diverso, diferenciado y segmentado conforme a muchos otros parámetros.

5 [□] Pueden consultarse los dos primeros barómetros de la cultura en Andalucía, BACU 2008 y 2010 en www.juntadeandalucia.es/cultura/web/html/sites/consejeria/estadistica/Galerias/Adjuntos/documentos_interes/E-0901_Barometro_2008.pdf y también www.iesa.csic.es/proyectos/260120120.pdf. Se ha realizado una tercera oleada en 2012, aún no disponible en web.

[Léxico de incertidumbres culturales]

Este barómetro andaluz enseña más cosas de interés que antes no habíamos considerado. Por ejemplo que en tres oleadas repartidas por cuatro años muy singulares, la estabilidad conceptual expresada acerca de «cultura» es firme salvo en aquello que, justamente, la coyuntura comenzaba a desestructurar: si en 2008 los andaluces consideraban muy mayoritariamente que el apoyo público a la cultura era *necesario*, dos y cuatro años más tarde, pautadamente, esa convicción se ha diluido como un azucarillo, sin duda porque la crisis ha forzado esta *moda* en la mentalidad que ve transitar la vida desde el bienestar-confort hacia el mercado-empobrecimiento. Otra *revelación* que debiera meditar en el sector cultural es que las personas, *la gente*, parecen tener una idea de cultura bastante concreta —y sensata— o incluso que están en condiciones de formársela si se le requiere, y ello aunque no sean *usuarios* de esa misma cultura⁶.

A mediados de 2009 EGEDA (la gestora de derechos audiovisuales en España) dio a conocer los resultados de una encuesta en la que el sector reconocía un distanciamiento con respecto al conjunto de espectadores potenciales —que es, de últimas, la sociedad inmediata a que se dirigen el cine y cualquier otra producción—; ahora bien, aquella disonancia que aparecía en la encuesta consistía fundamentalmente en una cuestión de hábitos y no en una disensión respecto al «cine español». De hecho, los encuestados calificaban positivamente al cine producido en España con sólo ciertas críticas acerca de las temáticas o el estilo intimista, por ejemplo. ¿En qué estribaba el alejamiento entonces?: en que el espectador contemporáneo prefiere ver cine en casa. Pero hasta esa encuesta habíamos leído y escuchado sobre un hipotético empobrecimiento cultural cuyo indicador era la ruina de las salas de cine: una *forma* de consumo audiovisual que el mundo de la cultura sigue empeñado en considerar más *culta*. El espectador sin embargo no sólo mantiene aprecio por el cine sino que, probablemente, ha venido elevando su concepto del mismo y, por ende, mejorando su capacidad de crítica. Con todo y encuesta, todavía hubo y hay que escuchar a responsables de la distribución cinematográfica que lo que se requiere es «saber vender el producto». Tal vez se refieran a que debe mejorarse la calidad y cantidad de ingestión de palomitas: hábito estadounidense que conocimos al llegar las bases militares —y sus cines reservados— a España y que en el barrio nos pareció deapestoso gusto.

SESGO. Porque se comprueba que cuando se traslada al ciudadano —desde la demoscopia en el caso que venimos comentando— una propuesta sin alharacas para que exprese la idea y los atributos de cultura con que se maneja, lo resultante es una noción de cultura pegada a la tierra y a salvo de radicalidad; una idea que pondera el papel de artistas y mediadores culturales como factor social, aun reprochando que se trate de un colectivo algo hermético y hasta egoísta, y en la que coexisten la satisfacción y la crítica al valorar la presencia de cultura en la vida local. Los propios andaluces saben y remachan que en la base de todo está la formación, la educación que tan fluidamente pueden confundir con cultura, pero en cualquier caso, desde cualquier nivel formativo, reconocen que en su vida personal, familiar, en su ocio, o en menor medida en el trabajo, los libros, la música, las imágenes intervienen generalmente a su favor. Así mismo, sin demérito de lo propio existe una conciencia de que los contextos culturales a que se pertenece —España, Europa— aportan mayor grado de cultura, esto es, proporcionan horizontes que forzosamente enriquecen lo que ya se conoce o se tiene.

6 [□] El comportamiento como usuarios de cultura de los andaluces puede seguirse en la encuesta específica que complementa a los BACU: www.juntadeandalucia.es/cultura/web/estadistica/sites/consejeria/estadistica/habicu.

Sin duda cuanto más aproximación local la opinión conformada sobre cultura tenderá a deformarse. Creo que consultas de este tipo realizadas a escala local por centros culturales, o desde universidades, institutos o escuelas incluso, arrojarían matices, sesgos, desviaciones respecto a resultados de universos más generales pero que, en definitiva, no harían sino desmenuzar los mimbres del consenso y, desde luego, proponer líneas de reflexión a gestores y responsables en general de la cultura y el conocimiento en cada caso. Vendrían a descifrar las claves menudas de lo que Zygmunt Bauman ha descrito como «*mosaico de diásporas... archipiélago de culturas*» en que según él se está convirtiendo el mundo y que podría llevarnos a una incomunicación *babélica*⁷ —en pleno apogeo de la conectividad y las redes, cabría apostillar—. Con parecer acertada la visión del filósofo, tenemos alguna experiencia, algún indicio demoscópico que invita a discurrir al respecto. En el primer barómetro andaluz de cultura, de 2008, se requerían hasta tres «nombres» considerados importantes para la cultura de la comunidad autónoma, con los que se elaboró un «*ranking*» de quince celebridades; esa lista estuvo encabezada por el desangelado «no sabe» y a continuación por un quinteto prácticamente unánime: Lorca, Picasso —ambos muy por arriba—, Antonio Machado, Camarón y Blas Infante, por ese orden. Sucedió sin embargo que al hacer los recuentos a escala provincial —escala en la que la encuesta gana en aproximación pero pierde fiabilidad— cada listado matizaba esa cabecera de cinco por detrás del «no sabe» (salvo en Granada, Málaga y Sevilla) y, sobre todo, en los quince cada provincia *metía* dos o tres personajes, *suyos* por así decir.

Ciertamente al descender hacia la cultura local podemos terminar desbordados por la hegemonía del sesgo, del archipiélago de culturas en metáfora de Bauman, pero también es cierto que desde la diversidad se conforman consensos. La cuestión entonces se abre a si la cultura, como idea y como sector, hemos de enfocarla a partir de lo consensuado o de los pormenores, las desviaciones en que se asientan; el dilema no es nuevo, pero nunca se ha sincerado. Afecta a la gestión social de la cultura y está oculto y malversado en la gestión de infraestructuras. Por lo que hemos conocido hasta ahora la gestión de cultura ha seguido una deriva en la que, aparte de su inmadurez en el sistema, se ha ido abriendo una brecha de concepción, de método, de objetivos genéricos entre el trabajo en las escalas más pequeñas o modestas y la administración de grandes instalaciones, eventos o contenidos de alcance mediático. La opinión pública en materia de cultura, aun limitándola a prácticas o consumo o costumbres, contraviene el sentido de tal deriva: apunta a la vacuidad e inoperancia que esa brecha procura enmascarar, porque tal distinción sólo se ha sustentado en la asepsia ideológica y el dandismo intelectual.

La opinión pública, en los BACU andaluces, no tiene empacho en declarar que *nada* le sugiere el «arte actual» (50% en 2010), ni en desistir de encontrar palabras para expresar qué le sugiere (otro 20%). Demoscópicamente hablando puede plantearse desde Andalucía que *la gente* dice tener tanto o mucho interés por determinadas manifestaciones y productos de la cultura en los que, a renglón seguido, manifiesta que no son objeto de su principal gasto cultural o, en ciertos casos, ni siquiera secundario. Se ama y encomia la música, el teatro, el audiovisual; pero los bolsillos se rasca(ba)n más para ir a los toros, a la ópera también, a los parques temáticos y de atracciones, entre otras razones porque una gestión cismática ha distribuido a conveniencia el pecado de la gratuidad. Hay indicios claros, no sé si sobrados, para considerar que la cultura es una idea y una realidad más familiar y cercana a la mayoría de las personas de lo que nuestros diagnósticos, escépticos o entusiastas, toman como punto de partida. Si la estadística y la

7 [□] Declaraciones en el Congreso Europeo de Cultura celebrado en Varsovia, recogidas en *El País*, 10 de septiembre de 2011.

[Léxico de incertidumbres culturales]

demoscopia aplicada a la cultura se zafasen de una competitividad de satélite liberaloide, es muy probable que nos viéramos forzados a desterrar distingos ante la revelación de que el ciudadano sabe que el mundo y las ideas no le pertenecen en exclusiva, pero le competen íntimamente.