



ILOS CAUCIES
DE LA
GENEROSIDAD
ENSAYOS
HISTÓRICO-CRÍTICOS
SOBRE LOS
FUNDAMENTOS
DEL MECENAZGO

Francisco Calvo Serraller (ed.)

Victoria Camps

José Antonio Marina

José Luis Pardo

04

CUADERNOS
ARTE Y MECENAZGO
LOS CAUCES DE
LA GENEROSIDAD

*Ensayos histórico-críticos
de los fundamentos del mecenazgo*

Francisco Calvo Serraller (ed.)

Victoria Camps

José Antonio Marina

José Luis Pardo

Edita

Fundación Arte y Mecenazgo

Av. Diagonal, 621 - 08028 Barcelona

Edición digital

www.fundacionarteymecenazgo.org

Patronato de la Fundación
Arte y Mecenazgo

Leopoldo Rodés Castañé († julio del 2015)

Presidente

Isidro Fainé Casas

Vicepresidente

Juan Abelló Gallo

Esther Alcocer Koplowitz

Luis Bassat Coen

Arcadi Calzada Salavedra

Carmen Cervera, Baronesa Thyssen-Bornemisza

José F. de Conrado y Villalonga

Miguel Ángel Cortés Martín

Elisa Durán Montolio

Carlos Fitz-James Stuart, Duque de Alba

Jaume Gil Aluja

Jaume Giró Ribas

Carmen Godia Bull

Liliana Godia Guardiola

Felipa Jove Santos

Alicia Koplowitz Romero de Juseu, Marquesa de Bellavista

Emilio Navarro de Menduñía

Maria Reig Moles

Joan Uriach Marsal

Juan Várez Benegas

Antoni Vila Casas

Patronos

Mercedes Basso Ros

Directora general

ÍNDICE

	PRESENTACIÓN <i>Isidro Fainé</i>	P. 4
	PRÓLOGO <i>Francisco Calvo Serraller</i>	P. 6
1	BREVE HISTORIA DEL MECENAZGO ARTÍSTICO <i>Francisco Calvo Serraller</i>	P. 8
2	ARTE, MECENAZGO Y EDUCACIÓN <i>José Antonio Marina</i>	P. 14
	1. La historia del arte y la educación	P. 16
	2. El mecenazgo artístico y la generosidad	P. 18
	3. El mecenazgo artístico y la educación	P. 20
3	ÉTICA Y MECENAZGO <i>Victoria Camps</i>	P. 23
4	¿A CAMBIO DE NADA? <i>Notas para una filosofía del don, a los noventa años de la publicación del 'Ensayo' de Marcel Mauss</i> <i>José Luis Pardo</i>	P. 33
	1. El don como alma del vínculo social	P. 35
	2. El don como acto revolucionario	P. 39
	3. El don como estructura del intercambio simbólico	P. 43
	4. El don como secreto del bienestar colectivo	P. 47
	BIOGRAFÍAS	
	Francisco Calvo Serraller	P. 52
	Victoria Camps	P. 53
	José Antonio Marina	P. 54
	José Luis Pardo	P. 55

PRESENTACIÓN

Isidro Fainé
Presidente de la
Fundación Bancaria
"la Caixa"

La razón que propició la creación de la Fundación Arte y Mecenazgo fue la voluntad de impulsar y fortalecer el mecenazgo como herramienta para construir una sociedad implicada con nuestro patrimonio artístico. Una iniciativa que complementa el compromiso de "la Caixa" con la divulgación de la cultura y el conocimiento, que durante décadas ha facilitado el acceso de públicos de todas las edades y niveles de formación a las diferentes disciplinas artísticas.

El mecenazgo es expresión de la generosidad, personal o corporativa, orientada al apoyo de la cultura y por extensión a otros ámbitos de interés general. El concepto, de gran riqueza, se construye a partir de diferentes aspectos. Nuestra actuación está orientada a fortalecer su desarrollo. Nos interesa poner en valor los rasgos que propician el mecenazgo, cómo se consolida y qué impacto tiene.

El mecenazgo no se improvisa y requiere un terreno fértil que lo propicie. Las personas deben estar motivadas para contribuir con su esfuerzo, tiempo y recursos. Pero el apoyo al mecenazgo debe contar, también, con el reconocimiento de las instituciones y de la sociedad en general. Sabemos que nuestra misión es cada vez más compartida. En este tiempo, hemos abierto la reflexión en torno al concepto de mecenazgo artístico, desde su estudio y análisis, para buscar su esencia y definir un planteamiento contemporáneo del mismo que pueda florecer en nuestra sociedad.

Los cauces de la generosidad. Ensayos histórico-críticos sobre los fundamentos del mecenazgo, que ahora presentamos, ha reunido a cuatro excelentes pensadores. Francisco Calvo Serraller, José Antonio Marina, Victoria Camps y José Luis Pardo. La sustancia del libro son las motivaciones y las limitaciones éticas y filosóficas del mecenazgo. El sentimiento de responsabilidad hacia la comunidad es innato al ser humano. Debemos, por tanto, valorar por qué cauces puede circular. El mecenazgo, que toma prestado el nombre de quien fue uno de los primeros mecenas de la historia, es, sin duda, deseable, pero debemos estar alerta a aquello que pueda desvirtuarlo.

Espero que con este nuevo análisis podamos contribuir a la construcción de este deseable y necesario espacio de intercambio, en el que la sociedad, por derecho propio, participe en la consolidación de nuestro patrimonio.

Quiero agradecer a todos los autores su aportación, clave para extender el debate y explorar nuevas perspectivas. Debo acabar transmitiendo nuestro reconocimiento a Francisco Calvo Serraller, quien ha apoyado la Fundación desde su momento inicial y nos ha prestado su conocimiento y su saber hacer en muchas de nuestras causas.

PRÓLOGO

Francisco Calvo
Serraller

Siempre he estado convencido de que no necesariamente es bueno acudir a especialistas para abordar una cuestión, salvo que uno quiera «cargarse de razón» a través de lo consabido. En este sentido, quienes concebimos el proyecto de esta publicación debemos estar plenamente satisfechos con la elección de quienes han participado en él, tres eminentes pensadores españoles, los tres catedráticos de Filosofía: con sus respectivos ensayos nos han desvelado justo lo que se suele obviar cuando, en la actualidad, se aborda el tema del mecenazgo, en la mayoría de los casos con el enunciado o bien de un conjunto de tópicos o bien de los mecanismos protocolarios que rigen este tipo de acción. Sin necesidad de menospreciar esa clase de información, marcada por el patrón de la eficacia y la utilidad, hay que reconocer que conformarse con ello nos impide ahondar en los fundamentos mismos de lo que significan los dos términos cruciales de la cuestión que nos preocupa: el mecenazgo y el arte, o, si se quiere, su conjugación conjunta, enfáticamente formulada como «mecenazgo artístico».

Pues bien, los tres autores en cuestión, Victoria Camps, José Antonio Marina y José Luis Pardo, sin abstraerse de la realidad actual, han buscado el trasfondo histórico del mecenazgo artístico y, sobre todo, el sentido profundo, *sustante*, de cada uno de los términos en cuestión y su mutua conjugación. Este esfuerzo encomiable les ha permitido analizar y explicarnos precisamente los aspectos del tema que no se suelen abordar, como el sentido antropológico original del «don» y la «donación», en el caso de Pardo; el hipotético valor moral que genuinamente comporta y su posible corrupción en el mundo actual, en el de Camps, y sus implicaciones en nuestro sistema educativo, en el de Marina, abriéndonos de esta manera nuevas perspectivas críticas para enjuiciarlo. Se trata, por lo tanto, de una auténtica aportación, no sólo porque trasciende los tópicos al uso, sino porque al hacerlo (esto es, al tratar lo obvio como problemático) nos obliga a pensar en ello de verdad y a aquilatar su importancia.

Desde luego, si hay un rasgo distintivo del ser humano, que lo convierte en un caso excepcional dentro de la comunidad animal, es el haber podido saltarse, en la medida de lo eventualmente posible, el determinismo natural, con lo que se ha creado ese patrón a medida, que cabe calificar como «burbuja cultural» y uno de cuyos rasgos distintivos es el de trascender el estrecho círculo de sus propios instintos; es decir, transformar una manada en una comunidad o, si se quiere, hacerse responsable del bienestar de los demás. Está por ver, ahora y siempre, qué significa, cómo se evalúa y hasta dónde puede llevarnos este ideal. Es, sin duda, problemático, como lo son todas las ideas cuando se *practican*, cuando se *materializan*, pero forma parte indeclinable de nuestro ser. Esta abrumadora carga de responsabilidad es la que da un atmósfera claroscuro a nuestro destino: algo que pesa, pero que también, paradójicamente, nos eleva e ilumina. En cualquier caso, sin meternos aquí en más honduras, como han hecho admirablemente los autores convocados en esta publicación, está claro que, de vez en cuando, debemos pensar en qué pasa y por qué pasa lo que nos pasa, más que dejarlo simple e indiferentemente pasar, aunque sólo sea por ese camino de perfección que es la voluntad de hacerse responsable.

Para terminar con esta introducción, quiero añadir que yo mismo he escrito un pequeño ensayo con la intención de hacer algunas muy sintéticas precisiones históricas sobre el desarrollo de eso que llamamos «mecenazgo artístico», y espero que aporten alguna información esclarecedora. Por lo demás, aprovecho la ocasión, en primerísimo lugar, para evocar la figura de Leopoldo Rodés, cuerpo y alma de esta Fundación Arte y Mecenazgo, hace bien poco trágicamente desaparecido, y la de su tutelar cómplice Mercedes Basso, sin los cuales nada de lo que ésta ha sido habría sido lo que ha sido. Y hay que mencionar, por supuesto, a la Fundación Bancaria "la Caixa", que hizo y hace posible sus sueños y los nuestros.

01

FRANCISCO

CALVO

SIERRA LLERA

BRIEVE

HISTORIA DEL

MECENAZGO

ARTÍSTICO

En primer lugar, es importante un recordatorio etimológico sobre el origen del término «mecenazgo», que se personaliza en el patricio romano del siglo I de nuestra era Cayo Cilnio Mecenas, ministro del emperador Augusto de notable fortuna económica que, además de alcanzar estas grandes cotas de poder, fue poeta aficionado y, como tal, protector de, ni más ni menos, Horacio, Virgilio y Propertio. En este sentido, por mucho que puedan rastrearse retrospectivamente los precedentes históricos de su actitud de protector de las artes, los datos que confluyen sobre su personalidad y acción tutelar nos proporcionan el primer perfil indistinto e incuestionable de lo que se ha decantado precisamente como «mecenazgo artístico» en general y, por lo tanto, de las peculiaridades de su trasfondo. Desde cualquier punto de vista, este trasfondo fue el del Imperio romano en su etapa de máximo esplendor, que se sustentaba en una sociedad no sólo de enorme poderío militar, sino con una economía pujante y una estructura social jerarquizada de naturaleza esclavista. Pues bien, salvo esta última determinación, la de usar sin contraprestación económica alguna la fuerza de trabajo de los esclavos, el modelo imperial romano siguió siendo válido —política, económica y socialmente— hasta fechas relativamente recientes, con lo que puede ser calificado como «precapitalista», lo cual explica que aún siguiera debatiéndose como modelo teórico hasta bien entrado el siglo XVIII. El siguiente paso es preguntarse si el mecenazgo de este cuño, en el que la generosidad está subrogada a la explotación de la plusvalía de un trabajo no remunerado, es o no relativamente validable en nuestro mundo actual, donde, por lo general, este tipo de explotación ha quedado prohibido legalmente.

Entonces [en el Imperio romano] no sólo había un mercado artístico pujante, sino también un exagerado valor económico de algunas obras, un elevado estatus económico de algunos artistas, y la existencia de colecciones.

La interrogación propuesta en el párrafo anterior no es estrambótica, al margen de lo que obviamente explicita, porque hay suficientes datos históricos sobre ese momento que nos permiten afirmar que entonces no sólo había un mercado artístico pujante, sino muchas de las cosas que derivan de su existencia, como el exagerado valor económico de algunas obras, el elevado estatus económico de algunos artistas y, sobre todo, la existencia de colecciones. Basta para comprobarlo con leer lo que escribió al respecto Plinio el Viejo en su *Historia natural*, donde, entre muchos datos reportados que corroboran el aprecio del arte y los artistas, llega en un momento determinado a predecir el fin de la pintura, dada la preferencia de los ricos romanos por una decoración suntuaria por encima del tradicional aprecio de las imágenes.

Sea como sea, la decadencia y el fin del Imperio romano, quebrantado por su división y ultimado por el creciente acoso de las tribus bárbaras, así como por el celo iconoclasta del cristianismo al convertirse en la religión oficial, detuvieron casi por completo la inercia de ese mercado artístico floreciente. De esta manera, si no desapareció todo lo que comportaba la rica herencia cultural grecolatina, al menos sí se esfumaron casi por completo el mercado artístico y el coleccionismo amparado por él, por lo menos hasta su reconstrucción en la baja Edad Media y en el Renacimiento.

El rapidísimo y, por fuerza, elemental esbozo histórico trazado quizá sea necesario para explicar no sólo cuándo se originó, cómo se desarrolló y en qué consiste lo que hemos acabado por denominar «mecenazgo artístico» en la actualidad,

indisociable del mercado o de sus antiguos bosquejos, como el del mundo grecolatino. De todas formas, nos resta la incógnita de si el precedente del célebre patricio romano es aplicable a la labor de sus continuadores de la época moderna a partir del Renacimiento, que los historiadores del arte especializados en el tema vienen calificando como patrocinio «cortesano», «principesco» o «aristocrático». Todas las trazas históricas al respecto parecen confirmar que lo que hizo el romano Mecenas concuerda mejor con el mecenazgo cortesano de la época moderna occidental, entre el Renacimiento y el Barroco, en el que los artistas eran acogidos en el palacio del noble o monarca, donde residían y realizaban diversas funciones o desempeñaban cargos, y recibían por ello, además del suntuoso cobijo y de alimento, que podían extenderse a su familia, un estipendio y, a veces, extraordinarios regalos. De esta manera, más que propiamente vender obras de forma puntual, se vendían a sí mismos como cualquier otro siervo integrado en el aparato cortesano. Por lo demás, muy próximo a este patrocinio estuvo el eclesiástico, en especial el de los príncipes y prelados de la Iglesia, pero también el restante de las órdenes religiosas, las instituciones monásticas y el rosario de los muy diversos monumentos y emplazamientos de este tipo, muchos de los cuales estaban adscritos a la munificencia de nobles e hidalgos locales.

Por otra parte, la documentación histórica acopiada sobre los modelos de contrato firmados por el prolijo haz de comitentes y los artistas, escasa pero suficiente, nos arroja una preciosa información acerca de cómo se regulaban hasta el menor detalle material no sólo el precio final acordado y los plazos de ejecución, sino también las características físicas y simbólicas del encargo, de manera que puede afirmarse que el resultado era fruto de una estrecha colaboración personal entre unos y otros. El análisis de estas capitulaciones nos muestra, por lo tanto, los estrechos márgenes de la libertad creadora de los artistas de entonces, algo casi en las antípodas de lo que ocurre en nuestro mundo, en el que el contacto personalizado entre el artista-vendedor y el coleccionista-comprador sólo existe de forma excepcional, pues se rige por las leyes del puro mercado.

La proyección pública mediante el invento de los "salones", que reunían ejemplarmente las obras en un espectáculo abierto o apto para todos los públicos, se convirtió en modelo universal para una nueva manera de relacionarse con el arte y gestionar su usufructo económico.

Ilusión tras ilusión, ¿acaso puede parecernos extraño que los artistas del Antiguo Régimen, que así es como debemos llamarlo, soñaran con el bálsamo de la libertad, que, en términos económicos, es la sociedad capitalista y su baremo omnímodo del libre mercado, su panacea operativa? ¿Podría haberse dado esta situación sin la plataforma de la exhibición; esto es, sin la adecuada palanca de su promoción o proyección *públicas*? En cierto modo, la introducción de esta pócima salutífera habría resultado inverosímil sin haberse cebado la mecha de la ilusión libertaria durante al menos un par de siglos, el XVI y el XVII, cuando los artistas pudieron establecer la frágil tabla comparativa entre la condición de siervo tutelado y la de empresario, porque progresivamente pudieron tantear la alternativa entre trabajar en exclusiva para un señor y el mercadeo en sus horas libres. En cualquier caso, fuera cual fuera el destino de sus sueños, necesitaban un medio para su realización. Como siempre, este medio cayó impremeditadamente, como quien dice, del cielo, aunque de una manera torcida. Así sucedió, por ejemplo, en el caso del Estado absoluto francés, que, durante la época de su plenitud con Luis XIV, en su pretensión de control unificador de la vida del país, decidió nacionalizar las academias, una institución de carácter municipal surgida durante el Renacimiento como coadyuvante para romper con las limitaciones de los gremios, pero con un potencial evidente para tutelar y unificar el gusto artístico de un país. Esta operación política de embargo unitario de la voluntad del Estado-nación, si se poseía el instrumento de una enseñanza regulada, se acaparaba la demanda y se redondeaba el ciclo de la producción y el consumo, se fraguó durante el último tercio del siglo XVII y el primero del XVIII, y se ultimó al darse el paso definitivo de proyección pública mediante el invento de los «salones»; o sea, mediante la transformación de las exposiciones privadas de las academias de arte, que reunían ejemplarmente las obras de sus miembros para provecho exclusivo de los jóvenes aprendices, en un espectáculo abierto o apto para todos los públicos. El éxito de esta iniciativa la cronificó y, además, la convirtió en modelo universal para una nueva manera de relacionarse con el arte y gestionar su usufructo

El cuello de botella del mercado, regido por la «actualidad», era agobiantemente estrecho para el cada vez más amplio número de aspirantes a artista.

económico. Con ella, en definitiva, se abrieron las puertas de la mercantilización del arte: un espectáculo público para el consumo masivo y la especulación comercial.

Por descontado, pueden rastrearse retrospectivamente los esbozos históricos de este ingenio; no obstante, sólo a partir de este modelo, que fue cuajando durante el siglo XVIII, en los albores de nuestra época, puede hablarse del mercado artístico como fuerza hegemónica de unas obras que desde entonces también, y a veces sobre todo, eran *productos*. En los salones, que se llamaron así por haberse emplazado en el Salon Carré del Louvre y que no tardaron en convertirse en una convocatoria anual, con lo que por supuesto cada vez debían variar los productos expuestos, se lograba subitáneamente la fama, que servía como soporte imprescindible para la comercialización.

Sin embargo, la natural euforia que experimentaron los artistas al sentirse libres en relación con sus respectivos comitentes y así entregarse de bruce al juicio público, que fue como empezó a llamarse al consumo *anónimo*, transformó ese entusiasmo en una creciente aprensión, principalmente por dos motivos que despuntaron enseguida. El primero, que la gente acudía en tropel a las convocatorias por el entonces insólito espectáculo de verse formando una heteróclita grey, una «*madding crowd*», una «loca multitud», como señaló un crítico de la época, Pidansat de Mairobert, en un texto de 1777 que no tiene desperdicio, ya que resalta el bullicio del gentío y, sobre todo, el que estuvieran mezcladas todas las clases sociales, de una forma, escribe el citado autor, «que habría encantado a un inglés». El segundo, que casi todos los asistentes no sólo eran legos en la materia y, por lo tanto, fácilmente manipulables por la entonces naciente crítica de arte profesional —que, en la mayoría de los casos, tampoco demostró ser muy ducha en la materia—, sino que se decantaban colectivamente por lo tradicional y eran muy reacios a las novedades que, sin embargo, la recién creada plataforma expositiva exigía.

En este sentido, muy pronto, en efecto, los artistas se percataron de que esa supuesta libertad de acción que proporcionaba una demanda no sujeta a prescripciones concretas les provocaba una fuerte ansiedad ante la incógnita de las siempre hipotéticas reacciones de ese público anónimo, a la vez que habilitaba la astucia para nuevas mañas, como la búsqueda del escándalo por el escándalo, que garantizaba una fama subitánea. Sometidos, por lo tanto, a la ley de la oferta y la demanda del mercado puro, tenían garantizados el desconcierto y el desánimo. Antes, pensaban los artistas, el camino estaba perfectamente pautado, pero en el alargado ahora no había forma de saber a qué atenerse.

Por lo demás, incluso antes de la Revolución de 1789, el patrocinio aristocrático-eclesiástico no cesaba de decaer, mientras el supuesto cuerno de la abundancia del mercado no sólo no satisfacía las necesidades materiales de la mayoría, sino que además era endiabladamente aleatorio. No obstante, ni siquiera el Nuevo Régimen, a pesar de su voluntad institucional de reformas educativas —con la creación de museos públicos, la drástica reforma de las academias, la ampliación creciente del tamaño de los salones y los cambios introducidos en la formación de los jurados de admisión—, consiguió paliar el desamparo de los artistas. Y es que el cuello de botella del mercado, regido por la «actualidad», era agobiantemente estrecho para el cada vez más amplio número de aspirantes a artista, con lo que, se hiciera lo que se hiciera para holgarlo, siempre dejaba fuera del beneficio a los más. Por si fuera poco, siendo el mercado trasnacional —lo que implicaba el establecimiento de un centro hegemónico, que ya a partir de la segunda mitad del siglo XVIII fue París—, tampoco se encontraban suficientes compensaciones locales, porque o triunfaban en la capital o sus éxitos se convertían irremediabilmente en «provincianos».

Con el panorama apuradamente descrito, no es extraño que la mayoría de los implicados en esta situación mirase como única salida la del apoyo institucional y que, de esta manera, nos encontrásemos con una nueva modalidad: la del mecenazgo o patrocinio estatal. En cierto modo, el panorama no ha cambiado hasta hoy: se trata de la búsqueda, directa o indirecta, de un apoyo del Estado, bien por la adquisición de obras contemporáneas a través de cualquiera de las muchas

instancias oficiales, bien por la concesión de premios y becas o, más recientemente, por las bonificaciones fiscales o de otro tipo a los particulares que comprasen obras de arte. A lo largo del desarrollo de nuestra época, la verdad es que se han ensayado fórmulas de todo tipo, incluso, en algún caso extremo, la de garantizar un salario de por vida a los artistas nativos de un país a cambio de su producción no vendida, pero por descontado semejante bicoca producía incontrolables abusos y no precisamente pequeños problemas funcionales. Por si fuera poco, estos sistemas proteccionistas, en los que el Estado acapara la oferta y la demanda, tienden a transformar lógicamente las obras de arte en propaganda del poder y en otros sectarismos. De hecho, incluso cuando se trata de instituciones públicas de cuño democrático, los elegidos por los representantes oficiales no dejan de ser «artistas oficiales», por lo que se comprende que exista hoy una tendencia ideológica que considera que el último y definitivo baremo para la apreciación crítica de una obra de arte es, en efecto, el «institucional», lo cual puede inducir a curiosas perversiones, como la muy frecuente de que los políticos que quieran investirse con el prestigio de parecer «modernos», en vez de proteger a los artistas del mercado, se inspiren en él para promocionarlos.

Desde el ya obsoleto mecanismo de los salones, la oferta artística ha ido sofisticándose a lo largo de nuestra época, primero mediante el sistema de las subastas públicas y las galerías privadas y, luego, con las «grandes superficies» de las ferias. El progresivo intervencionismo institucional, originalmente orientado a la clave de bóveda de la «igualdad» mediante la educación, que, al concebirse necesariamente como permanente, absorbe lo que hoy denominamos «cultura», también ha ido introduciendo mejoras de corrección política según se han sucedido los diversos avatares económico-sociales. Así pues, los dos, el mercado y el poder político, se han convertido en las instancias dominantes en la promoción y el desarrollo artístico en nuestro mundo. Es obvio que la acción conjunta de ambos ha logrado una promoción social cuantitativa del arte como nunca antes se había producido, pero también que no han sido capaces de resolver los problemas de fondo que comportan el uso y la difusión del arte, en parte porque en cierta manera son irresolubles, teniendo en cuenta que, siendo el arte un «pensamiento puro», como lo definió oportunamente Hannah Arendt, nunca podrá hallar un perfecto acomodo en un entorno volcado casi en exclusiva en lo «práctico». Pero el limitado ser humano mortal necesita «ideales» que orienten su camino, al margen de su imperfecta o defectuosa materialización: no puede abandonarse a la tácita aceptación inercial de lo dado, que supondría su colapso.

El mercado y el poder político se han convertido en las instancias dominantes en la promoción y el desarrollo artístico en nuestro mundo.

Por lo tanto, sean cuales sean las instancias dominantes en nuestro devenir colectivo, no podemos, ni debemos, librarnos de nuestra condición individual ni subrogarla, pues nacemos y morimos indeclinablemente solos. En consecuencia, nuestra responsabilidad no sólo está dirigida a la comunidad como tal, sino que, sin olvidar ese trasfondo, también nos exige a nosotros mismos responder como los individuos que somos. Sartre lo supo formular de manera incisiva en la frase que sirve como pórtico para la presentación de quien era el protagonista de su novela *La náusea*: «Era un joven sin importancia colectiva; exactamente, un individuo». Pues bien, ¿cuál ha sido y/o debe ser el papel de los individuos, hoy llamados «ciudadanos», en la cuestión que aquí nos preocupa, que abarca el arte y su gestión? Porque el arte implica la individuación en todas sus fases, porque la creación es individual, pero su fruición también, y hasta tal punto que no hay obra sin el asentimiento de un contemplador, que, como tal, puede considerarse legítimamente coautor o colaborador necesario para su existencia. Así, no se puede obviar que la obra artística se produce y se consume, mejor que «se consume», entre individuos.

En cierto sentido, este lance previo individualizador de lo que hace posible que una obra de arte lo sea contamina de una forma latente todos los posteriores avatares de su gestión. Y es que, si la mera preferencia por una obra particular retrata al que la tiene, lo hará todavía más cuando esta preferencia se convierta en un proyecto de colección, con lo que el autorretrato puntual cobrará la dimensión de una autobiografía. De este modo adquiere un mayor vuelo comprometedor la colección artística, ya casi por sí misma colindante con lo que entendemos como mecenazgo,

Esta decisión
comprometedora
[coleccionar] tiene
por descontado
consecuencias sociales.

porque exige una donación de uno mismo y lo que, para intentar serlo, sacrifica. Esta decisión individual comprometedora tiene por descontado consecuencias sociales, como la que señaló Walter Benjamin al considerar el papel del coleccionista en el siglo XIX —ya cuando el mercado se desarrollaba, por así decirlo, de manera rampante—, puesto que en su reino del interior, el de su intimidad hogareña, lejos del mundanal ruido, «hace asunto suyo transfigurar las cosas. Le cae en suerte la tarea de Sísifo de quitar[les], poseyéndolas, su carácter de mercancía. Pero les presta únicamente el valor de su afición en lugar del valor de uso. El coleccionista sueña con un mundo lejano y pasado, que además es un mundo mejor en el que los hombres están tan desprovistos de lo que necesitan como en el de cada día, pero en cambio las cosas sí están desprovistas en él de la servidumbre de ser útiles. El interior no sólo es el universo del hombre privado, sino también [...] su estuche. Habitar es dejar huellas. El interior las acentúa».

¡«El valor de su afición»! Quizá sea ésta circunstancialmente la opción para de alguna manera restar algo al puro valor de cambio, que todo lo iguala por abajo, despersonalizándolo. El potencial del pensamiento de Benjamin, en ésta y en otras cuestiones de nuestro mundo, es de estirpe carismática —siempre emplazándose en el límite previo a lo escatológico—, que es la de quien quiere redimir al hombre que sabe esperar y esperarse sin ninguna esperanza. Quizá, la de un existencialismo *responsable*, personalizado, individualizador, para el que la vida es en sí misma una donación que se trasciende colectivamente sin el apoyo de ninguna quimera. ¿Es ello posible? Francamente, no lo sé, aunque pienso que es mejor aglutinador el de la «fraternidad» que el de la «solidaridad».

En este sentido, aunque no me parezcan mal todos los protocolos con los que hoy se gestiona el mecenazgo, creo que finalmente debe sobrevivir mejor bajo el amparo de lo que significa el arte que bajo el que meramente se fija en su rentabilidad. Al fin y al cabo, el arte, como apuntó Auden, encuentra diamantes en el barro donde el resto embarra los diamantes. Y el diamante es lo eventualmente inapreciado: un reino puntual cuya delicia y fruición consiste en entrar en él a veces sin saber a ciencia cierta su porqué y, menos todavía, su para qué funcional inmediato.

02

JOSÉ

ANTONIO

MARINA

ARTE,

MECENAZGO

Y EDUCACIÓN

¿Tiene alguna característica diferencial [el mecenazgo artístico] respecto de otros mecenazgos o de otras formas de generosidad?

La Fundación Arte y Mecenazgo me ha pedido que responda a una pregunta que resulta engañosa por su aparente sencillez: el mecenazgo es una actividad socialmente beneficiosa, ¿cómo podría introducirse en el sistema educativo para que fuese valorada y para fomentar una cultura de la generosidad? La respuesta más sencilla, más políticamente correcta y más inútil sería apelar a un elemental silogismo: la generosidad es una virtud y debe fomentarse con la educación. El mecenazgo es una demostración de generosidad, luego debe fomentarse con la educación. Si quisiéramos eludir los problemas, nos quedaríamos ahí. Todas las morales —religiosas o laicas— han considerado fundamental reducir el egoísmo y ampliar la solidaridad, la ayuda al prójimo, los que ahora se denominan «comportamientos prosociales». Entre ellos, se consideran «altruistas» los que se hacen sin pretender ningún tipo de beneficio. Los antropólogos señalan que los humanos están movidos por impulsos egoístas y solidarios,¹ y hablan también del «altruismo recíproco», que resulta beneficioso para todos.² Darwin ya advirtió que el egoísmo puede permitir a un individuo triunfar dentro de un grupo, pero el altruismo hace triunfar al grupo entero. Por esta razón, todas las morales, cuyo origen es siempre social, presionan para favorecer los comportamientos altruistas, es decir, beneficiosos para la colectividad.³ Los sistemas educativos se han aprestado a transmitir esos valores y a fomentar esas virtudes. Los distintos planes de educación ética, moral, cívica y de formación del carácter incluyen estos temas en todos los niveles y en todos los países.

Pero responder de esa manera eliminaría lo peculiar y más interesante de la pregunta. No se trata de hablar de la generosidad o del mecenazgo en general, sino precisamente del *mecenazgo artístico*. ¿Tiene alguna característica diferencial respecto de otros mecenazgos o de otras muestras de generosidad? ¿No resulta una generosidad lujosa, podríamos decir, menos valiosa que la dirigida a necesidades más urgentes? Hay fundaciones o mecenas que se dedican a financiar programas para investigar enfermedades, o para luchar contra la pobreza, o para ayudar a establecer regímenes democráticos, y es evidente la conveniencia de hablar de su generosidad a los alumnos. ¿Puede el mecenazgo artístico competir con ellas como ejemplo de generosidad? ¿No es un mecenazgo de exquisitesos y para exquisitesos?

La propuesta de Arte y Mecenazgo me llega cuando investigo —desde la filosofía, la pedagogía y la historia del arte— el papel que la educación estética debe tener en los planes de enseñanza obligatoria, es decir, en los que definen el nivel cultural exigible a todos los ciudadanos. Somos conscientes de que se trata de un problema profusamente debatido a lo largo de la historia, y que están muy lejos los tiempos en que Platón consideraba que la perfección humana era un ascenso del alma de belleza en belleza hasta llegar a la contemplación de la belleza perfecta.

¹ Irenäus Eibl-Eibesfeldt, *Amor y odio. Historia natural del comportamiento humano*, Salvat, Madrid, 1995.

² Robert L. Trivers, «The Evolution of Reciprocal Altruism», *Quarterly Review of Biology*, 46 (1972), págs. 35-57.

³ Hans Werner Bierhoff, *Prosocial Behavior*, Psychology Press, Nueva York, 2002 y Nancy Eisenberg, Paul Henry Mussen, *The Roots of Prosocial Behavior in Children*, Cambridge University Press, Cambridge, 1989.

Casi todos los sistemas educativos desdeñan las enseñanzas artísticas, estén presentadas como historia del arte o como educación plástica, musical o teatral, desdén que acompaña al poco interés hacia las humanidades. Tal vez con ello estemos perdiendo elementos educativos cuya importancia empezamos a dejar de valorar. Martha Nussbaum, por ejemplo, ha estudiado la correlación entre el estudio de las humanidades y la democracia de manera convincente, pero con poco éxito, en sus libros *El cultivo de la humanidad: una defensa clásica de la reforma en la educación liberal*⁴ y *Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades*.⁵

Creo que el tema del mecenazgo puede introducirse en el mundo de la educación en tres niveles diferentes. El primero, dentro de la historia del arte. El segundo, como prototipo de un modo especial de generosidad relacionado con la creación. Por último, dentro de una idea de la creación artística como gran ejemplo —como *analogatum princeps*, decían los lógicos clásicos— de la creación ética. De acuerdo con este planteamiento, el presente artículo constará de los siguientes apartados:

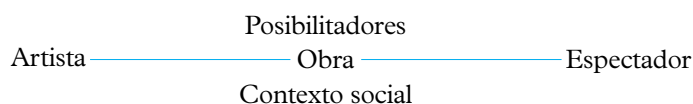
1. La historia del arte y la educación
2. El mecenazgo artístico y la generosidad
3. El mecenazgo artístico y la educación

LA HISTORIA DEL ARTE Y LA EDUCACIÓN

01

Desde hace tiempo, defiendo la necesidad de introducir en el sistema educativo, a todos los niveles, una «historia de las culturas» que puede fundar un *nuevo humanismo*, lo cual me parece necesario cultivar en este momento. Las diferentes culturas, como señaló Clifford Geertz, son soluciones diferentes a aspiraciones y necesidades universales. Por eso, la historia de las culturas, al estudiar esos universales, contribuye a aclarar nuestra naturaleza y, al mismo tiempo, a comprender mejor la génesis de conflictos y la dinámica social.⁶ Dilthey tenía razón al decir que al ser humano no se lo conoce por introspección, sino estudiando aquellas actividades que ha realizado perseverantemente a lo largo de la historia. Todas las sociedades han establecido modos de convivencia, de resolución de conflictos, de explicación del mundo. Todas han bailado, contado historias, pintado, inventado técnicas, elaborado religiones, impulsadas por motivaciones que sólo podemos inducir a partir de esas mismas realizaciones. Una de las actividades que han realizado siempre ha sido el arte. Por eso, conocerlo y comprenderlo forma parte de la comprensión de la naturaleza humana, lo que no es tarea sencilla. El fenómeno artístico tiene un carácter enigmático, entre otras cosas porque es el centro de una tupida red de significados, relaciones, sentimientos y objetivos. Una obra de arte abre un «campo complejo», como estudió Pierre Bourdieu, con variadas dimensiones y fuerzas. En él actúan los artistas y también el público, los «productores de significado» (críticos, editores, académicos, jurados, galeristas, etcétera), las condiciones sociales de producción y difusión del arte y todos los elementos que constituyen la mentalidad de una época.⁷

Podemos simplificar este denso sistema de conexiones, influencias y causalidades considerando que cada obra de arte es el centro de cuatro tipos de relaciones imprescindibles para su existencia y comprensión:



⁴ Martha Nussbaum, *El cultivo de la humanidad: una defensa clásica de la reforma en la educación liberal*, traducción de Juana Pailaya, Paidós Ibérica, Barcelona, 2005.

⁵ Martha Nussbaum, *Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades*, traducción de María Victoria Rodil, Katz

Editores, Buenos Aires y Madrid, 2010.

⁶ Clifford Geertz, *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona, 1988.

⁷ Pierre Bourdieu, «El campo literario. Prerrequisitos críticos y principios de método», *Crítica* (LaHabana), 1990.

1. El artista que la crea. De estudiar esta relación se encarga la fenomenología de la creatividad, que estudia los procesos creativos.⁸
2. El espectador, auditor, lector de la obra; es decir, su destinatario. A esta dimensión se refieren los estudios sobre la experiencia estética. Es evidente que el artista (autor de la obra) es también espectador de las obras de los demás y de la suya propia, durante el proceso creador.⁹
3. El contexto social y cultural, la tradición artística en la que el autor se integra —aunque sea para negarla—. Incluye también a los «prescriptores»; es decir, los críticos, los académicos, los estudiosos de esa tradición.¹⁰
4. Los posibilitadores y difusores de la obra. En esta dimensión se encuentran los mecenas, los compradores, los dealers, los coleccionistas, los galeristas. Proporcionan el sustrato económico de la actividad artística, que en el año 2014 movió en el mundo 51.000 millones de dólares, según el estudio de Clare McAndrew para Téfaf (Feria Europea de Bellas Artes). Pero la influencia en el arte va más allá de la mera financiación.

En el contexto intelectual de las vanguardias, ciertos personajes caracterizados por su capacidad de proteger a unos u otros artistas se consideraban verdaderos mecenas.

El papel que han desempeñado estos agentes en la producción artística no ha sido tenido en cuenta —hasta muy recientemente— por los historiadores del arte.¹¹ Dentro del «campo del arte» había vías establecidas de acceso a la profesión —los talleres de pintura y el largo aprendizaje, la academia, los premios, los jurados—, pero en el siglo XX se abrieron otras para ayudar a los *refusés*, a los rechazados por la academia. Marchantes y coleccionistas, como Ambroise Vollard, pasaron a tener una importancia excepcional. En el contexto intelectual de las vanguardias, ciertos personajes integrados en ellas, como Gertrude Stein, caracterizados por su capacidad de proteger a unos u otros artistas, se consideraban verdaderos mecenas. Fueron, claramente, posibilitadores.

La importancia del mecenas como soporte material del artista cambia según el tipo de arte y según la época histórica. La poesía, o la literatura en general, es la que permite mayor libertad al autor, porque es un arte «barato». La historia de la literatura está llena de ejemplos de artistas que no necesitaron la ayuda de nadie, porque se ganaron la vida dedicándose a otra cosa. T. S. Eliot fue empleado de banco, e incluso rechazó la ayuda económica que le ofreció Ezra Pound, porque consideraba que si sólo se dedicaba a escribir escribiría demasiado y la calidad de su obra se resentiría. Pessoa trabajó traduciendo correspondencia comercial. Machado fue profesor. Aun así, parte importante de la historia de la literatura ha dependido de los mecenas. J. M. Rozas, en su obra sobre Lope de Vega, escribía: «La literatura del siglo XVII tiene como límite trágico para el oficio de escritor el mecenazgo». Rozas analizó el modo y el grado en que la aspiración al mecenazgo nobiliario y regio, que calificó de verdadera obsesión barroca, había marcado la vida y la obra de Lope, y la de muchos de sus colegas, e influido poderosamente en la temática de sus obras, que solía cambiar según cambiaban sus protectores.¹² Por mi admiración hacia el poeta recordaré a la princesa Maria de Thurn y Taxis, protectora de Rainer Maria Rilke.

⁸ Estudié la génesis de obras de arte en *Teoría de la inteligencia creadora*, Anagrama, Barcelona, 1994; y, junto con Álvaro Pombo, en *La creatividad literaria*, Ariel, Barcelona, 2011.

⁹ Maurice Merleau-Ponty, *Lo visible y lo invisible*, Editorial Taurus, Madrid, 1973. *Fenomenología de la percepción*, Ediciones Península, Barcelona, 2000.

¹⁰ Como acto de gratitud, por lo que supuso para mí su lectura en plena juventud, mencionaré sólo a Arnold Hauser, cuya *Historia social de la literatura y el arte* (1951) fue un descubrimiento para mi generación.

¹¹ Kathleen Wren Christian, David J. Drogin, *The Virtues of the Medium: The Patronage of*

Sculpture in Renaissance Italy, Ashgate, Nueva York, 2010. María Dolores Jiménez-Blanco, Cindy Mack, *Buscadores de belleza. Historias de los grandes coleccionistas de arte*, Ariel, Barcelona, 2007. Immaculada Socías Batet, Dimitra Gkozgekou, *Agentes, marchantes y traficantes de objetos de arte (1850-1950)*, Trea, Gijón, 2012.

¹² Juan Manuel Rozas, «Lope de Vega y Felipe IV en el ciclo de *senectute*», 1982 (reed. en Jesús Cañas Murillo (ed.), *Estudios sobre Lope de Vega*, 1990, págs. 73-131). Aurora Egido y José Enrique Laplana (eds.), *Mecenazgo y humanidades en tiempos de Lastanosa*, Institución Fernando el Católico, Zaragoza, 2008.

La pintura es un poco más costosa. Los pintores de todas las épocas han buscado patrocinios o clientes. La escultura es un arte aún más caro, por eso los escultores necesitaron con más urgencia clientes o mecenas.¹³ Por último, la arquitectura es la que exige una mayor ayuda. Sin patrocinador, cliente o mecenas, un artista no puede acometer una obra arquitectónica.

Así pues, para comprender el hecho artístico en todas sus dimensiones es preciso conocer también la función de aquellas personas o instituciones que permitieron su aparición. Sería, por ejemplo, imposible comprender el arte egipcio sin mencionar a Akenatón, o el arte cisterciense sin conocer a san Bernardo.

Hasta aquí nos hemos limitado a mencionar que la educación sobre la historia del arte debe incluir el papel de los posibilitadores, entre los que se encuentran los mecenas. Ahora tenemos que estudiar los otros niveles educativos en los que puede tratarse el mecenazgo.

EL MECENAZGO ARTÍSTICO Y LA GENEROSIDAD

02

El segundo círculo educativo en el que puede tratarse el mecenazgo artístico es el de las virtudes morales y cívicas. Hacer un estudio de las motivaciones que guían el comportamiento del mecenas es complicado, porque los actos humanos suelen estar «multimotivados», es decir, derivarse de una hibridación de muchos deseos, algunos más nobles que otros. El mecenazgo, también. Claudio Magris cuenta en *El Danubio* cómo se construyó la catedral de Ulm. Cuando el emperador Carlos IV sitió la ciudad en 1376, impidió el acceso a la iglesia, que se hallaba extramuros. El burgomaestre Ludwig Krafft, para demostrar la riqueza de la ciudad, decidió construir una nueva y cubrió la primera piedra con cien florines que sacó de su bolsa. Tal proceder fue imitado por los demás patricios y también por los ciudadanos destacados, y por último por el pueblo llano.¹⁴ Resultaría complicado pretender desenredar el lío de motivaciones que hay en este comportamiento. Manifestar el propio poder es una de ellas.¹⁵ Todas las monarquías, los imperios y las grandes ciudades han demostrado su riqueza, su poder, mediante el arte. Otras veces es simplemente la vanidad, como en el caso de los donantes que aparecen en los cuadros medievales o modernos. En los últimos años, el patrocinio o mecenazgo se ha relacionado con la responsabilidad social de las empresas o con el cuidado de su imagen pública.¹⁶ El prestigio o la ostentación pueden animar también a ayudar al arte. Pero no debemos precipitarnos en la condena. Hay que tener en cuenta que durante siglos la «fama», la opinión de los demás, no despertaba un juicio peyorativo como sucede ahora. La gloria o la fama eran la consagración pública del buen comportamiento en unas sociedades más comunitarias y menos individualistas que la nuestra. Antes de ser «patrimonio del alma», el honor era el reconocimiento popular de la excelencia.

Junto a estas motivaciones, aparecen dos que caracterizan el perfil del mecenazgo que nos interesa más: la generosidad como participación en la actividad creadora y la generosidad como virtud cívica. El análisis moral de la generosidad ha dependido durante siglos del libro IV de la *Ética a Nicómaco* de Aristóteles, que distingue dos tipos, relacionados ambos con el desprendimiento acerca del dinero. La liberalidad, que se refiere a los gastos pequeños, y la magnificencia (*megaloprépeia*), que se refiere a las grandes obras. Es una virtud menor, relacionada sólo con la economía. Por eso sorprende que Descartes, en su *Tratado de las pasiones*, considere que la generosidad es la virtud más preciada. Es éste el significado que nos interesa destacar: «Los que son generosos —escribe— se ven llevados naturalmente a hacer grandes cosas y, sin embargo, a no emprender nada de lo que no se

¹³ Christian, Drogin, *op. cit.*

¹⁴ Claudio Magris, *El Danubio*, trad. Joaquín Jordá, Anagrama, Barcelona, 1988, pág. 62.

¹⁵ Deyan Sudjic, *La arquitectura del poder*, trad. Isabel Ferrer, Ariel, Barcelona, 2005.

¹⁶ Amado Juan de Andrés, *Mecenazgo y patrocinio*, Editmex, Madrid, 1993. Rafael

Alberto Pérez, *Estrategia publicitaria y de las relaciones públicas*, UCM, Madrid, 1989.

Manuel Parés i Maicas, *La nueva filantropía y la comunicación social: mecenazgo, fundación y patrocinio*. Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, 1999.

sientan capaces. Y como nada estiman más que el hacer el bien a los otros hombres, y menosprecian su propio interés por este motivo, siempre son perfectamente corteses, afables y serviciales con los demás». El giro subjetivo que da Descartes a la filosofía se muestra también en este tema. La filosofía clásica pensó que el bien —en abstracto— era *diffusivum sui*. Descartes piensa que el hombre bueno es también *diffusivum sui*, y en eso consiste la generosidad.

La etimología de la palabra abona este significado. Procede de «generar», es decir, «engendrar», pero, si consultamos el diccionario, la primera acepción de «generoso» es «de linaje noble». La segunda, «magnánimo, de alma noble, de sentimientos elevados; inclinado a las ideas y sentimientos altruistas, dispuesto a esforzarse y a sacrificarse en bien de los otros; refractario a los sentimientos bajos, como la envidia o el rencor». La tercera, «excelente en su especie». ¿Cómo se ha producido este deslizamiento aristocrático? ¿Cómo ha pasado de significar un hecho biológico a designar una virtud moral? En su origen, «generoso» significaba «capaz de engendrar», pero de ahí posiblemente pasó a ser un comparativo de superioridad: «Lo que produce más de lo que estaba obligado a producir». Este uso está documentado en francés desde 1677. Se produjo entonces un cambio en la definición de nobleza. El noble no es el poderoso, sino el que da más de lo obligado, dádivas, cuidado, valentía, magnanimidad. No es el que tiene más, sino quien se exige más. El que busca permanentemente la excelencia: ése es el noble.

La palabra «generoso» todavía nos proporciona otro bello enlace semántico. Las tierras pueden ser generosas, por su fertilidad. Antiguamente, eso es lo que significaba la palabra «felix», antecedente de nuestra «felicidad». Los geógrafos hablaban de la «feliz Arabia», la fecunda y rica Arabia.

Ahora comprendemos mejor a Descartes, que quiso elaborar una moral de la nobleza. Lo opuesto a la generosidad es, por una parte, la esterilidad, y por otra la cicatería, la avaricia. Éste es un vicio despreciado en todas las culturas, precisamente porque no produce nada, porque es infecundo e inútil.¹⁷ Vladimir Jankélévitch, recogiendo la herencia de Descartes, describe la generosidad como «iniciativa, genialidad, improvisación aventurera, gasto creador y, sobre todo, como capacidad para reducir las cosas a lo esencial. La grandeza del alma ve grandeza; la amplitud del alma ve amplitud; la altura del alma ve alto y lejos; al contrario que los pulgones que no ven más allá de la punta de su nariz de pulgones. Ni más allá de su brizna de hierba y de sus pequeños beneficios; la óptica microscópica de los avaros, y de los pulgones, resulta así abandonada por las vastas panorámicas del magnánimo».

El mecenas se siente animado a colaborar en el dinamismo expansivo de la creación. Ernst Gombrich, en su estudio sobre el patronazgo de los Medici, publicado en 1966, señaló el cambio que se produce en el Renacimiento en la idea del mecenas, que deja de ser mero financiador para reclamar un papel más creativo.¹⁸ Stephen Greenblatt, en su obra *Renaissance Self-Fashioning*, publicada en 1980, describe el Renacimiento como un tiempo de «creciente autoconciencia sobre la construcción de la propia identidad como un proceso artístico», en el que los patronos se convierten en un legítimo objeto de estudio de los historiadores.

De esa manera, el mecenazgo se convierte en una actividad creadora por delegación. Consiste en la condición de posibilidad de que algo bello ocurra, aunque uno no sea directamente su autor.

La generosidad tiene su culminación en la *megaloprépeia*: «Pertenece a la magnificencia el uso de las riquezas bajo la especial razón de que se utilizan para hacer grandes obras».¹⁹ Para nuestro propósito resulta muy interesante recordar que Tomás de Aquino considera que es la virtud encargada de «dirigir la voluntad en el uso del arte». En la moral romana, la magnificencia adquiere una función

[El mecenazgo] consiste en la condición de posibilidad de que algo bello ocurra, aunque uno no sea directamente su autor.

¹⁷ José Antonio Marina, *Pequeño tratado de los grandes vicios*, Anagrama, Barcelona, 2011.

¹⁸ Vicenç Furió, «Gombrich y la sociología del arte», *La Balsa de la Medusa*, 51-52 (1999), págs. 131-161

¹⁹ José Francisco Nolla, *La virtud de la generosidad según santo Tomás de Aquino*, tesis presentada en la Facultad de Teología de la Universidad de Navarra, 2005.

social, relacionada con las grandes virtudes de la república, la justicia, la fiabilidad, el honor, la frugalidad. La moral republicana rechazaba la ostentación. En el antiguo Código de las Doce Tablas se prohibían los gastos excesivos en los funerales, lo que se incumplió sistemáticamente. Más adelante, la Ley Opia prohibió a las señoras tener más de media onza de oro, llevar vestidos de color variado y servirse de carruajes. En *Pro Murena*, Cicerón escribe: «El pueblo romano detesta el lujo privado, pero ama la magnificencia pública» (pág. 76). Es esta función social del mecenazgo, más que la ayuda a un artta concreto, lo que da grandeza al filántropo. Con el Renacimiento, la magnificencia se convierte en una *virtù civica*. Marsilio Ficino considera, en *De virtutibus moralibus*, que la magnificencia es la virtud por excelencia, porque imita a Dios.

El perfil moral del mecenas se va concretando: aspira a participar en la actividad creadora, es generoso con los artistas y practica una virtud cívica poniendo a disposición de la ciudadanía grandes obras.

EL MECENAZGO ARTÍSTICO Y LA EDUCACIÓN

03

Con esto llegamos al punto más difícil de nuestra argumentación. El valor diferencial del mecenazgo artístico respecto de otras formas de generosidad depende de la importancia educativa y social que demos al arte, a la sensibilidad artística. Los tratadistas clásicos decían que la virtud se especifica por su objeto; por ejemplo, el valor de la fortaleza, o de la constancia, o de la valentía, dependía de que estuvieran enderezadas a la realización de algo valioso. No es fácil justificar el valor social del arte. Schiller, a quien nos referiremos por haber sido un tenaz defensor de la educación estética, hace una observación inquietante: «Debe darnos que pensar el que, prácticamente en todas las épocas históricas en que florecen las artes y el gusto domina, hallemos una humanidad decadente, y el que no podamos aducir un solo ejemplo de un pueblo en el que coincidan un grado elevado y una gran universalidad de cultura estética con libertades políticas y virtudes cívicas, bellas costumbres con buenas costumbres, y en el que vayan unidas la elegancia y la verdad del comportamiento».²⁰ La Florencia de los Medici podía servirle como ejemplo, de la misma manera que la Alemania de Hitler sirvió a George Steiner para hacer una afirmación parecida e inquietante: «La cultura no hace mejores a las personas. Los jerarcas nazis que se extasiaban con los conciertos de Fürtwangler eran sordos para los lamentos de los deportados». Harry Lime, el protagonista de la película *El tercer hombre*, cuyo guión escribió Graham Greene, lo resume en una frase cruel: «Los horrores de Florencia produjeron el arte del Renacimiento. Mil años de democracia en Suiza han producido el reloj de cuco».

Tal vez no estemos analizando bien el fenómeno. El mismo Schiller que escribe el tremendo texto anterior afirma apasionadamente la función educadora del arte: «La necesidad más apremiante de la época es la educación de la sensibilidad, y no sólo porque sea un medio para hacer efectiva en la vida una inteligencia más perfecta, sino también porque contribuye a perfeccionar esa inteligencia».²¹ Y añade algo más: «De esa manera accedemos a nuestra verdadera naturaleza». Exploremos esta vía. Schiller no se está refiriendo a una obra de arte o a un artista concretos, sino a la necesidad de crear como característica de la naturaleza humana. Lo que denomina «belleza» no es una propiedad real de los objetos, no es una experiencia, es una aspiración: «La belleza debe revelarse como una condición necesaria de la humanidad y, dado que la experiencia sólo nos muestra estados concretos de hombres concretos, pero nunca la humanidad entera, hemos de intentar descubrir lo absoluto y lo permanente de esos fenómenos individuales y cambiantes y, dejando de lado toda contingencia, apoderarnos de las condiciones necesarias de su existencia».

²⁰ Friedrich Schiller, *Kallias. Cartas sobre la educación estética*, trad. y notas de Jaime Feijóo y Jorge Seca, Anthropos, Barcelona, 1999, pág. 187.

²¹ *Op. cit.*, pág. 171.

Antes he hablado de la creación artística como *analogatum princeps* de la creación ética, entendida ésta no como un conjunto de normas, de códigos, sino como una invención de formas más nobles de vida. Lo que supone la ética, tal y como la entiendo, es el deseo de pasar de ser animales listos a seres dotados de dignidad. Ésta es una gigantesca invención, una descomunal creación.²² La misión del arte, para Schiller, es despertar en el hombre la nostalgia de una realidad superior, más bella. Es una llamada a la creación, que para él equivale a libertad: «En una palabra: no hay otro camino para hacer racional al hombre sensible que el hacerlo previamente estético».²³ Schiller está describiendo el *telos* humano, un dinamismo siempre precario y que se puede colapsar: «El ser humano, en su estado físico, soporta pura y simplemente el poder de la naturaleza; se libra de este poder en el estado estético, y lo domina en el estado moral».²⁴ Es entonces cuando adquiere la dignidad: «Así como comienza a afirmar su independencia frente a los fenómenos naturales, el hombre afirma su dignidad frente al poder de la naturaleza, y se alza con noble libertad contra sus dioses».²⁵

Esta es la evolución hacia la dignidad del ser humano. Comienza en el estado de naturaleza, alcanza la libertad en el estado estético y la culmina en el estado moral.²⁶ Pasa de lo amorfo a lo que tiene forma; de lo material a lo espiritual; de lo necesario a lo libre; de lo pesado a lo ligero; de la rutina al juego; de lo vulgar a la dignidad.

La obra de Schiller supone un canto a la capacidad creadora del ser humano y, por eso, es animosa y alegre. Me recuerda el entusiasmo de los humanistas del Renacimiento. En su *Discurso sobre la dignidad del hombre*, Pico della Mirandola hace que Dios diga al ser humano: «Ninguna naturaleza te di, para que puedas escoger lo que quieres ser». Schiller, en un lenguaje más abstracto, escribe: «La naturaleza no nos otorgó otra cosa que la disposición hacia la humanidad, pero dejándonos la aplicación de la misma en manos de nuestra propia voluntad».²⁷ Esta creación supera la estética, para entrar en los dominios de la ética.

El arte es un instrumento para producir experiencias placenteras. «*A thing of beauty is a joy forever*», escribió Keats. Pero es, además, un símbolo, una cifra de la creatividad humana. Una creatividad que es en cierto modo un dinamismo ascendente, utópico, de superación. Schiller tiene razón. Tal vez lo más importante de la experiencia estética es que evita el cerramiento, la clausura de la realidad. Contaba Sartre en *Las palabras* que descubrió la facticidad —la situación real de la conciencia humana— a través el cine. En las películas todo era perfecto: las chicas bellísimas, el protagonista valiente y guapo, y al final el héroe llegaba en el momento oportuno para salvar a la muchacha que iba a desplomarse por una cascada. «De esa experiencia —escribió—, me quedó un platonismo incurable.» A la salida del cine lo abrumaba la realidad: todo era feo, también él, y no había héroes ni aventuras, pero reconocía que a veces hay experiencias que parecen romper la costra de la finitud y a través de una grieta permiten acceder a una luz ajena. En eso consiste, a su juicio, la experiencia estética. En *La náusea*, Roquentin, a punto de suicidarse, ahogado por la viscosidad de la realidad, escucha una canción. Y eso le salva.

La creatividad enlaza con un permanente afán de superación, de ascensión, de anábasis, del ser humano. Platón, en *La república*, se extraña ante una expresión que el mismo usa con frecuencia: «Uno puede ser “más fuerte” que él mismo» (*kreiton heautou*, pág. 431). San Agustín confiesa: «Dejé que mi alma creciera por encima de mí». San Buenaventura advirtió que cualquiera fracasaría «*nisi supra semetipsum ascendat*», si no se encaramaba sobre sí mismo. Nietzsche hacía decir a Zarathustra: «Ahora me veo a mí mismo por debajo de mí». Nicolai Hartmann, el filósofo más completo del siglo XX, define la «nobleza» como la prisa por alcanzar

Es en esta búsqueda de una realidad superior o de un estado superior donde la experiencia estética se une a otras experiencias, como la religiosa o la ética.

22 José Antonio Marina, María de la Válgona, *La lucha por la dignidad*, Anagrama, Barcelona, 2000.

23 Schiller, *op. cit.*, pág. 305.

24 *Op. cit.*, pág. 317.

25 *Op. cit.*, pág. 335.

26 Ésta fue la teoría de las etapas explicada por Kierkegaard.

27 *Op. cit.*, pág. 293.

Nuestro niños
y adolescentes
deberían conocer
[ese dinamismo
ennoblecedor de la
naturaleza humana]
para poder admirarlo
y participar en él.

valores altos. Jean Wahl resumió todas las conclusiones del existencialismo en una expresiva frase: «Siempre estamos corriendo por delante de nosotros mismos». Es en esta búsqueda de una realidad superior o de un estado superior donde la experiencia estética se une a otras experiencias, como la religiosa o la ética. Hans Urs von Balthasar ha dedicado una gigantesca obra, en siete copiosos volúmenes, a estudiar la relación entre experiencia estética y religiosa. Se titula *Gloria*.²⁸ La metafísica clásica había afirmado tres propiedades transcendentales del ser: «*verum, bonum, pulchrum*». Von Balthasar considera que haber olvidado esta última (la belleza) ha producido un empobrecimiento de la sensibilidad, que pretende compensar con sus siete apabullantes volúmenes. En realidad, lo que se pone de manifiesto es que la relación entre belleza y arte hace mucho tiempo que se esfumó.

Es interesante recordar que en la Ley de Educación inglesa de 1989 el Parlamento indicó que la escuela debía ocuparse de la «formación espiritual» de los alumnos. A partir de esa orden, la inspección educativa ha abierto en varias ocasiones el debate sobre qué debe entenderse por «espiritual» en una educación laica. La respuesta ha sido: debe tratar de aquellas expectativas, intereses o preguntas humanas que no obtienen respuesta de las ciencias positivas. Y entre ellas menciona la estética, la ética, la religión y el sentido de la vida. Todas pertenecen al mismo *telos*. Me parece importante reivindicar la palabra «espiritual» en un sentido muy poco «espiritualista». Para explicarla podemos utilizar la definición de arquitectura que dio Cayo Julio Lacer, el constructor del puente de Alcántara: «*Plenum ars ubi materia vincitur ipsa sua*», el arte perfecto en el que la materia se vence a sí misma. Esa capacidad de superar la propia materia, valiéndose de las fuerzas mismas de la materia, es el espíritu. Espirituales son las matemáticas, la música, la idea de Dios, la libertad, la idea de dignidad, la generosidad y todas las arquitecturas que vencen la ley de la gravedad o del egoísmo —que es la ley de la gravedad de la conciencia— basándose en esa misma gravedad, como hace el constructor de un arco o de una bóveda. A la realización de este *telos*, de esta *entelequia*, en el sentido aristotélico, deberían contribuir todas las demostraciones de la creatividad humana, porque ésa debería ser nuestra gran creación, como señaló Schiller. Y una manera de lograrlo es instituir una cultura de la generosidad, de la creación expansiva, del bien. En este sentido, el mecenazgo puede convertirse en un posibilitador de esa utopía. Pero puede haber mecenazgos truncados —como puede haber truncamiento en otras actividades del espíritu— si no colaboran con ese dinamismo ennoblecedor de la naturaleza humana. Un dinamismo que nuestros niños y adolescentes deberían conocer para poder admirarlo y participar en él.²⁹

²⁸ Hans Urs von Balthasar, *Gloria*, Editorial Encuentro, Madrid, 1985.

²⁹ Para conocer innovadoras aplicaciones pedagógicas del arte, ver las orquestas de jóvenes del venezolano José Antonio Abreu y la iniciativa Art Start, creada por Scott Rosenberg en Nueva York con el fin de educar a muchachos en riesgo a través del arte.

03

VICTORIA
CAMPS
ÉTICA Y
MECIENAZGO

Por definición, un mecenas es una persona que patrocina las artes o las letras. La actividad que el mecenas desarrolla —el mecenazgo— es, en consecuencia, una actividad noble, libre y gratuita, que nace de la voluntad de quien la realiza. Por ello, el mecenazgo se asocia a valores como el altruismo, la solidaridad, la generosidad, la filantropía o el desinterés. Ninguno de dichos conceptos es rechazado por la ética, al contrario, el comportamiento ético tiene algo de todos ellos. Desde una perspectiva estrictamente conceptual, por lo tanto, habría que considerar el mecenazgo como una actividad que no sólo no merece reparo ninguno por parte de la moral o de la ética (utilizo ambos términos con el mismo significado), sino que se ajustaría plenamente a los principios y valores que las conforman. De ahí podemos deducir una primera consecuencia: si algo tiene que reprochar la ética al mecenazgo, será o bien que se utilice para encubrir algo que pervierta el objetivo primordial del patrocinio, o bien que se sirva de unos medios o dé lugar a unas consecuencias inaceptables o incoherentes con los principios éticos.

Para analizar las perversiones o incongruencias que harían del mecenazgo una actividad éticamente sospechosa, puede ser esclarecedor que nos centremos en la noción de interés. Que el ser humano busque su propio interés y beneficio es algo propio de su capacidad racional. En una de sus acepciones, la más sencilla y la que se identifica con la racionalidad instrumental o económica, el sujeto racional es aquél capaz de fijarse unos fines y tratar de poner los medios necesarios para conseguirlos. Así entendida, la actividad racional humana es siempre una actividad interesada. Interesada en el sentido egoísta del término. Incluso quien proyecta como fin poner su vida al servicio de una causa humanitaria persigue, en último término, un interés propio. Le agrada y le satisface su apuesta. No puede decirse que su conducta sea totalmente desinteresada. Es perfectamente legítimo porque, como acabo de señalar, en eso consiste el despliegue de la facultad de la razón, lo más específico del ser humano. Ahora bien, la ética tiene que ver sobre todo con el deber, con lo que el individuo se impone a sí mismo, porque se sabe obligado a hacerlo como ser humano, sean cuales sean los intereses que articulen su existencia. También ésa es una capacidad racional, que se le supone a todo ser humano, si bien ahora hablamos de una racionalidad de fines y no de medios: la que consiste en buscar y proponerse el bien por encima o como estadio final del interés particular o de cualquier otro propósito.

El deber moral, entendido como esa capacidad de ajustar la conducta a lo que es bueno o a lo que se debe hacer, puede —generalmente, suele— contradecir los intereses y deseos propios más inmediatos. Pero también puede confluir con ellos. Así, una madre cuida y educa a sus hijos no solamente porque lo considere un bien o un deber moral, sino también porque lo desea y le interesa hacerlo. Sólo una madre «desnaturalizada» rechaza esa obligación y descuida a sus hijos. No obstante, la mayoría de los deberes morales no pertenecen a ese orden en el que el deber y el sentimiento coinciden. Suelen interferir en los intereses y, en ocasiones, oponerse a ellos. De ahí que los deberes morales más importantes y necesarios sean,

a su vez, imperativos jurídicos. Pagar impuestos es una prescripción legal porque reconocemos que la redistribución de los recursos es un deber moral que nos concierne a todos y la tributación al Estado es el medio arbitrado para conseguirlo. Si una entidad como Caritas consigue que le donemos mensualmente una porción de nuestros ingresos es porque consideramos un deber moral contribuir a aliviar el sufrimiento de otros y pensamos que la vía de la caridad es adecuada. Por eso decimos que el sentido del deber moral tiene que ver no con el interés propio, sino con el desinterés y la imparcialidad, con la voluntad de corregir las injusticias y de evitar hacer daño a los demás, aún cuando tal actitud se oponga a los intereses particulares, intereses todos ellos legítimos, hay que insistir en ello, siempre y cuando permitan preservar al mismo tiempo un núcleo de intereses comunes con el que todo ciudadano de un Estado de derecho debe comprometerse. Brevemente, y para tomarlo como una premisa desde la que articular las reflexiones posteriores, puede afirmarse que la perspectiva ética es la que se propone conjugar el interés propio y el interés común.

Volviendo a la definición de mecenazgo y al aura de desprendimiento que lo envuelve, hay que reconocer que, en principio, el mecenas no busca el interés propio, o no lo busca en exclusiva. El fin que persigue, además de satisfacer un deseo personal, es la protección o el fomento de algo que, para decirlo en términos un tanto grandilocuentes, es considerado un bien o un valor para la humanidad: el arte, la literatura, la música, la ciencia. Michael Findlay encabeza su libro *The Value of Art* con una cita de una eminente coleccionista, Emily Hall Tremain, que dice lo siguiente: «Al coleccionista le mueven tres motivos: el amor genuino por el arte, las posibilidades de inversión o el prestigio social».¹ Y, aunque el coleccionista no es estrictamente un mecenas, creo que los estímulos que mueven a este último no difieren en gran medida de los mencionados, si bien habría que añadirle un plus de altruismo que el coleccionista no tiene necesariamente. El coleccionista compra arte en beneficio propio, porque le gusta y le produce satisfacción coleccionarlo, en tanto que el mecenas lo compra para donarlo a un museo, o financia la producción de un artista sin esperar un retorno individual de su aportación. En tal caso, a la pasión individualizada por el arte se añade la pasión por compartir y por dar a conocer a otros lo que uno aprecia.² Todo lleva a pensar que el mecenas no actúa exclusivamente con vistas a su propio interés, sino que su actuación está motivada por razones altruistas, de filantropía, de amor al arte (nunca mejor dicho), de fomento de un bien social. Razones, en definitiva, desinteresadas y, por lo tanto, éticas.

La pregunta que hay que plantearse es en qué medida tales razones se preservan o se prostituyen a través de las mil maneras en que hoy puede ejercerse y se ejerce el mecenazgo. En un mundo dominado por una economía que prioriza el interés particular sobre el interés común, en un mundo cuyo *ethos* está dominado por el dinero y la acumulación de riqueza, ¿sigue siendo el mecenazgo una parcela aparte, que se mueve por estímulos propios, inmune a dejarse arrastrar por la mercantilización? ¿Es posible seguir viendo al mecenas como alguien motivado por un placer auténtico, ajeno al sentido utilitario y pragmático que el ser humano parece llevar inscrito desde la cuna? ¿A qué responde en realidad lo que se presenta como una fascinación por el arte y la cultura? Antonio Argandoña se refiere al patrocinio como «una mezcla de publicidad orientada a los beneficios y la filantropía sin ánimo de lucro».³ Ciertamente, si el patrocinio mezcla dos motivaciones, la interesada y la filantrópica, la pregunta es: ¿cuál de las dos acaba por imponerse?, ¿domina el interés propio del patrocinador hasta el punto de obnubilar el interés común de la cultura?

La perspectiva ética es la que se propone conjugar el interés propio y el interés común.

¹ Michael Findlay, *The Value of Art*, Prestel Verlag, Múnich, Londres, Nueva York, 2012.

² Ver la visión del coleccionismo de Hans Nefkens, recogida en María Dolores Jiménez-Blanco, *El coleccionismo de arte en España. Una aproximación desde su historia y su contexto*,

Fundación Arte y Mecenazgo, Barcelona, «Cuadernos de Arte y Mecenazgo», 02, pág. 139.

³ Antonio Argandoña, «Sponsorship and Charity: The Ethical Arguments», *Working Paper*, IESE Business School, 1990, pág. 5.

En países donde la filantropía es una tradición, la gente dona mayormente por tres razones: por individualismo, por prestigio social y por contribuir a causas en las que cree.

«¿Qué mueve a la gente a donar?», se pregunta Francie Ostrower en *Why the Wealthy Give*. La respuesta a esa cuestión, extraída de las numerosas entrevistas llevadas a cabo por dicha autora, es que, en países donde la filantropía es una tradición, la gente dona mayormente por tres razones: por individualismo, por prestigio social y por contribuir a causas en las que cree. La primera razón, el individualismo, es característica de las sociedades anglosajonas, y especialmente de Estados Unidos, puesto que tienden a desconfiar del poder y de la burocracia de los gobiernos para lograr determinados fines. Esa desconfianza ha llevado a depositar en manos privadas muchas empresas que, en Europa, son consideradas obligaciones públicas. El que sea la iniciativa privada la que asuma ciertas responsabilidades repercute en la especial identidad de estatus y de clase que adquiere la élite que practica el mecenazgo. Cuando, además, esa élite no está formada por individuos, sino que son las corporaciones las que ejercen de mecenas, crece la sospecha acerca de los motivos reales que mueven a coleccionar obras de arte o a patrocinar a artistas. ¿Qué hay detrás de tales patrocinios? ¿Por qué el arte atrae a las empresas? ¿Es sólo una moda? ¿A quién beneficia?

Cuenta Michael Findlay que, cuando inició su carrera como marchante de arte, hace cincuenta años, el precio de las obras no era lo que interesaba en primer término al público comprador. Interesaba más el valor artístico. Uno intentaba comprar la mejor obra de Picasso o de Gauguin, o la que más le había impresionado, no la más cara. Ahora, en cambio, la obra de arte que adquiere mayor notoriedad y relevancia es la que se vende al precio más alto. El coleccionismo —añade el autor citado— ha cambiado porque también lo ha hecho la personalidad del coleccionista, que ahora puede ser fácilmente propietario de un casino, banquero o director de una entidad financiera, alguien a quien no se le olvida lo que ha pagado por un cuadro y que no duda en volverlo a vender si le hacen una oferta suficientemente atractiva. En pocas palabras: «La aventura de descubrir y coleccionar arte contemporáneo se ha convertido en el *mercado* del arte».⁴

Pero no nos fijemos en el coleccionismo, que, como he dicho, se mueve por intereses menos altruistas que los que se le suponen al mecenazgo. También a ese respecto, el ejercicio del mecenas ha adquirido características nuevas. En los últimos cincuenta años, como observaba hace un momento, el patrocinio del arte se ha desplazado a las grandes corporaciones. Los mecenas no son únicamente personajes de renombre o grandes familias, sino empresas multinacionales. El patrocinio está siendo una estrategia utilizada por ciertas empresas de reputación dudosa —las petroleras, tabacaleras o armamentísticas— con el propósito de lavar su imagen. Así lo entiende la autora Chin-Tao Wu, en un detallado estudio sobre la privatización de la cultura donde compara el desarrollo del patrocinio artístico en el Reino Unido y Estados Unidos, a partir de la fiebre desreguladora que Reagan y Thatcher emprendieron en los años ochenta del siglo pasado. Acercarse al mundo del arte ennoblece, por lo que el mecenazgo se convierte en una excelente estrategia de propaganda y de marketing para las grandes empresas.

Una forma de explicarlo es echar mano de la izquierdosa teoría del «capital cultural» desarrollada por Pierre Bourdieu.⁵ Para el sociólogo francés, el capital cultural es, como el capital en general, un sistema de intercambio que, en este caso, acumula conocimiento cultural, lo cual no obsta para que confiera, al mismo tiempo, poder y estatus a quien lo posee. Aplicando la teoría al tema que nos ocupa, cabría decir que las élites empresariales, al invertir en arte, en educación o en investigación científica, transforman el capital económico de sus empresas en capital cultural, con el objetivo no tanto de proteger la cultura o la educación como de satisfacer sus propios fines y el interés de sus compañías. Un ejemplo de esa inversión

⁴ Michael Findlay, *El mercado del arte frente al coleccionista. El conocimiento artístico en nuestra época de mercantilización*, conferencia, Fundación Arte y Mecenazgo, Barcelona, 2014.

⁵ Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, trad. María del Carmen Ruiz de Elvira, Taurus, Madrid, 2012.

El criterio con el que habría que evaluar el mecenazgo [es] el complejo de intereses más o menos espurios que sí pueden acabar desvirtuando y corrompiendo el ejercicio del mecenazgo.

de capital cultural en beneficio propio es el de Philip Morris cuando chantajeó a la municipalidad de Nueva York, amenazándola con retirar todo su apoyo al arte si se aprobaba la ley del tabaco.⁶ La propia compañía no tenía especial cuidado en ocultar cuáles eran los intereses que la movían a comprar arte, como pone de manifiesto esta cita, profusamente reproducida, de uno de sus directivos, George Weissmen: «Seamos claros. Nuestro interés fundamental en el arte es el interés propio. Proporciona beneficios inmediatos y pragmáticos a las entidades de negocios».⁷

De esta forma, a través de la financiación del arte, la música o la ciencia, las empresas adquieren un valor que las dignifica sencillamente porque invierten en cultura; al mismo tiempo, eso les proporciona pingües beneficios a favor de sus intereses corporativos. En la economía estadounidense se observa un vínculo estrecho entre el beneficio financiero de una empresa y la filantropía personal. Si, además, existen incentivos fiscales que favorecen las donaciones, la intervención empresarial en el mundo del arte no se puede decir que responda a un «interés propio ilustrado». Con el fin de dar una buena imagen, la inversión artística se convierte en un inequívoco instrumento político de dominación. La autora citada resume en el párrafo que transcribo la transmutación que experimenta la filantropía cuando pasa a ser un instrumento de dominación económica y política:

Después de todo, el patrocinio de las artes, con su atracción de desgravaciones fiscales y con la dádiva de dinero público que el gobierno británico ofrece para apoyarlo, es más que mera publicidad de una imagen «culta» de empresa. En última instancia, hay que entender el significado de esta intervención empresarial en términos políticos. Gracias a su inserción en el sector público o, en el caso de los museos estadounidenses, en el dominio del prestigio y la autoridad públicos, los museos de arte tienen una posición de tal privilegio que asociarse con ellos es una señal de prestigio social y poder.⁸

En suma, de las tres características citadas que mueven al mecenas —individualismo, prestigio social y contribución a una causa en la que uno cree—, la última es la que está desapareciendo. Algo sustancial ha cambiado con respecto a los mecenas del siglo XIX, cuya filantropía estaba al servicio del interés público. La intervención del mundo de los negocios en la cultura es cada vez mayor y levanta sospechas que, en nuestros pagos —los de Europa—, llevan fácilmente a reivindicar que el arte no se deje en manos del sector privado. Se atribuye a Reagan la frase de que no tenía «por costumbre subvencionar la curiosidad intelectual». A los artífices de lo que ha dado en llamarse «neoliberalismo» les viene muy bien que la obra cultural y social esté a cargo de la organización privada. Pero ésta suele ir de la mano del ánimo de lucro, el cual provoca interferencias que desvirtúan los fines del auténtico mecenazgo. Cuando las empresas empiezan a apropiarse de museos y galerías, dejan de servir al arte para servirse a sí mismas. Unas declaraciones del presidente de Mobil Corporation no pueden ser más claras: «Debemos demostrar que el mecenazgo no es sino otro elemento del mercado, otro paso que se da para vender productos y servicios y ampliar la propia cuota de mercado».⁹

Lo que estamos diciendo no es tan novedoso. La conexión entre arte, poder y estatus social ha sido constante desde el Renacimiento. Nadie niega que el valor del arte se mide no sólo por el placer que proporciona a quien lo compra o lo protege, sino también por la inversión que supone y por el prestigio social que otorga al mecenas. El desinterés puro no existe, hay que repetirlo. No se trata, pues, de juzgar a los mecenas actuales con unos parámetros de altruismo y amor al arte que son meras abstracciones. No es el grado de desinterés al donar o al promocionar

⁶ Ver Chin-Tao Wu, *Privatizar la cultura*, trad. Marta Malo de Molina, Akal, Madrid, 2002, pág. 176.

⁷ Ver Pierre Bourdieu y Hans Haacke, *Free Exchange*, Polity Press, Oxford, 2005, pág. 8.

⁸ Chin-Tao Wu, *op. cit.*, pág. 162.

⁹ *Op. cit.*, pág. 227.

el arte el criterio con el que habría que evaluar el mecenazgo para comprobar si su significado se ha pervertido, sino el complejo de intereses más o menos espurios que sí pueden acabar desvirtuando y corrompiendo el ejercicio del mecenazgo. Si éste no es más que puro negocio y estrategia propagandística, habrá que ver dónde queda el servicio a la cultura y al interés común, si podemos seguir llamándolo mecenazgo. Si, en principio, el patrocinio debiera estar incentivado por razones éticas o desinteresadas, éstas quedan fácilmente ofuscadas cuando los motivos para ejercerlo no representan para el supuesto mecenas nada más que un activo que acrecienta la cuenta de resultados del conjunto de sus actividades.

A propósito de incentivos, una de las cuestiones que se plantean al relacionar el mecenazgo con la ética es la de los incentivos fiscales. La pregunta es si el tratamiento fiscal de la donación, cuando favorece claramente a los donantes, es justo. Es evidente que las rebajas fiscales aplicadas a las donaciones son una forma indirecta de subsidio público. Al donante se le aplica una desgravación fiscal porque contribuye con su patrocinio o mecenazgo a reforzar un bien cultural del que el Estado no se hace cargo porque no puede o no se considera obligado a hacerlo. Al compensar el desinterés del patrocinador, por el hecho de invertir en cultura, la hacienda pública ve mermada su recaudación. Dicho de otra forma, si el mecenas no hubiera hecho la donación, su dinero se habría ido en impuestos. De ahí que haya quien defienda que, en la medida en que una gran parte del dinero implicado en el mecenazgo consiste en tributos no ingresados en las arcas públicas, hay motivos para considerarlo una forma indirecta de subsidio público. O un impuesto que pagan unos contribuyentes privilegiados al margen del escrutinio público. Es decir, que los contribuyentes ricos, al efectuar aportaciones benéficas, están ejerciendo más poder sobre el dinero público que los contribuyentes pobres. De hecho, está documentado que la filantropía, cuando la ejercen los ciudadanos con rentas más bajas, suele proyectarse en obra social (*charity*), en tanto que los ciudadanos ricos y las corporaciones potentes se dedican al mecenazgo artístico. Volviendo a la tesis del «capital cultural», éste se intercambia fácilmente por la riqueza económica, su acumulación sirve para reproducir y consolidar la posición de la clase dominante.

Podemos verlo de otra manera. No hace falta decir que el mecenas recibe un subsidio público a cambio de su generosidad, sino que, en virtud del poder que tiene, le es dado el privilegio de destinar los impuestos a lo que más le gusta. A diferencia del simple contribuyente, que jamás conocerá con detalle el destino de los impuestos que paga, el mecenas sí sabe que la reducción fiscal que le beneficia compensa el gasto con el que ha financiado una institución cultural, un programa de formación, una ONG o una competición deportiva. Sus impuestos, en definitiva, han ido a financiar el objeto de su deseo.

Si los incentivos fiscales pervierten la autenticidad del mecenazgo y acrecientan el poder de los más potentados, ¿hay que concluir que se trata de una medida injusta y, por lo tanto, contraria a la ética?, ¿una medida que empaña desmesuradamente el supuesto desinterés y altruismo del mecenas? En España, país con poca tradición de patrocinio y mecenazgo, la demanda de una ley del mecenazgo que contemple seriamente la incentivación del apoyo al arte es una reivindicación histórica que no ha llegado a satisfacerse. No digo que no haya que seguir demandándola. Pero, como toda ley salida de un Estado de derecho, convendrá tener muy en cuenta qué derechos son los que están en juego y cómo quedan garantizados.

Está claro que el patrocinio da respuesta a una necesidad social y cultural. El mecenazgo contribuye a aliviar las obligaciones del Estado en materia cultural, especialmente en épocas de recortes como las que vivimos. Es lógico que se quiera incentivar el patrocinio privado, como lo es que la incentivación utilice el medio más convincente de la desgravación fiscal. El problema no está en el medio en sí, sino en el grado. El gran artífice de la filosofía moral que fue Aristóteles situó el criterio de la virtud en el término medio. Evitar los extremos, por exceso o por defecto, es lo que debe procurar la persona que pretende ser virtuosa. La donación y el mecenazgo son actividades necesarias en un mundo que siempre tendrá escasez de recursos

Motivar tales actividades con ventajas económicas no es malo. Lo será si se hace traspasando los límites razonables, con desgravaciones excesivas e injustificables.

y en el que dicha escasez acabará perjudicando lo que fácilmente se considera superfluo para cubrir las necesidades más básicas. Motivar tales actividades con ventajas económicas no es malo. Lo será si se hace traspasando los límites razonables, con desgravaciones excesivas e injustificables. Como en el caso español estamos muy lejos de la desgravación razonable, creo no equivocarme al afirmar que el mecenazgo entre nosotros no corre peligro de incurrir en los excesos que podrían considerarse injustos o inmorales.

En los países de la Europa continental, sigue vivo el debate sobre si determinados bienes, como los culturales, deben ser financiados mayormente por entidades públicas y no quedar en manos de corporaciones privadas o al arbitrio de la generosidad o la voluntad de las personas que opten por dedicar parte de sus recursos al patrocinio cultural. Habría que plantearse hasta qué punto es un prejuicio la confianza excesiva en que los gobiernos y sus instituciones lo harán mejor que las iniciativas privadas. En el caso del patrocinio de lo que se denomina «obra social», está bastante claro, para un socioliberalismo (no para la actitud ultraliberal que promovieron Reagan y Thatcher), que existen unas obligaciones públicas destinadas a garantizar los derechos sociales fundamentales. Las ONG y las fundaciones dedicadas a cubrir necesidades sociales son un complemento de lo que las administraciones públicas no llegan a hacer. En muchos casos, constituyen una llamada de atención sobre lo que los gobiernos deberían hacer y no hacen, pues, cuando un bien es reconocido como una necesidad básica —la educación, por ejemplo—, está claro que es el Estado quien debe responder de que ese bien llegue a todos sin excepción. Otra cosa es cómo se haga y si se admite que la gestión privada es compatible con el acceso universal a los bienes básicos. Pero la cultura se encuentra en un terreno secundario a ese respecto. Existe un derecho a la cultura, reconocido en el artículo 44.1 de la Constitución Española: «Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho». La forma en que ese derecho deba garantizarse no queda nada clara. Precisamente, las exenciones fiscales a quienes promueven la cultura, de una forma u otra, son una manera de reconocer a los benefactores el servicio que prestan al Estado al promover la cultura.

En líneas generales, el patrocinio privado es visto con reticencias, sobre todo en el continente europeo, por la creencia de que sus consecuencias pueden ser nefastas para la preservación y la difusión de la cultura. El sector privado tenderá inevitablemente a poner el mecenazgo al servicio de sus intereses y obtener sabrosos beneficios fiscales, convertir el patrocinio en un elemento más de publicidad y relaciones públicas. Es lógico que el patrocinador exija un retorno por lo que invierte en cultura. Pero cierto beneficio no es lo mismo que convertir un museo en un espacio de publicidad de la corporación. Thomas Krens, director de la Solomon R. Guggenheim Foundation de Nueva York, no dudaba en admitir: «Las corporaciones les dicen a los museos qué exposiciones quieren, en función de los gustos de su público. [...] Los museos se han convertido en parte del programa publicitario de las corporaciones»¹⁰. Peor aún, en un determinado momento el Stedelijk Museum de Ámsterdam quiso alquilar seiscientos metros cuadrados de su institución a la compañía Audi para que pudiera exhibir sus nuevos modelos de automóvil. No lo hizo porque las autoridades municipales, sensatamente, lo impidieron.¹¹

Otra cuestión son los límites y líneas rojas que los patrocinadores establecen ante la exhibición de determinadas obras, por juzgarlas excesivamente provocativas o contraproducentes para los intereses de la industria a la que representan. En 1989, la cancelación de una retrospectiva de Mapplethorpe en la Corcoran Gallery de Washington causó un considerable escándalo. El motivo fue la negativa de Jesse

¹⁰ Hubertus Butin, *When Attitudes Become Form Philip Morris Becomes Sponsor*, http://www.societyofcontrol.com/research/butin_engl.htm.

¹¹ *Op. cit.*

¹² *Op. cit.* El autor del artículo citado cuenta varias anécdotas parecidas. Una de ellas,

la de la prestigiosa Smithsonian Institution de Washington, que dio instrucciones al National Museum of American History de no informar sobre la exposición «Science in American Life», en 1994, sobre los daños para la salud causados por la industria química.

Helms, congresista ultraconservador republicano, que criticó severamente el subsidio estatal destinado a la exposición, lo que forzó a la directora del museo a suspenderla.¹²

Frente a tales arbitrariedades se aduce la supuesta neutralidad del Estado. Si el patrocinio privado pone al artista o al científico en cierta relación de dependencia con respecto al poder económico que lo protege, cuando el patrocinador es una institución gubernamental parece que esa relación se diluye. No es difícil refutar ese argumento. Sabemos muy bien que la teoría de la neutralidad de lo público no es más que una teoría. En la práctica, las instituciones y sus dirigentes cambian con cada gobierno y ayudan a quienes les son cercanos y leales. Instituciones tan reconocidas como el National Endowment for the Arts en Estados Unidos o el Arts Council en el Reino Unido no son inmunes a los cambios gubernamentales. También las entidades públicas censuran a autores y obras cuando los consideran inadecuados para sus políticas. El Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona ha ofrecido hace poco un triste ejemplo de la cuestión. En general, no es aventurado afirmar que no hay más desinterés o imparcialidad en la financiación pública que en la privada en lo que se refiere a las empresas culturales. Depende de la desvergüenza de quien da el dinero.

En definitiva, el conjunto de reflexiones realizadas hasta aquí convergen en una misma idea. El valor del arte se desvirtúa cuando lo comercial prevalece sobre el valor intrínseco. La superposición de arte y economía es cada vez más fuerte. En ese trueque o confusión de intereses y fines reside la falta de autenticidad o integridad, valores ambos difíciles de concretar y definir pero, en cualquier caso, vinculados a la ética. Tony Judt dejó escrito: «Sabemos lo que cuestan las cosas, pero ignoramos su valor». Antonio Machado sentenció: «Sólo el necio confunde valor y precio». Pues bien, cuando el coleccionista o el patrocinador de arte sólo atienden al precio como medida del valor, cuando el goce estético deja de ser decisivo porque lo que priva es el beneficio de la especulación monetaria, no podemos hablar de mecenazgo sino de mero negocio. Invertir en cultura, cuando lo que interesa es la inversión y no la obra en la que se invierte, tiene poco que ver con la protección o el patrocinio. Por no hablar de cuando la compra de arte es la ocasión para blanquear dinero y otras acciones fraudulentas, que ya no son sólo inmorales: son delito.

Estamos hablando de arte, de la prostitución del valor estético por el valor económico. Es una constante de nuestro tiempo que obliga a reflexionar sobre los límites de lo que se puede comprar. Viene a cuento traer a colación aquí el libro de Michael Sandel *What Money Can't Buy*, un alegato en contra de la mercantilización creciente de casi todo. La premisa de la que parte el autor es que, cuando el objetivo de las personas es comprar más y más, lo único que marca la diferencia es el dinero. No se trata de hacer un discurso contra la inequidad o las desigualdades, aunque en términos de justicia distributiva también eso debe tenerse en cuenta. Hago un breve inciso: al referirme más arriba a los objetivos planteados como necesidades sociales que deben ser atendidas, he puesto de manifiesto la diferencia entre el donante de obra social y el donante de arte. Sólo el segundo pertenece a un estrato social poderoso y económicamente fuerte. Dado que las donaciones son recompensadas fiscalmente en el estado de bienestar, hay quien se pregunta si todas las donaciones deben ser equiparables. Cito sólo la observación de un multimillonario William H. Gross que recoge el libro de Michael Findlay: «Cuando millones de personas están muriendo de sida y malaria en África, es difícil justificar la enésima gala social en beneficio de un centro de artes escénicas o de un museo. Un regalo de treinta millones de dólares a un concierto no es filantropía, es una coronación napoleónica».¹³

Vuelvo al libro de Sandel. No es la desigualdad lo que a él le preocupa, sino la corrupción de valores básicos consistente en «ponerles un precio a las cosas buenas de la vida». Al decidir qué bienes se pueden mercantilizar estamos determinando «qué valores deben gobernar los distintos dominios de la vida social». Aunque Sandel no se refiere expresamente a la mercantilización del arte, sino a otro tipo

El valor del arte se desvirtúa cuando lo comercial prevalece sobre el valor intrínseco.

¹³ Citado por Findlay, *The Value of Art*, op. cit., ed. dig., loc. 1568.

de productos, sus argumentos sirven también para la cuestión del mecenazgo. Lo que, a su juicio, debe preocuparnos es qué significado ha de tener «vivir bien» en nuestro mundo. Lo que en filosofía denominamos «la vida buena» ha acabado siendo, en las sociedades liberales, una opción individual y libre. Dentro de los límites que prescribe la ley, cada persona puede decidir qué es para ella la vida buena, esto es, cuáles son los valores éticos y también estéticos que presidirán su forma de vivir. Ahora bien, esa opción, supuestamente personal, está inevitablemente marcada por las tendencias dominantes de la sociedad en que vivimos. Si domina el poder adquisitivo como señal del éxito, será cada vez más complicado dar valor a todo aquello que requiere un esfuerzo poco compensado crematísticamente. El placer que producen la contemplación del arte, la lectura, la escritura o la música no es innato. Se adquiere con trabajo, estudio y hábitos. Cuando éstos reciben un reconocimiento social amplio (como ocurre, por ejemplo, con el deporte), es relativamente fácil predicar el esfuerzo. Si el reconocimiento social es nulo, como ocurre con la lectura, los intentos de motivación fracasan estrepitosamente. Uno de los ejemplos que pone Sandel es el de ciertas escuelas de Estados Unidos que procuran incentivar la lectura con una retribución económica. El niño que lee un libro recibe cinco dólares. El fin se ha pervertido. El niño no espera gozar de la lectura ni aprenderá a gozar de ella, lo que espera es la propina. No todo se debe vender o comprar.

Con el arte, el tema se complica porque existe un mercado del arte que ha adquirido proporciones desmesuradas. El objetivo de estas páginas era analizar dos cuestiones: 1) si el mecenazgo tiene, por definición, una motivación ética, dada su conexión con una cierta forma de filantropía, y 2) si el ejercicio del mecenazgo puede incurrir en prácticas contrarias a la ética. La conclusión a la que habría que llegar, si no me he equivocado en mis argumentos y apreciaciones, es asimismo doble:

a) No siempre el mecenazgo es altruista. Dada la interrelación entre arte y economía, la compra y supuesta protección del arte, en muchas ocasiones y, en especial, cuando es realizada por grandes corporaciones, prioriza el interés corporativo. En tales casos, cabe hablar más de inversión, incluso de especulación financiera, que de mecenazgo. Cuando los beneficios monetarios van por delante, o son el único fin que se persigue, da lo mismo invertir en cultura que en otra cosa. Es más, la inversión artística proporciona más glamour y mejor reputación al supuesto patrocinador que una inversión en obra social.

b) Que la inversión en arte no sea exactamente mecenazgo porque no está movida por el desinterés no significa que no sea legítima ni que sea claramente contraria a la ética. Creo que el ejercicio del mecenazgo sólo es claramente inmoral cuando incurre en prácticas delictivas, como el blanqueo de dinero. Comprar y vender arte, patrocinar cultura, como parte de un negocio no es una práctica contraria a la ética. Sencillamente, desvirtúa el valor de la cultura a la que se pretende proteger.

Algunos autores, teóricos del arte, coleccionistas, se preguntan si existe un modelo de mecenazgo ejemplar, que deba ser imitado. Si existe, nadie ha dado con él. El modelo de Estados Unidos, donde la iniciativa privada manda, tiene defectos. También los tiene la intervención pública. Seguramente, el problema no esté en el modelo de mecenazgo, sino en el modo de gestionarlo y en la responsabilidad, pública y privada, ante un bien que debe ser común y que hay que preservar y fomentar si realmente apreciamos lo que más debiera distinguirnos como seres humanos.

Hoy podemos hablar de la existencia de un capitalismo artístico, de un capital cultural, del «coleccionista especulador», donde la singularidad del producto que se intercambia o con el que se especula sólo viene determinada por los millones de euros que se obtienen en la transacción. Ser mecenas no debiera equivaler a tener mucho dinero y decidir invertirlo en arte. Que ésa sea una tendencia actual no significa que no sigan existiendo coleccionistas y mecenas realmente comprometidos con el arte que no se mueven por vanidad ni por interés, sino por sincera voluntad de mecenazgo. Hace unos días, un periódico de Cataluña recordaba a una de esas figuras recientemente fallecida, Pere Maria Orts, un mecenas valenciano al que, cuando le preguntaban por su misión obstinada y desinteresada, contestaba: «Así se ama a una ciudad, no diciéndolo».

04

JOSÉ LLUIS
PARDO
¿A CAMBIO
DIE NAIDA?

*Notas para una filosofía del don,
a los noventa años de la publicación
del 'Ensayo' de Marcel Mauss*

*My love
don't give me presents.*

El artefacto se diría surgido del infierno de las malas intenciones. Los clavos, agresivamente dispuestos en la base de la plancha, no solamente desmienten la naturaleza del objeto, sino que además contradicen abiertamente todo posible uso para el destino que lo define: en lugar de alisar la prenda, esta «plancha» la desgarraría y la destrozaría. En cierto modo, cabría pensar que el artista ha querido expresar de esta manera tan plástica la rebelión esencial del objeto artístico contra el sistema de la utilidad: una plancha sembrada de clavos no es ya una plancha, ha perdido cualquier referencia al servicio que le confiere su significado y su lugar en el universo de las cosas familiares. No es una plancha, pero tampoco es ninguna otra cosa conocida; artilugio innombrable, sólo parece poder describirse como un objeto venido de otro mundo, un mundo que, como el de la enciclopedia china de Borges, está construido de acuerdo con unas leyes que ignoramos por completo, porque nos falta el principio que le daría sentido en ese orden desconocido. Pero, en este caso, a la simple inutilidad se une la malicia puntiaguda de los pinchos. Y lo que acaba de desconcertar al espectador es un elemento que forma cuerpo con el objeto tan íntimamente como el metal y el pegamento, su título: *El regalo*. Suele decirse que Man Ray, que creó esta obra en 1921, quería con ella satirizar las (malas) intenciones ocultas en los presentes que se ofrecen en las bodas, cargados a menudo de designios inconfesablemente aviesos y claramente contrapuestos a la benevolencia que se da por supuesta en el entorno social en esas ocasiones, sacando a la luz de lo explícito el «espíritu» escondido por los donantes en las inocentes y serviciales formas de sus obsequios. Se tendría, en este punto, la tentación de «completar» el título de Man Ray, llamándolo «el regalo *envenenado*».



Cadeau, 1921, reproducción editada en 1972, Man Ray (1890-1976), Tate.

Pero, más allá de cuál fuera la anécdota concreta que lo provocó, el sentimiento (muy extendido y muchas veces formulado) de que anida cierta «hipocresía» en la institución social del regalo tiene unas raíces más profundas. ¿De dónde procede esta «sospecha»? Sin duda, de una paradoja implícita en la institución misma. Por una parte, el regalo es por definición un acto libre, generoso y no coactivo, que excede las obligaciones formales mutuamente reconocidas por los agentes sociales, de manera que su descuido no da lugar a una sanción explícita y pautada, pues no es algo que pueda «exigirse» jurídicamente; la voluntariedad, además, está subrayada por el hecho de que no hay una cuantía económica predeterminada para fijar el valor del regalo (aunque probablemente sí existen unos límites implícitos de máximos y mínimos), ya que parece que no es del todo susceptible de una traducción en términos dinerarios, sino que lo que en él se ventila son valores de otro tipo, para los que se nos ocurren términos tan variados como «afecto», «detalle» o «prestigio». Pero la ambigüedad del regalo (que los clavos de Ray ponen de manifiesto de un modo tan patente) consiste en que, no obstante este carácter «libre» y «voluntario», parece estar inmerso en el circuito del *deber*, de la coacción y de la obligación, aunque no exista una autoridad definida que pueda castigar su falta. Quien regala se siente forzado a hacerlo por una exigencia cuya naturaleza no es fácil de identificar, pues no pertenece al orden de lo legal, y sabe además que no puede faltar a esa obligación sin esperar algún tipo de consecuencias sociales por su infracción. Los pinchos que amenazan desde la base de la plancha no solamente apuntan, pues, al alma del receptor de la ofrenda, sino que antes de eso arañan la propia voluntad del dador, que hieren con esa coacción implícita que los clavos de la obra recuerdan al destinatario. El «veneno» que así se transmite en esa transacción misteriosa es el de la obligación de regalar, de la que el donante sólo puede liberarse cumpliéndola y transfiriéndola al receptor como el deber que implícitamente adquiere por el hecho de recibir el regalo: el deber de devolver, algún día, lo que le ha sido obsequiosamente dado, y de hacerlo de modo que el regalo que habrá de dar esté cuando menos a la altura del que ahora ha recibido. Ésos son los clavos que lleva ocultos todo regalo, aunque sea una plancha. Y lo que fijan esos clavos no es otra cosa más que el propio vínculo social entre los participantes en ese juego.

EL DON COMO ALMA DEL VÍNCULO SOCIAL

01

Unos años después de que Man Ray realizase esta pieza, en 1925, Marcel Mauss publicó en Francia un escrito titulado *Ensayo sobre el don* que estaba llamado a dar lugar a una larga y fructífera cadena de interpretaciones y a desempeñar un papel fundamental en los debates de la filosofía y de las ciencias sociales en el siglo XX. Nadie lo habría dicho a primera vista, porque el texto tenía la sobria retórica positivista de un informe deliberadamente técnico y profusamente documentado, que vio la luz en una publicación especializada y que pertenecía a un campo científico que se hallaba entonces en sus comienzos —la etnología—, pugnando por encontrar su lugar epistemológico en un terreno de fundamentos aún débiles y disputados; estaba escrito en una prosa poco amable y sin una tesis del todo definida, además de que su autor carecía de la aureola aventurera y romántica de los que practicaban estudios de campo en lejanas sociedades sin tradición escrita. Sin embargo, el nombre que por entonces se daba a la disciplina en la que se inscribía, *antropología*, tenía aún unas resonancias que la singularizaban con respecto a sus parientes más próximos. Claude Lévi-Strauss, quien como veremos fue de los primeros en asignar a este escrito un puesto decisivo en la historia de la ciencia, llegó a teorizar todavía esta singularidad en unos términos que hoy quizá no suscribiría la mayoría de sus colegas. Las «ciencias sociales» (o, simplemente, la sociología), que en Francia habían florecido alrededor de la figura de Émile Durkheim y que anclaban su inspiración en la «física social» nombrada prematuramente por Auguste Comte, se ocupaban de estudiar «las sociedades modernas»; es decir, las sociedades urbanas e industriales, de cuya creciente complejidad estructural se hacía responsable al nacimiento de este dominio científico en el siglo XIX, y que se distinguían cualitativa y cuantitativamente

de las que aún llamamos «sociedades tradicionales», que durante siglos fueron objeto de investigaciones historiográficas y suscitaron reflexiones morales y políticas, pero que no parecieron necesitar de un saber científico exclusivo de *lo social*. En cambio, las «ciencias del hombre» (o, simplemente, la antropología) no se distinguirían de la sociología solamente por dedicarse al estudio de sociedades que durante mucho tiempo se estigmatizaron como «primitivas», sociedades *otras* con respecto a la corriente principal de la tradición occidental y que, en ese marco ideológico aún decimonónico, sólo podían situarse en una fase evolutiva «anterior» a dicha tradición, una fase en la que se habrían quedado extrañamente «detenidas». Además de esto, en palabras de Lévi-Strauss, lo propio de estas ciencias sería que noplanteansutareaexclusivamente como esclarecimiento de unos modos de vida material y culturalmente distintos a los de las sociedades de origen de los antropólogos: aspiran a encontrar un tipo de verdad universal que no agota su eficacia en la explicación de determinadas sociedades, sino que pretende aportar conocimiento acerca de la vida social en general y, en ese sentido, acerca del «hombre» como ser social, más allá de su pertenencia a esta o a aquella sociedad.¹

Conforme a este espíritu, Mauss confiesa en su trabajo que, al consagrar su esfuerzo a la institución social del *don*, cree haber dado con «una de las rocas humanas sobre las que están construidas nuestras sociedades» (72).² No se puede decir más claramente que se trata, por lo tanto, de mostrar cuáles son los fundamentos de *nuestras* sociedades (las sociedades humanas, y no solamente las documentadas por los etnógrafos), y que además esta tarea no podría haberla llevado a cabo la mera sociología, ya que ese fundamento, esa «roca humana» sólo sale a la luz cuando se estudian esas otras sociedades (consideradas como evolutivamente «anteriores»), puesto que en las «nuestras» tal fundamento se encuentra oculto por las prácticas más visibles y explícitas. Dicho más claramente: hay algo en *nuestras* sociedades que no se explica simplemente estudiando su «física social» de las comunidades modernas; esa sociología puede resultar solvente desde el punto de vista descriptivo, pero sigue siendo incapaz de hallar lo que mantiene unidos a los hombres y alimenta el vínculo social bajo los fenómenos más superficiales y evidentes («esa moral y esa economía aún funcionan en nuestras sociedades de manera constante y, por así decirlo, subyacente»). Ese elemento es el que Mauss cree haber descubierto en el estudio de esas otras sociedades, y al que genéricamente reserva el título de *don*. Así pues, el resultado de su investigación presenta un interés a la vez antropológico y filosófico, ya que aspira a ser relevante para conocer *la naturaleza del vínculo social en general* y, por lo tanto, la naturaleza del hombre como ser social.

Sin perder de vista esta intención, Mauss se sumerge en el estudio de toda una serie de hechos de diferentes formaciones sociales que él mismo tiende a generalizar, quizá con excesiva amplitud, bajo el nombre de *potlach*. Pero en ese mismo momento comienzan las ambigüedades que ya hemos descubierto en el «regalo» de Man Ray. Aunque se trata de fenómenos cuyo principio parece ser una donación gratuita y desinteresada, en seguida aparece en ellos un componente mal definido —pero insoslayable— de obligatoriedad que es, por así decirlo, más profundo y más vinculante que el que gobierna los intercambios comerciales bajo contrato y que, sobre todo, parece apuntar a una obligación *de otro tipo* que la que reconocemos en esas transacciones. Lo primero que se eclipsa en estos «dones» es su carácter (aparentemente) voluntario: «*La obligación de dar* es la esencia del *potlach*» (155). Se trata de un acto que necesariamente se presenta (al menos a nuestros ojos) como una donación, pero que sin embargo no depende de la libre iniciativa del donante, que a menudo se comporta no como si hubiese «dado» algo, sino como si ese algo le hubiese sido arrebatado, robado. Y este eclipse de lo voluntario no afecta sólo

1 «Critères scientifiques dans les disciplines sociales et humaines», *Revue internationale de sciences sociales*, vol. XVI, 4 (1964), Unesco, París, pág. 534.

2 Cito el *Ensayo* por la reciente traducción de Julia Bucci (Katz, Buenos Aires y Madrid, 2009), y añadido a continuación el número de página correspondiente.

Todas las formas de intercambio presuponen un don: sobre la base de un sistema de regalos hechos con devolución a plazo se edificaron el trueque y la compra y la venta.

a quien da, sino también al destinatario del don: «*La obligación de recibir* no es menos coercitiva» (161). El que da no es enteramente libre de dar, ni el que recibe lo es de aceptar o rechazar el don. Pero el conjunto de la estructura de esta institución no emerge hasta que descubrimos que «*la obligación de devolver* es el todo del *potlach*» (164); y no es una simple restitución equilibrada de lo recibido, sino que está llamada a superar su cuantía de forma sensible, pues se trata de una devolución que, si pudiera calcularse con los instrumentos contables modernos, se acercaría a un tipo de interés del treinta por ciento anual, según los cálculos del propio Mauss. La falta de esta devolución puede provocar una guerra inmediatamente.³ ¿Por qué, entonces, no entender todas estas acciones como una forma de intercambio a crédito? Porque ello desvirtuaría un hecho diferencial con respecto a las sociedades modernas. En el *potlach* se pone en juego, para empezar, algo que tiene que ver con el poder, pero el poder no es de naturaleza directamente económica: al contrario, se diría que el poder social es tanto más «puro» cuanto menos funciona de acuerdo con la lógica económica (tal y como nosotros la concebimos hoy), cuanto más «desprecia» la riqueza.

Aunque Mauss no arriesga ninguna conclusión definitiva a este respecto, parece inclinarse a pensar que el origen de esta institución está en la rivalidad entre tribus o clanes («El principio del antagonismo y de la rivalidad lo funda todo», 147) y en la necesidad de establecer una jerarquía, de tal modo que la guerra misma podría pensarse como una suerte de *potlach*. En este sentido, la forma más primitiva del don podría ser la simple destrucción de los bienes propios como mecanismo de ostentación y de superioridad: «En determinados casos, incluso, no se trata de dar y devolver, sino de destruir, a fin de no dar siquiera la impresión de desear ser reembolsado. Se queman cajas enteras de aceite de *olachen* o de aceite de ballena, se queman las casas y miles de mantas; se rompen los cobres más caros, se los arroja al agua para destruir, para “aplastar” al rival» (150). Es el hecho mismo de *dar* lo que confiere poder al donante, y por lo tanto este poder será más puro y más elevado cuando ni siquiera necesita de un destinatario que reciba los bienes enajenados, sino solamente de un rival que acepte el desafío de emprender un despilfarro superior de sus bienes si quiere competir. Es más poderoso quien más da, quien más derrocha, porque en ese acto de destrucción los bienes que arden bajo el fuego sólo desaparecen como bienes para transmutarse en un valor intangible e innegable, el prestigio del «jefe».

Ni siquiera la mera destrucción de riquezas corresponde a ese desprendimiento completo que se esperaría encontrar. Ni siquiera esos actos de grandeza están exentos de egoísmo. La forma puramente suntuaria de consumo, casi siempre exagerada y a menudo puramente destructiva, en la que se dan de manera repentina o incluso se destruyen bienes considerables y acumulados durante mucho tiempo, sobre todo en el caso del *potlach*, da a estas instituciones un aire de puro gasto dispendioso, de prodigalidad infantil [...] hasta se destruye por el placer de destruir. [...] Pero el motivo de esos dones y de esos dispendios desenfundados, de esas pérdidas y destrucciones enloquecidas de riquezas, en modo alguno es desinteresado, sobre todo en las sociedades con *potlach*. A través de esos dones se establece la jerarquía entre jefes y vasallos, entre vasallos y subalternos. Dar es manifestar superioridad, ser más, estar más arriba, *magister*; aceptar sin devolver o sin devolver más es subordinarse, es convertirse en cliente y en servidor, es volverse pequeño, caer más bajo (*minister*) (244-245).

³ «Esas prestaciones y contraprestaciones se realizan de forma más bien voluntaria, a través de presentes o regalos, aunque en el fondo sean rigurosamente obligatorias, a riesgo de desatarse una guerra privada o pública» (75).

El autor sugiere en varias ocasiones que la institución del don es un progreso del deseo de pacificación frente al furor bélico, un progreso civilizatorio que ha conseguido sustituir la guerra por el don y el comercio, algo que ve corroborado por ciertas tribus melanesias en las cuales el etnógrafo Thurnwald había observado la facilidad con la que pasan «de la fiesta a la batalla» (256). En este punto, Mauss se opone a la visión evolutiva que dominaba en su tiempo la historiografía económica: se consideraba el intercambio como una suerte de presupuesto universal, y se creía que las sociedades habían comenzado practicando la forma más «primitiva» de comercio, el trueque, y desde ahí habían evolucionado, primero hacia la compra-venta directa, y después hacia la venta a plazos y el crédito. Mauss, por el contrario, entiende que el *potlach* no presupone otras categorías económicas, sino que, al contrario, es el núcleo originario de todas ellas y la base de toda relación socioeconómica, incluidos el contrato individual y las formas monetarizadas del mercado. El *potlach* no implica el intercambio, sino que todas las formas de intercambio presuponen el don: «La evolución no hizo pasar el derecho de la economía del trueque a la venta y ésta del contado al plazo. Fue sobre la base de un sistema de regalos hechos con devolución a plazo como se edificaron, por un lado, el trueque —por simplificación, por aproximación de tiempos antes separados— y, por otro lado, la compra y la venta, ésta a plazo y al contado, y también el préstamo» (146).

Pero esta misma hipótesis —el carácter originario del don— es, para Mauss, el indicio de que toda economía (entendida como relación social) depende de un principio que no es de naturaleza económica y que «no tiene nada de mercantil»: la impugnación del cálculo mercantil está probada por los ciclos de acumulación y despilfarro (se acumula *para* despilfarrar), y en ellos se pone de manifiesto un componente religioso: «Esta economía tan rica está aún llena de elementos religiosos: la moneda tiene un poder mágico y sigue ligada al clan o al individuo» (240). Son, nos recuerda, textos antiguos de sabiduría religiosa los que han conservado las fórmulas canónicas del contrato, tanto en latín (*do ut des*) como en sánscrito (*dadami se, deht me*), y en ese sentido nos permiten pensar el don en la órbita del sacrificio, que no deja de ser una donación que necesariamente debe ser devuelta. La mención del principio «religioso» como fundamento de la relación social va, como hemos visto, ligada al ingrediente *mágico* de la transacción. En este punto, la argumentación de Mauss remite a su otra gran obra reconocida, el «Esbozo de una teoría general de la magia», que había aparecido en el número correspondiente a 1901-1902 de la misma revista en la que se publicó el *Ensayo, L'Année sociologique*. Esta teoría, que no podemos aquí más que evocar, gira en torno a una noción que se encuentra en las sociedades de cultura oral de la Melanesia y la Polinesia, y que designa con el término *mana* «una muchedumbre de ideas», entre las que se encuentran el poder del hechicero, las cualidades mágicas de algunos objetos y a veces el objeto mágico en su totalidad, la condición de lo que está poseído por un encantamiento y también la capacidad de actuar mágicamente, de tal manera que el propio término puede actuar según los casos como sustantivo, como adjetivo y como verbo:

La idea de *mana* es una de esas ideas problemáticas de las que creemos habernos desembarazado y que, en consecuencia, apenas si podemos concebir. Es oscura y vaga y, no obstante, su uso está extrañamente determinado. Es abstracta y general y sin embargo plenamente concreta. Su naturaleza primitiva, es decir, compleja y confusa, nos impide hacer de ella un análisis lógico, y hemos de contentarnos con describirla. [...] El *mana* es lo que confiere valor a las cosas y a las personas, valor mágico, valor religioso e incluso valor social. La posición social de los individuos está en razón directa de la importancia de su *mana*, especialmente su posición en la sociedad secreta; la importancia y la inviolabilidad de los tabús de la propiedad dependen del *mana* del individuo que los impone. La riqueza se supone efecto del *mana*; en algunas islas, la palabra *mana* designa también el dinero.⁴

¿Cómo hemos de habérmolas con este concepto —se pregunta Mauss— nosotros, que no creemos en la magia, en la influencia de los hechizos? Nuestra imposibilidad de creer en ello, afirma el antropólogo, deriva del hecho de que sería una creencia absurda desde el punto de vista de una psicología individual como la nuestra. Pero deja de serlo cuando entramos en el terreno de la «psicología colectiva», de algo semejante al «alma de la comunidad». Y con esta noción, desligada ya del término concreto que la expresa en esas lenguas de Oceanía, Mauss va recorriendo una gran cantidad de sociedades, hasta identificarla prácticamente con la idea de lo sagrado. Y es esta idea la que recupera en el *Ensayo* cuando observa los «dos elementos esenciales del *potlach*: [...] el del honor, del prestigio, del *mana* que confiere la riqueza, y el de la obligación absoluta de devolver esos dones a riesgo de perder ese *mana*» (83). Mientras que el intercambio contractual puede sugerir una disolución de la relación cuando las cláusulas del contrato se han cumplido y los contratantes se consideran «satisfechos» por la equivalencia entre lo dado y lo recibido (y en esa medida «desligados» el uno del otro), el *potlach*, al instaurar un desequilibrio permanente, no permite nunca dar por clausurada la relación: los subgrupos se sienten permanentemente en deuda entre ellos y, mediante esa deuda, imbricados en una relación que no puede darse nunca por acabada. Mauss apela aquí a la magia (utilizando el término nativo *hau* como una especie de concreción del *mana* en el terreno del intercambio) como única explicación de este constante ir y venir de las cosas y de los hombres que mantiene viva su mutua implicación en la comunidad: si es preciso devolver (y recordemos que, según Mauss, «la obligación de devolver es el todo del *potlach*») es porque las cosas que se regalan conservan el espíritu del donante, su *mana*, cuya influencia sigue ejerciéndose a través de ellas, y por lo tanto resultaría peligroso retenerlas, «como si entre los clanes y los individuos hubiera un constante intercambio de una materia espiritual que incluye cosas y hombres, repartidos en rangos, sexos y generaciones» (94). La circulación de esta «energía espiritual» es, pues, el secreto del don y de sus obligaciones asociadas, y lo que mantiene unida a la sociedad con un vínculo renovado en cada acto de regalo y de devolución, a la vez que lo que inhibe su destrucción completa en la guerra. Y es, además, lo que permite pensar el *potlach* como un «hecho social total» o como un «sistema de prestaciones totales», es decir, como un movimiento en el cual las obligaciones contraídas afectan sin exclusión a *todos* los miembros del clan, a la sociedad en su conjunto.

EL DON COMO ACTO REVOLUCIONARIO

02

Avancemos aún otros pocos años, hasta 1933, para encontrar una de las primeras grandes repercusiones del *Ensayo* de Mauss: el artículo «La noción de derroche», de Georges Bataille, que sería el germen de su gran obra del período, *La parte maldita*.⁵ Se ha dicho de este texto que es la interpretación «más violenta» de todas las que se han hecho del escrito de Mauss, en el doble sentido de que está habitado por la radicalidad política que en esos años dominaba el trabajo teórico de Bataille, y de que en buena medida «violenta» el argumento de Mauss para ponerlo al servicio de sus propios intereses. Siendo esto aproximadamente cierto, no puede negarse que el *Ensayo* tenía ya en su origen una intención política, la del socialismo reformista en el que militaba su autor (sobre la que volveremos más adelante), que se

⁴ Mauss, «Esquisse d'une théorie générale de la magie», en *Sociologie et anthropologie*, G. Gurvitch (ed.), PUF, París, 1950. Citaremos esta obra siempre por la edición electrónica de Jean-Marie Tremblay en la Biblioteca Paul-Émile-Boulet de la Universidad de Quebec en Chicoutimi, http://classiques.uqac.ca/classiques/mauss_marcel/socio_et_anthro/1_esquisse_magie/esquisse_magie.html, pág. 77. Trad. cast. de Teresa Rubio, *Sociología y antropología*, Editorial Tecnos, Madrid, 1971.

⁵ «La notion de dépense», en *La Critique sociale*, 7 (enero de 1933), recogido después en *La Part maudite*, Les Éditions de Minuit, París (trad. cast. de Johanna Givanel, *La parte maldita*, Edhasa, Barcelona, 1974). En las traducciones habituales, «*dépense*» se vierte simplemente como «consumo» o «gasto» (lo cual es correcto), pero, obviamente, el uso que Bataille hace de este término se dejaría traducir mejor como «gasto improductivo», «derroche» o, incluso, «pérdida», y en lo que sigue utilizaremos alternativamente estos términos.

expresa en dos aspectos que llamaron inmediatamente la atención de Bataille: *por una parte*, la crítica de lo que Mauss denomina «la economía natural del utilitarismo», es decir, del programa ideológico que pretende explicar toda conducta social en función del principio de utilidad («Hemos visto en varias oportunidades hasta qué punto toda esa economía del intercambio-don estaba lejos de entrar en el marco de la supuesta economía natural del utilitarismo. Esos fenómenos [antiguos y subsistentes en nuestras costumbres actuales] escapan a los esquemas que suelen dar los pocos economistas que quisieron comparar las distintas economías conocidas. [...] Por otra parte, felizmente aún estamos lejos de ese cálculo utilitario y gélido constante. Habría que analizar [los gastos que hacemos]. ¿Cuántas necesidades satisfacemos? ¿Y cuántas tendencias satisfacemos que no tienen como fin último la utilidad?», 248); y, *por otra parte*, vinculada a lo anterior, la crítica de la reducción del hombre a «animal económico» («Fueron nuestras sociedades occidentales las que, muy recientemente, hicieron del hombre un “animal económico”. Pero no todos somos aún seres de ese tipo. Entre nuestras masas y nuestras élites, el gasto puro e irracional es una práctica corriente; aún es característico de ciertos fósiles de nuestra nobleza. [...] Durante mucho tiempo, el hombre ha sido otra cosa, y no hace mucho que es una compleja máquina de calcular»).

Bataille se sitúa, ciertamente, en una perspectiva más radical que la de Mauss, una perspectiva *grosso modo* marxista (aunque de un marxismo profundamente heterodoxo, como lo fueron todas sus «tomas de partido» políticas, filosóficas y estéticas) y, en ese sentido, «revolucionaria»: si Mauss quería investigar a través del *potlach* el fundamento y la naturaleza del vínculo social en general, Bataille busca denodadamente en la antropología del don el «punto de apoyo» para una sublevación contra el mundo moderno, que habría pervertido enteramente ese vínculo. En las primeras líneas de *El capital*, Marx describía la sociedad contemporánea como «una inmensa acumulación de mercancías»; y, aunque esto parecería significar «una inmensa acumulación de riquezas», en ese cúmulo de valor (de cambio) se encierran también el dolor y la pobreza de los millones de hombres que han sido sus productores y que nunca podrán adquirirlas. Y Bataille entrevé ahí una forma de indigencia aún más grave que la extorsión del plusvalor, que el marxismo considera característica del trabajo industrial. La conversión del mundo en mercancía supone para Bataille un empobrecimiento sustantivo de lo humano, y no solamente una forma clasista de explotación. El autor de *La parte maldita* no comparte con los fundadores del marxismo la euforia con la que celebraban, en el *Manifiesto comunista*, el hecho de que en la sociedad moderna «todo lo sagrado» fuera «profanado» y de que el halo de religiosidad que confería valor a ciertas profesiones y respeto a ciertas acciones se ahogara «en las aguas heladas del cálculo egoísta» y del pago al contado. Para Marx y Engels, la disolución «burguesa» del aura de lo sagrado era bienvenida porque «simplificaba» y potenciaba la lucha de clases; para Bataille, en cambio, es la desaparición de lo sagrado lo que permite y provoca la transformación del mundo entero y del hombre mismo en mercancía, lo que convierte a toda persona y a toda cosa en mera disponibilidad ilimitada. Y la lucha contra esa mercantilización sólo puede pensarse, a sus ojos, en el horizonte de alguna clase de «retorno de lo sagrado». Tras la lectura del *Ensayo sobre el don*, Bataille llegará a identificar el «derroche» del que hablaba Mauss con el corazón de una lógica y de una moral «alternativas», que se contraponen punto por punto a la lógica de la acumulación comercial, industrial y financiera, y a la ética protestante del ahorro que Marx había hecho objeto de sus sarcasmos en *El capital* y cuya afinidad con el capitalismo había estudiado Max Weber en sus ensayos de sociología de la religión. Es justamente en ese acto de desprecio de la acumulación y del ahorro que supone el *potlach* (y que hoy se nos aparece como una destrucción de la «riqueza» que contraviene la razón utilitarista del *homo œconomicus*) donde Bataille ve el auténtico mecanismo de producción de valor, de verdadera riqueza y de sacrificio (en el sentido literal de *sacer facere*, de convertir algo en sagrado), pues las cosas así dilapidadas se vuelven sagradas en la medida en que se sustraen esencialmente al orden de la circulación mercantil

y el intercambio y se ubican, si queremos decirlo en palabras de Kant, en la categoría de lo que no tiene *precio* (pues no hay equivalente alguno con lo que pueda comprarse), sino *dignidad*. Y ello incluso aunque, en esos delirantes festines auto-destructivos descritos por Mauss, la producción del «valor» comporte la devastación de la *cosa* misma en cuanto cosa (o sea, en cuanto útil). Lo sagrado (que Mauss habría llamado «*mana*») es justamente lo que no puede convertirse en mercancía, lo que señala un límite a la infinita disponibilidad y al cálculo economicista. Puede ser *dado* o *aceptado*, regalado, robado o devuelto, pero nunca comprado ni vendido. La Reforma protestante habría sido, entonces, no tanto un acontecimiento religioso como la sepultura histórica de lo sagrado.

La Reforma protestante es lo más cínicamente contrario al espíritu del sacrificio religioso, que continuaba, antes de ella, justificando el inmenso consumo improductivo y el ocio de todos aquellos que podían elegir libremente su vida. [...] Si volvemos al sentimiento de los grandes reformadores, puede decirse incluso que, al llevar hasta sus consecuencias extremas una exigencia de pureza religiosa, destruyeron el mundo sagrado, el mundo del consumo improductivo, y entregaron la tierra a los hombres de la producción, a los burgueses.⁶

¿Cómo recuperar ese «valor» en las sociedades industriales?
¿Cómo encontrar una laguna de «don» en el desierto infinito del comercio?

Pero ¿cómo recuperar ese «valor» en las sociedades industriales? ¿Cómo encontrar una laguna de «don» en el desierto infinito del comercio? La enemistad de Bataille hacia la burguesía no es del tipo de la que le profesaban Marx y Engels (una enemistad «de clase» que no ocultaba su profunda admiración por los burgueses en su fase histórica revolucionaria, como la que se tiene hacia un enemigo al que se respeta), sino que se parece más bien a la que sentían los aristócratas destronados por la democracia en el siglo XVIII: lo que reprocha al mundo burgués es que en él los poderosos carecen justamente del atributo del poder por excelencia, que se pone de manifiesto en el *potlach* y que acabamos de llamar «dignidad» (como emblema de lo que no admite intercambio ni compra-venta, de lo que no puede convertirse en mercancía, de lo «sagrado» en sentido no eclesiástico-confesional), algo que sólo se adquiere a fuerza de *dar*, de «derrochar», y que se pierde justamente en la medida en que se acumula y se ahorra. En cambio, el retrato tópico del burgués (*sine nobilitate*) es el de un frío calculador que contabiliza cada céntimo y cuya bestia negra es justamente la dilapidación, el despilfarro. En cierta manera, Bataille ve la sociedad moderna como una *subversión* de la genuina jerarquía social, en la que los auténticamente poderosos no son los que ocupan los puestos de mando, sino quienes están expulsados del poder por caer fuera de la órbita del principio de utilidad y de la economía del ahorro: «A este respecto, la sociedad actual es un inmenso simulacro en el cual esta *verdad* de la *riqueza* ha pasado solapadamente a la *miseria*. El verdadero lujo y el profundo *potlach* de nuestro tiempo corresponden al miserable. [...] Un lujo auténtico exige el perfecto desprecio de las riquezas, la triste indiferencia de quien rechaza el trabajo y hace de su vida, por una parte, un esplendor infinitamente arruinado y, por otra, un insulto silencioso a la mentira laboriosa de los ricos. [...] La mentira entrega la exuberancia de la vida a la sublevación».⁷ Estas aclaraciones bastan para entender hasta qué punto Bataille consideraba el don (no con la ingenuidad de quien pudiera pensarlo exclusivamente en términos de desinterés o de altruismo, sino con toda la complejidad que en él había descubierto Mauss) como la acción revolucionaria por excelencia, la principal rebelión contra la sociedad burguesa

⁶ *La parte maldita*, págs. 172-173.

⁷ *Op. cit.*, págs. 119-120. En un principio, Bataille considera el «sacrificio» de la clase obrera convertida en sujeto revolucionario como el gran don con consecuencias políticas («la lucha de clases resulta, por el contrario, la forma más grandiosa de despilfarro social cuando es reanudada

y desarrollada, ahora, por cuenta de los obreros, con una amplitud que puede amenazar la existencia misma de los amos», pág. 43), aunque poco a poco sus «esperanzas» se irán trasladando desde la clase obrera hacia lo que solía llamarse el «lumpenproletariado».

y su más temible enemigo. Con ello se apartaba de todas las ortodoxias marxistas vigentes y escuchaba otra voz que cada vez sería más decisiva en su pensamiento, y que de algún modo constituye la clave «secreta» de la lectura que hace de Mauss y de la peculiaridad de su complicada militancia izquierdista. En 1972, Deleuze y Guattari sacaban a la luz este secreto con gran pertinencia, nombrando con todas sus letras la distancia que separaba a Bataille de Mauss (e incluso de Marx):

El gran libro de la etnología moderna no es tanto el *Ensayo sobre el don* de Mauss como la *Genealogía de la moral* de Nietzsche, o al menos así debería ser. Porque la *Genealogía*, en su segunda disertación, es una tentativa y un logro inigualable en la interpretación de la economía primitiva en términos de deuda, de la relación acreedor-deudor, eliminando toda consideración de intercambio o de interés «a la inglesa». [...] Nietzsche maneja un material pobre, el antiguo derecho germánico y algo de derecho hindú. Pero, a diferencia de Mauss, él no duda entre el intercambio y la deuda (tampoco lo hará Bataille, de acuerdo con la inspiración nietzscheana que le guía).⁸

La distancia se llamaba, en efecto, Nietzsche (que tuvo en Bataille a uno de sus más influyentes lectores franceses). Nietzsche había utilizado sus conocimientos filológicos e históricos para rastrear hasta la «prehistoria de la humanidad» los orígenes de la racionalidad occidental, siguiendo la pista de lo que él llamaba «voluntad de poder» (en un sentido de «poder» que sin duda está relacionado con las consideraciones recién escuchadas de boca de Mauss y Bataille a propósito de una forma de soberanía que no depende de la lógica de la ganancia y que a menudo la contradice), que el triunfo histórico del cristianismo habría «disimulado» y distorsionado, incapaz de soportar la franqueza con la que aún se expresaba en la Antigüedad. En nombre de este «poder», redescubierto en los escritos de Mauss acerca del *potlach*, Bataille soñaba con «nietzscheanizar» la revolución comunista. Y este sueño tan improbable, antihistórico e inverosímil fue, sin embargo, lo que pareció hacerse realidad unos pocos años después de su muerte, en el rechazo de la sociedad de consumo que iluminó por unos días las calles de las grandes ciudades industriales en mayo de 1968, como un oasis intempestivo de don en el desierto ilimitado del intercambio mercantil. Deleuze y Guattari se propusieron escribir, en *El antiedipo*, la filosofía política de aquella revolución inédita que invocaba, como los textos de Bataille, *otra economía*, la economía del deseo, y que se conectaba a través del tiempo con esa *economía otra* de las sociedades sin Estado, movidas por otros índices distintos del Dow Jones, y de las que Mauss decía que lo que circula en ellas «es algo bien distinto a cosas útiles, [...] [una efervescencia económica] mucho menos prosaica que nuestras compras y ventas, nuestros alquileres de servicios o nuestros juegos en la Bolsa» (241). Unas sociedades que serían, por así decirlo, la prueba de que «otro mundo

⁸ Gilles Deleuze y Félix Guattari, *El antiedipo*, trad. Francisco Monge, Barral, Barcelona, 1973, págs. 224-225. Aunque no hay duda del lugar privilegiado que Nietzsche reserva, en la *Genealogía*, a la relación acreedor-deudor como fundadora de sociedad, en el texto de Nietzsche no se da la contraposición entre «deuda» e «intercambio» a la que se refieren los autores (hemos discutido este aspecto en *El cuerpo sin órganos*, Pre-textos, Valencia, 2011, págs. 243 y ss.). La «duda» (a la que se refiere esta cita) entre «intercambio» y «deuda» sí está en Mauss, a quien hemos escuchado utilizar la expresión compleja «intercambio-don» para subrayar esta ambigüedad. Hemos visto que Mauss defiende claramente el primado del don con respecto al intercambio contractual explícito, pero eso no significa que para él el don y el intercambio sean instituciones incompatibles y contradictorias

(de hecho, se esforzará hasta el final en encontrar el elemento de «don» que anida incluso en el intercambio más «frío»), como sí lo son para Bataille y para quienes continúan su tradición. Antes de Deleuze y Guattari, el fundador del situacionismo, Guy Debord, saludó como una forma de *potlach* (y, por lo tanto, en esta concepción, como un elemento de sublevación revolucionaria auténtica contra la lógica del capitalismo) la actitud evidenciada en algunos de los tumultos raciales del barrio de Watts de Los Ángeles durante la década de 1960, precisamente porque en ellos los amotinados que asaltaban las tiendas no se apoderaban de su contenido, sino que lo quemaban (de acuerdo con el lema que se hizo célebre en aquellos días, *Burn, baby, burn!*). Ver Guy Debord, *El planeta enfermo*, trad. Luis Andrés Bredlow Wenda, Anagrama, Barcelona, 2006.

(no basado en el intercambio mercantil) es posible». El derroche no es en ellas una forma sofisticada o primitiva de intercambio: si así fuera, ¿por qué ese empeño en expresar la circulación social como un don o un contradón, evitando toda impresión de «correspondencia» o «adecuación» entre lo recibido y lo devuelto? Se diría que esas sociedades otras *sí* conocen el intercambio, y precisamente por ello dedican tantos esfuerzos a evitarlo, a conjurarlo, a impedir que se imponga sobre las relaciones de alianza y filiación, destruyéndolas; es incluso por ello por lo que «el donante, para mostrar ostensiblemente que no espera ni siquiera un intercambio diferido, se coloca en la postura de aquel a quien se ha robado. [...] El robo es lo que impide que el don y el contradón entren en una relación de intercambio. [...] El deseo ignora el intercambio, *no conoce más que el robo y el regalo*».⁹ Si las reivindicaciones económicas fueron totalmente irrelevantes en las revueltas de mayo del 68 fue porque aquella revolución del deseo no era sólo una «crítica de la economía política», sino también, como se decía en los debates de la época, una crítica de la economía libidinal.

EL DON COMO ESTRUCTURA DEL INTERCAMBIO SIMBÓLICO



Mauss tampoco pudo intervenir en estas discusiones, porque murió en 1950. Y ese mismo año George Gurvitch preparó una publicación que reunía algunos de sus principales trabajos sociológicos y antropológicos (y en la que el *Ensayo sobre el don* ocupaba un lugar privilegiado), como homenaje al maestro y como consagración «oficial» de su papel de padre fundador de la etnología. La introducción científica al volumen se encargó a Lévi-Strauss, figura emergente de la antropología francesa cuyo prestigio era ya entonces internacionalmente reconocido. Esta brillante introducción, que está centrada en el *Ensayo sobre el don*, se sitúa en una perspectiva estrictamente científica y, al menos a primera vista, se aleja de la polémica ideológicamente cargada que hemos visto surgir en la transición de Mauss a Bataille. (¿El don se encuentra en el fondo de todo intercambio social como aquello que simboliza el vínculo comunitario aunque las sociedades industriales lo «disimulen»? ¿O por el contrario es lo que subvierte el intercambio y lo destruye, lo que revoluciona la lógica y la moral del mundo «burgués» y hace retornar lo sagrado que se había expulsado de él?) Nada de esta disputa parece presente en la argumentación de Lévi-Strauss, quien, después de pasar revista a los méritos del trabajo del maestro que justifican el carácter fundacional del *Ensayo* (que juzga equivalente, en el terreno de la antropología, a la revolución fonológica provocada por Trubetskói y Jakobson en la lingüística), señala críticamente sus deficiencias y ofrece una solución intelectualmente deslumbrante del problema que Mauss no habría logrado resolver, aunque de nuevo parece una solución alejada de la discusión acerca del don.

Lo que Lévi-Strauss encuentra «científicamente inaceptable» en el trabajo de Mauss es, por decirlo en dos palabras, su dependencia fundamental de la explicación consciente que los propios indígenas ofrecen de los resortes mágicos que *mueven* el circuito del don y el contradón. Se trata de esa idea que hemos mencionado en lo anterior, según la cual el *mana* o el *hau* («espíritu») que se oculta en las cosas intercambiadas es lo que fuerza tanto el don como su devolución. Si el don se explica por el *mana*, y el *mana* por la magia, que al no poder ser convalidada por el antropólogo se convierte en una creencia y se refugia en el dominio de lo psicológico,

nos negamos a seguir [a Mauss] cuando busca el origen de la noción de *mana* en otro orden de realidades distinto al de las relaciones que ayuda a construir: el orden de los sentimientos, las voliciones y las creencias, que son, desde el punto de vista de la explicación sociológica, o bien epifenómenos o bien misterios, pero en cualquier caso objetos extrínsecos al campo de investigación. Ésa es, en nuestra opinión, la razón por la cual una investigación tan rica, tan penetrante, se desorienta y conduce a una conclusión

⁹ Deleuze, Guattari, *op. cit.*, pág. 220.

decepcionante. A fin de cuentas, el *mana* no sería más que [como dice Mauss] «la expresión de sentimientos sociales que se han formado, ora de forma fatal y universal, ora fortuitamente, respecto de ciertas cosas, elegidas en su mayoría de forma arbitraria». Pero las nociones de sentimiento, de fatalidad, de lo fortuito y lo arbitrario no son nociones científicas. No aclaran los fenómenos que se trataba de explicar, sino que participan de ellos. [...] Nos arriesgaríamos a encaminar a la sociología por una vía peligrosa, y que podría incluso ser su perdición, si, avanzando en esa dirección, redujéramos la realidad social a la concepción que el hombre, aunque sea el salvaje, se hace de ella.¹⁰

Pero, por otra parte, si no es apelando a la psicología (y, además, a una psicología «colectiva»), ¿cómo explicar *antropológicamente* los fenómenos que los indígenas comprenden de esa manera (y, para empezar, el fenómeno del don)? En este punto, Lévi-Strauss hace un uso relevante de su hipótesis, mencionada al principio de este artículo, de que las «ciencias del hombre» deben ser capaces de decirnos algo sobre la naturaleza (social) del hombre en general, y no sólo sobre tal o cual sociedad o grupo humano particular. Por ello, su análisis parte ante todo del término «*mana*» (y de los que en otras lenguas de tradición oral pueden ser equivalentes a él, como «*orenda*» o «*wakam*»), cuya excesiva «amplitud lingüística» (verbo, adjetivo, sustantivo) había subrayado el propio Mauss. Esta vaguedad no es solamente la «extrañeza» que el etnógrafo experimenta hacia un fenómeno que los indígenas perciben como «mágico» o «espiritual» (y que él no puede compartir de ese modo), sino que designa algo que para ellos mismos es objetivamente desconocido o, al menos, mal conocido.

Lejos de tener que recurrir a conceptos con resonancias de Jung (como «psicología colectiva») o a la «mentalidad primitiva» postulada por Lévy-Bruhl para explicar la cosmovisión de los indígenas, el autor de *Tristes trópicos* aduce, para interpretar el sentido del *mana*, el uso corriente que en nuestras propias lenguas modernas hacemos de palabras como «bicho», «chisme», «trasto» o «cachivache» (en francés «*truc*» o «*machin*»): no son nombres propios de seres animados o inanimados, ni siquiera son nombres comunes o genéricos de una clase definida de cosas, sino que simplemente señalan un vacío en nuestro conocimiento, una incógnita que por el momento no estamos en condiciones de despejar; son palabras-comodín que obedecen a la necesidad de nombrar algo para lo que no tenemos un nombre, lo que implica una vacante o un hueco en el sistema de los objetos que rellenamos con un término neutro que designa simplemente algo así como la cosidad de las cosas en general (y que en la historia de la filosofía tiene un precedente ilustre, el «objeto = x» del que hablaba Kant para referirse a la objetividad indeterminada); desempeñan, en el juego del lenguaje, un papel análogo al de la casilla vacía en la «sopa de letras»: no tienen ningún significado definido, pero permiten el movimiento o la circulación en virtud de los cuales llegamos a asignar significados definidos a los términos que sí nos proporcionan conocimiento y que llenan de sentido nuestro discurso. Es casi inevitable que, a la hora de explicar estas curiosas expresiones (o los chocantes «objetos» que con ellas designamos), pensemos de nuevo en ese «objeto extraño» de Man Ray con el que comenzábamos estas líneas: no es un objeto conocido, sino una falla o un borrón en el universo de las cosas, y los términos con los que podemos designarlo (no sólo «chisme» o «cachivache», sino quizá incluso también «obra de arte») no son palabras ordinarias, sino una suerte de «símbolos algebraicos» que indican, por su parte, una carencia en el orden de los signos que se corresponde con

¹⁰ Claude Lévi-Strauss, «Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss», en Mauss, *Sociologie et anthropologie*, op. cit., pág. 39. Éste es, sin duda, uno de los preceptos centrales del estructuralismo levi-straussiano, que el autor recordará de nuevo muchos años después:

«A la zaga de las ciencias físicas, las humanas tienen que convencerse de que la realidad de su objeto no está por entero acantonada en el nivel donde el sujeto la percibe» (*Mitológicas IV. El hombre desnudo*, FCE, México, 1971, pág. 576).

el hueco abierto en el orden de las cosas. Palabras que, a fuerza de nombrar cualquier objeto, nombran en realidad el *objeto cualquiera* que no puede existir como tal (porque no es ningún objeto definido), pero cuya sombra fantasmal, infinitamente móvil y no susceptible de ser fijada objetivamente, es la clave que gobierna la circulación de los objetos; y palabras que, precisamente por ocupar el lugar de cualquier palabra, deletrean esa *palabra cualquiera* que contiene la esencia misma del lenguaje.

Y es que en la esencia del lenguaje está el hecho, que Lévi-Strauss sitúa en el origen de esta compleja herramienta semántica, de que la palabra introduce en el mundo una situación completamente nueva con respecto al reino psicofísico-biológico de la naturaleza. Como Saussure nos recordaba en el *Curso de lingüística general*, el lenguaje es una realidad cuyos componentes sólo tienen sentido en la relación que mantienen entre sí: es imposible comprender el funcionamiento de uno de sus elementos sin comprender el sistema que los reúne en un todo. Y esta propiedad, obviamente, se extiende a todo el territorio dominado por el lenguaje, a todo el ámbito de lo simbólico y, en definitiva, al conjunto de la cultura, pues también aquí habría que repetir que no es posible entender tal o cual ingrediente de una cultura y, en definitiva, de una sociedad sin tomar en cuenta sus relaciones con el conjunto de significaciones en las cuales adquiere sentido. Aunque el aprendizaje de una lengua sea necesariamente «progresivo», la lengua misma no puede serlo, sus elementos no pueden aparecer paulatinamente, sino todos al mismo tiempo y de una sola vez. Lévi-Strauss formula esta situación como un «desequilibrio» o una «inadecuación» originaria entre el significante (que siempre se da con exceso, en esa totalidad cerrada de relaciones intrínsecas) y el significado, que sólo puede conquistarse poco a poco gracias a la técnica y a la ciencia.

El universo ha significado mucho antes de que se comenzase a saber lo que significaba. [...] Ha significado, desde el principio, la totalidad de lo que la humanidad puede esperar conocer. [...] El hombre dispone desde su origen de la totalidad del significante, que le fuerza a buscar un significado, dado como tal sin ser empero conocido. Hay siempre una inadecuación entre ambos, [...] que da como resultado la existencia de un exceso de significante con respecto a los significados sobre los que puede fijarse. En su esfuerzo para comprender el mundo, el hombre dispone siempre, pues, de un excedente de significación (que reparte entre las cosas de acuerdo con las leyes del pensamiento simbólico que los lingüistas y etnólogos han de estudiar). Este reparto de una ración suplementaria —por así decirlo— es absolutamente necesario para que, finalmente, el significante disponible y el significado determinado permanezcan entre ellos en la relación de complementariedad que es la condición misma del ejercicio del pensamiento simbólico. [...] Este *significante fluctuante* [...] es la servidumbre de todo pensamiento finito (pero también el garante de todo arte, de toda poesía, de toda invención mítica y estética), aunque el conocimiento científico sea capaz, si no de colmarlo, al menos de disciplinarlo parcialmente.¹¹

La mayor parte de los lectores de Lévi-Strauss, incluso los que más han elogiado esta reflexión suya, la han considerado una posición teórica propia del estructuralismo (cosa que sin duda alguna es), pero la han desgajado de su marco de referencia, el *Ensayo sobre el don* de Mauss. En concreto, se ha dado por sentado que, en cuanto a la «duda» o a la «disputa» que hemos visto nacer entre Mauss y Bataille (¿es el don una forma de intercambio que tiende al equilibrio, o es una transacción de otra naturaleza cuyo centro insobornable es la gestión de una deuda no susceptible de ser saldada?), la postura de Lévi-Strauss consistía en pronunciarse a favor de lo que Mauss llamaba (peyorativamente) la «economía natural del utilita-

¹¹ Lévi-Strauss, *op. cit.*, págs. 41-42.

¿Es el don una forma de intercambio que tiende al equilibrio, o es una transacción de otra naturaleza cuyo centro insobornable es la gestión de una deuda no susceptible de ser saldada?

rismo», como si el secreto del *potlach* estuviese en el ideal de una equivalencia entre lo dado y lo recibido, entre lo recibido y lo devuelto.¹² Y se ha pensado que esta reflexión nada tenía que ver, en lo esencial, con sus observaciones sobre la «inadecuación» originaria de todo lenguaje a la que acabamos de referirnos. Es asombroso que no se haya sabido ver que la «estructura» que describe Lévi-Strauss como definidora del «pensamiento simbólico» es exactamente la del don: (1) se caracteriza por un «desequilibrio» (siempre hay un *exceso* de significante y un déficit de significado, pues éste viene «*dado* sin ser empero conocido»), por un dar más de lo que puede en rigor recibirse, de tal modo que (2) el exceso siempre debe devolverse a la estructura para que ésta pueda seguir funcionando, y todo ello (3) sin que quepa nunca pensar que el desequilibrio puede ser compensado, que puede haber una equivalencia perfecta entre significante y significado, ya que la existencia de ese desequilibrio es «la servidumbre de todo pensamiento finito» (sólo un Dios podría, dice Lévi-Strauss, equilibrar perfectamente el significante y el significado y reducir a cero el déficit). Si restituimos el razonamiento de Lévi-Strauss al lugar que ocupa en su artículo, veremos inmediatamente ese vínculo que parecía perdido: Mauss explicaba el don por el *mana*, y a su vez el *mana* por la «psicología colectiva» del pensamiento mágico de los nativos; Lévi-Strauss no objeta el primer paso del argumento de Mauss (que el don remite al *mana*), pero propone otra explicación del *mana* que ya no dependa de la percepción subjetiva de los implicados en la institución, sino de la estructura objetiva de la sociedad a la que pertenecen, y en esa medida el *mana* se convierte en un «valor simbólico cero, es decir, un signo que señala la necesidad de un contenido simbólico suplementario con respecto al que ya ostenta el significado, pero que puede ser un valor cualquiera, a condición de que forme parte aún de la reserva disponible»,¹³ en el mismo sentido en el que Jakobson hablaba de un «fonema cero» que no se opone a otro fonema (como sí sucede con cualquier fonema propiamente dicho), sino solamente a la ausencia de fonema. Los tres elementos que Mauss reconocía en la estructura del *potlach* (la obligación de dar, la obligación de recibir y la obligación de devolver) aparecen ahora como los elementos mismos del pensamiento simbólico descritos por Lévi-Strauss: la obligación de dar corresponde a ese significante fluctuante o suplementario, ofrecido como una donación que es «gratuita» precisamente en la medida en que excede al significado realmente disponible en términos de conocimiento, como si lo simbolizado por el don fuera ese superávit de significante o esa palabra-comodín que no remite a ningún objeto sino a la condición de objeto en general, a la «cualquieridad» de los objetos sociales; por otra parte, la obligación de recibir (el hecho de que el «regalo» no pueda nunca ser rechazado) corresponde a la necesidad de mantener viva la estructura, es decir, esa «relación de complementariedad» entre significante y significado «que es la condición misma del ejercicio del pensamiento simbólico», y, finalmente, la obligación de devolver, y de hacerlo también con exceso, representa la imposibilidad de todo pensamiento finito para cerrar de una vez por todas el círculo (para saldar definitivamente la deuda, si quiere decirse así) y alcanzar la equivalencia entre significante y significado, la necesidad de mantener siempre abierta la estructura mediante el desequilibrio que representa la casilla vacía o la palabra-comodín que garantiza la circulación del sentido.

12 Éste es el caso, entre otros, de Gilles Deleuze, que había valorado muy positivamente el argumento de Lévi-Strauss en su *Lógica del sentido* (trad. Miguel Morey y Victor Molina, Paidós, Barcelona, 1989, «De la estructura»), pero que en la obra con Guattari antes citada, *El anti-dipo*, le acusa de haber hecho de la deuda «un medio indirecto para el intercambio universal. La cuestión que Mauss al menos dejó abierta (¿es primera la deuda con respecto al intercambio, o es una forma de intercambio, un

instrumento al servicio del intercambio?) parece cerrada por Lévi-Strauss de forma categórica: la deuda sólo es una superestructura, una forma consciente en la que se manifiesta la realidad social inconsciente del intercambio. [...] Si el intercambio está en el fondo de las cosas, ¿por qué es preciso que no parezca un intercambio de ningún modo? ¿Por qué hace falta que sea un don, o un contradón, y no un intercambio?» (*op. cit.*, pág. 219).

13 Lévi-Strauss, *op. cit.*, pág. 43.

Ciertamente, Lévi-Strauss *retira* el problema del don del terreno de la «economía primitiva» y de las «intenciones subjetivas» de los participantes en la institución (el ahorro o la dilapidación, la ostentación o la dominación), lo cual parece quitarle el mordiente directamente político y moral que parecía tener tanto en las pretensiones «reformistas» de Mauss como en las «contrarreformistas» y revolucionarias de Bataille, pero al hacerlo lo sitúa en un plano a la vez más universal y más fundamental: el don, como institución social estructural, aparece entonces como una forma (entre otras) de «gestionar» el exceso y el defecto que definen toda institución social y todo aparato simbólico, porque definen lo humano en cuanto implantación de un orden cultural que se distancia de la naturaleza y obedece a leyes propias. Y sitúa justamente en esa distancia irrellenable, en esa inadecuación que atestigua la finitud del pensamiento humano, la posibilidad de que aparezcan *regalos* como el de Man Ray, excedentes o suplementos, objetos extraños, novedades que trastornen el sistema de las palabras y el de las cosas, y que puedan producir nuevos sentidos en el orden del arte o en el de la ciencia y, por lo tanto, también en el de la sociedad.

EL DON COMO SECRETO DEL BIENESTAR COLECTIVO



La reflexión de Lévi-Strauss, por lo tanto, *profundiza* en la dirección señalada por Mauss (la investigación sobre la naturaleza del hombre como ser social), pero elimina de ella la dimensión *psicológica* que todavía dominaba el *Ensayo*, y con ella la idea de una «energía mágica» o espiritual (la que confiere o quita «poder», «soberanía» o «dignidad»), cuya circulación «religiosa» o sacrificial «explicaría» la persistencia del vínculo social. Sin embargo, al hacerlo también parece dejar de lado el elemento de «crítica social» que anidaba en el *Ensayo* (y que la lectura de Bataille exacerbó). La magia, o la constancia de un elemento «sagrado», irreductible a esa lógica mercantil, no sería entonces el signo de algo que las sociedades «primitivas» poseían y que las modernas parecen haber perdido (al menos superficialmente observadas), algo que tendría que ser descubierto por una indagación más penetrante o restaurado y reivindicado por una acción política e histórica revolucionaria, sino una expresión entre otras posibles de una debilidad constitutiva de la finitud humana que se encarna en el lenguaje y en toda manifestación social: la imposibilidad de «cuadrar las cuentas» entre el significante y el significado, entre la cultura y la naturaleza, entre el aparato simbólico que toda civilización inscribe en sus partícipes sociales (que siempre es una totalidad cerrada y sistemática) y las conquistas (necesariamente paulatinas y siempre insuficientes) que permiten, mediante ese aparato, producir un conocimiento efectivo de la realidad, que siempre será parcial y revisable. Bataille entendió bien que toda invención social (y, por lo tanto, también todo cambio político) encuentra sus condiciones de posibilidad en ese diferencial insuperable, pero lo que el ensayo de Lévi-Strauss niega es que alguna revolución o alguna posición política pueda reclamarla como suya o «explotarla» en exclusiva. La producción de «jerarquías» sociales descrita por Mauss, y que tanto fascinó a Bataille, la fabricación del «valor», sería solamente uno de los efectos posibles de esa distancia irrellenable entre lo que decimos y aquello de lo que queríamos hablar. Pero es evidente que una de las encarnaciones posibles de ese desequilibrio —y acaso la que más interesaba a Mauss— es la desigualdad social (la diferencia entre quienes tienen en exceso y se ven «obligados» a dar a otros, y esos otros que reciben el don); aunque Mauss subrayase la dimensión psicológica de esta operación (el modo en que perciben el don tanto los donantes como los receptores), está claro que la entendía como una manera de reducir esa desigualdad y, por lo tanto, de reforzar el vínculo social entre donantes y receptores. Y por este motivo se atrevía a conectar sus reflexiones sobre las remotas sociedades estudiadas en las páginas del *Ensayo* con la precisa coyuntura histórica que atraviesa el mundo occidental cuando Mauss está a punto de despedirse de él, y que se expresaba en declaraciones como ésta:

Gran parte de nuestra moral y de nuestra propia vida permanece en esa misma atmósfera donde se mezclan el don, la obligación y la libertad. Por suerte, aún no todo se clasifica en términos de compra y venta. Las cosas aún tienen un valor sentimental además de su valor venal y, de hecho, existen valores que son sólo de ese tipo. No tenemos una moral sólo de comerciantes. [...] En la actualidad, los antiguos principios reaccionan contra los rigores, las abstracciones y las inhumanidades de nuestros códigos. Desde este punto de vista, podemos decir que toda una parte de nuestro derecho en gestación y algunas costumbres más recientes consisten en dar marcha atrás (229-231).

[Mauss menciona] el reconocimiento de la propiedad artística, literaria y científica como un “don” que los creadores han hecho a la sociedad.

¿A qué «derecho» y a qué «costumbres» se refiere Mauss? Invoca cierta reacción contra la *insensibilidad* «romana y sajona»; menciona el reconocimiento de la propiedad artística, literaria y científica («más allá del simple acto de venta del manuscrito») como un «don» que los creadores han hecho a la sociedad y por el que ésta debe, de algún modo, compensarles, y se refiere al «gasto noble» de la tradición anglosajona, que considera a los ricos, «libremente y también de manera forzada», como «una especie de tesoreros de sus conciudadanos» (235), pero es evidente que su mirada está enfocada hacia lo que, desde la óptica de un socialista reformista como él, aparecía como el gran proyecto político de su tiempo, y que se relaciona con el derecho del trabajo: «El productor [...] vuelve a sentir —pero esta vez lo siente de manera intensa— que está intercambiando más que una [...] jornada de trabajo, que está dando algo de sí: su tiempo, su vida. Por lo tanto, quiere ser recompensado, aunque sea moderadamente, por ese don» (249). La idea es que el «ethos capitalista» del «a cada cual lo suyo» (no olvidemos que este proverbio, «*Jedem das Seine*», era la divisa que presidía la entrada al campo de exterminio de Buchenwald) no basta para *pagar el trabajo*, pues éste no es solamente el resultado de un acuerdo «libre» entre el propietario y el empleado, sino que implica un sacrificio personal para la creación de riqueza social. El «plusvalor», cuyo cálculo constituyó en otro tiempo el caballo de batalla de la querrela entre economistas marxistas y liberales, aparece aquí como la parte del valor creado por el trabajo que escapa, como les sucede a todos los regalos y dones, a toda posibilidad de cuantificación aritmética, que siempre parecerá «demasiado» o «demasiado poco» con respecto a ese valor cualitativo; un día de salario paga una jornada laboral, pero una vida entera de trabajo no puede pagarse con su precio correspondiente según el convenio entre propietario y empleado; de hecho, es un don que nunca podrá retribuirse con suficiencia. Y es esa concepción del don la que, según Mauss, inspira el programa político del «Estado del bienestar»:

Toda nuestra legislación sobre la seguridad social, ese socialismo de Estado que ya existe, está inspirada en el siguiente principio: el trabajador ha dado su vida y su trabajo a la colectividad, por un lado, y a sus patrones, por otro, y, si bien debe colaborar con el seguro, los que se han beneficiado de sus servicios no han saldado su deuda con él mediante el pago del salario, y el propio Estado, representante de la comunidad, debe ofrecerle, junto con sus patrones y su propia participación, cierta seguridad en la vida, contra el desempleo, contra la enfermedad, contra la vejez, contra la muerte (233).

Al elevar la reflexión sobre el don al nivel de universalidad en el que la sitúa Lévi-Strauss (la diferencia irreductible entre el exceso de significativo y la falta de significado es una deuda originaria que ninguna sociedad humana conseguirá nunca saldar), los elementos de una «moral política» del don no deben quedar, sin embargo, desactivados, sino que pueden recuperarse en otro registro y devolverse a las que probablemente fueron sus intenciones más genuinas: cómo el don puede mantener el lazo social en situaciones de desequilibrio o desigualdad. Algo de este trabajo de «recuperación» es lo que encontramos en el uso que del *Ensayo* de Mauss ha hecho ya en el siglo XXI el sociólogo Richard Sennett en su libro

El único modo de que el don, como institución social, pueda sostener el vínculo social consiste en que sus destinatarios puedan también devolver algo a cambio de él.

Respect in a World of Inequality (2003),¹⁴ que entre otras cosas es una prueba de la vitalidad de una obra que ya ha cumplido los noventa años. La «aplicación» por parte de Mauss de su «filosofía del don» a la sociedad moderna es tanto más significativa a los ojos de un lector de nuestros días, como Sennett, cuyo contexto histórico y sociopolítico es completamente diferente de aquél en el que Bataille, Lévi-Strauss o Deleuze leyeron a Mauss: de las miserias de la guerra y de la posguerra, y de la posterior «opulencia» de las sociedades de consumo de la década de 1960, de las delirantes construcciones ideológicas de los totalitarismos y de su «compensación histórica» mediante el «bienestar» político surgido del Estado social de derecho cuyo proyecto orientó los programas sociales de muchos países occidentales avanzados después de la segunda guerra mundial hemos pasado a una situación socioeconómica de precariedad, flexibilidad y dualización laboral (que la crisis financiera ha agravado) y a un «Estado del malestar» en el cual todas las instituciones públicas se encuentran en decadencia y en regresión hacia lo privado, temas ambos que habían constituido el objeto de investigaciones anteriores de Sennett. Releer a Mauss en estas nuevas circunstancias equivale, pues, a revisar el vínculo social creado por el «Estado del bienestar» en un momento en el cual este proyecto político se encuentra amenazado, cuestionado y desprestigiado, no solamente por las políticas llamadas «neoliberales», sino también por el «clientelismo» de los beneficiarios de la asistencia social.

De acuerdo con Mauss, puede entenderse, pues, el «Estado del bienestar» como una institucionalización del don que contribuye al reparto equitativo de esa «ración suplementaria» de la que hablaba Lévi-Strauss. El autor de *El respeto* comienza su referencia a Mauss señalando la ambigüedad del título del *Ensayo* (habitualmente traducido al inglés simplemente como *The Gift*, es decir, *El regalo* o *El don*), sobre la que no hemos dejado de insistir. Mauss no solamente señalaba que quienes dan obtienen, a cambio, «dignidad» o «respeto», sino también que el único modo de que el don, como institución social, pueda sostener el vínculo social consiste en que sus destinatarios puedan también devolver algo a cambio de él, incluso aunque no sean capaces de ofrecer un equivalente «monetizado». Están obligados a hacerlo para obtener ellos también «respeto» y «dignidad» ante sí mismos y ante los demás. Como acabamos de escucharle decir, los trabajadores que reciben el «don» que la sociedad les ofrece en forma de seguros sociales sólo pueden aceptarlo sin merma de su dignidad (es decir, como un derecho y no como una limosna) si consideran que, al recibirlo, se les está retribuyendo una donación previa, incalculable en términos contables, que es lo que Mauss entiende como «una vida entera de trabajo» entregada, al menos en parte, a la creación de valor social y, por lo tanto, a la sociedad como un todo. Cuando se retira de escena el papel del Estado como redistribuidor de la «ración suplementaria» y tiende a liquidarse el programa político de reducción de las desigualdades sociales, lo único que queda del don es la «asistencia a los necesitados» en términos de caridad compasiva; algo que sin duda puede mejorar el bienestar moral de los donantes, pero que hiere y rebaja la dignidad de los destinatarios de esa «ayuda humanitaria». En muchas ocasiones, en el actual contexto de erosión de los vínculos sociales que se deriva de la tendencia de las instituciones públicas a reducir sus redes de asistencia, se señala como un foco de esperanza y de progreso moral el crecimiento del voluntariado, es decir, de la actitud de aquellas personas que —como ciudadanos privados y en un contexto «no gubernamental»— dan su tiempo, su trabajo o su sangre a quienes lo necesitan «sin esperar nada a cambio». Ahí, en efecto, se subraya el carácter *psicológico* de la transacción: los donantes se ven impulsados a la generosidad por la motivación emocional que para ellos supone «conocer» (directamente o a través de información pública) la situación de déficit en la que se encuentran los necesitados. Pero esto mismo, es decir, el hecho de que el don se conciba como una transacción individual y privada que requiere la «motivación» psicológica de la ayuda mediante refuerzos sentimentales (llamando

¹⁴ Trad. cast. de Marco Aurelio Galmarini, *El respeto*, Anagrama, Barcelona, 2004.

La "buena voluntad" o la "generosidad" de algunos donantes privados ha de tener, para ser eficaz, la naturaleza de *servicio público*.

la atención públicamente, por ejemplo, sobre las carencias que padecen ciertos colectivos humanos), expresa, además de la «buena voluntad» de los donantes, la debilidad de su vínculo social con los receptores y, en definitiva, la debilidad de la sociedad como un todo. El voluntariado, viene a decir Sennett, es un remedio insuficiente contra las desigualdades creadas por una nueva complejidad social que exige algo más que la «amistad» y la «voluntad» de personas privadas bien intencionadas: exige lo que Sennett llama «una arquitectura de la simpatía».

Esta arquitectura no pueden proporcionarla exclusivamente la «buena voluntad» o la «generosidad» de algunos donantes privados, sino que ha de tener, para ser eficaz, la naturaleza de *servicio público*. Porque sólo en ese caso quienes ejercen la asistencia social pueden tener la plena seguridad de estar haciéndolo no como individuos privados, sino como servidores públicos; es decir, no como personas bienintencionadas (cuya generosidad no dejará de rebajar la dignidad de los receptores de la ayuda), sino como depositarios de cierto «saber hacer» social (lo que Sennett llama «*craft*») que es capaz de objetivar ese «don» no como una dádiva generosa, sino como la devolución (anónima y generalizada) a la sociedad de algo que previamente esa muchedumbre anónima le ha dado (la «vida de trabajo» a la que se refería Mauss). «La reciprocidad es el fundamento del respeto mutuo», dice Sennett, que describe cierta «ironía histórica» que ha caracterizado los desig-nios de la llamada «nueva izquierda», que se especializó en la crítica a las rígidas estructuras piramidales del «Estado asistencial» y al modo en que anulaban la auto-nomía personal: «Esperábamos que el desmantelamiento de la burocracia piramidal promoviera conexiones sociales más fuertes entre las personas. Teníamos una fe en la improvisación, en las relaciones sociales espontáneas más parecidas al *jazz* que a la música clásica. Pero, como se ha visto, el *jazz* social no aumenta la sociabilidad. [...] Mi generación se despertó enfrentada al mismo dilema al que se habían enfrentado sus mayores respecto de las relaciones sociales: que la buena voluntad, combinada con la improvisación —el *jazz* social— no crea vínculos». ¹⁵ La reflexión de Lévi-Strauss nos ha enseñado a ver en las relaciones sociales no solamente la creación de valores económicos, sino también la creación de sentido, la producción de significado, la posibilidad de otorgar una significación a nuestras vidas y de construir narraciones coherentes en las que podamos presentarnos, a nosotros mismos y a nuestros socios, como portadores de esa «dignidad» que la estructura comunitaria reparte al distribuir la ración suplementaria de sentido que nunca puede del todo cuantificarse ni contabilizarse, que nadie puede «apuntarse» como un tanto porque pertenece a la sociedad en su conjunto. Sennett cita al respecto a un discípulo de Mauss, Alain Caillé, que describía esta operación diciendo que, en nuestra vida social, estamos constantemente dando y recibiendo significados, creando y obteniendo sentidos que no pueden traducirse en términos de «equivalencia» cuantitativa de valores y que, en rigor, no pueden medirse. Estas «historias sin desenlace» definitivo que son las de los hombres como seres sociales son las que se encuentran cada vez más ame-nazadas por un mundo que promueve las transacciones simétricas del capitalismo flexible, en el cual las relaciones son siempre superficiales y breves.

El don es al menos una de las «medidas» del constante desequilibrio que se encuentra en permanente circulación mientras hay sociedad, y el reparto de la ración suplementaria es el mecanismo insustituible para que la haya. A diferencia de lo que creía Bataille, el despilfarro no es una lógica secreta que contradice y contrarresta la lógica del beneficio mercantil y del principio de utilidad (puesto que, como él mismo reconocía, el derroche que caracteriza a las sociedades modernas las situaría en el primer puesto de una competición mundial por el *potlach*), una fuente alternativa de «valores» sociales. La creación de valor, como la producción de significado, es siempre trabajosa, y el «exceso» del *potlach* no es más que la otra cara del defecto insuperable de nuestra menesterosidad, de la irremediable falta de sentido y de fundamento de la vida humana, que Lévi-Strauss llamaba finitud, pero que también podría llamarse, en palabras de Walter Benjamin, «pobreza de experiencia».

¹⁵ Sennett, *op. cit.*, pág. 260.

Cuando un jeque, en desafío con otro jeque, prende fuego a sus propios pastos o cosechas y degüella a sus diez mejores caballos, a sus cien mejores camellos, a sus mil mejores ovejas, para mostrar cómo él está por encima de su propia posesión y para hacerse así *más grande* que el otro, tampoco hay duda de que lo quemado, matado o destruido pasa automáticamente a generar valor: el dueño mismo recibe de la aniquilación voluntaria de su propia hacienda un aumento de valor prácticamente equivalente al que pudiese recibir de una gesta predatoria que pusiese en sus manos el botín de otra hacienda semejante: ahora «vale más», [...] pero ¿quién, a nuestro propósito, podría, tampoco aquí, decir ya una palabra unívoca sobre aquellos pastos dados a las llamas, sobre aquellas ovejas pasadas a cuchillo, sobre aquellos caballos cuyas carroñas hieden ahora en el silencio del desierto, ese mismo silencio que aún ayer rompían y alegraban con el lejano llamar y responder de sus relinchos? Nunca habrá univocidad acerca de estas cosas mientras el solo estar en el cuenco de la mano de un niño sea capaz de transfigurar o transformar ante nuestros propios ojos la más valiosa de las esmeraldas en algo no distinto de cualquier lindo guijarro pulido por el río.¹⁶

¹⁶ Rafael Sánchez Ferlosio, *Las semanas del jardín*, Alianza, Madrid, 1981 (reed. Destino, Barcelona, 2003), segunda semana.

BIOGRAFÍAS

Francisco Calvo
Serraller

Francisco Calvo Serraller es catedrático de Historia del Arte en la Universidad Complutense de Madrid y miembro de número de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando. Fue director del Museo del Prado en 1993-1994. Miembro fundador de la Fundación Amigos del Museo del Prado, pertenece a su patronato y es el responsable de sus actividades académicas. Ocupó la Cátedra Jorge Oteiza de la Universidad Pública de Navarra entre el 2007 y el 2012. Ha dirigido cursos sobre arte en importantes instituciones académicas de España y del extranjero. Colaborador habitual en temas de arte del diario *El País* desde su fundación, ha publicado artículos en prestigiosas revistas culturales nacionales e internacionales. Entre sus libros más relevantes pueden citarse *La teoría de la pintura del Siglo de Oro* (Madrid, 1981), *España: medio siglo de arte de vanguardia (1939-1985)* (Madrid, 1985), *Imágenes de lo insignificante* (Madrid, 1987), *Del futuro al pasado. Vanguardia y tradición en el arte español contemporáneo* (Madrid, 1988), *La novela del artista* (Madrid, 1990), *La imagen romántica de España. Arte y arquitectura del siglo XIX* (Madrid, 1995), *Paisajes de luz y muerte. La pintura española del 98* (Barcelona, 1998), *El arte contemporáneo* (Madrid, 2001), *La constelación de Vulcano. Picasso y la escultura de hierro del siglo XX* (Madrid, 2004), *Los géneros de la pintura* (Madrid, 2005), *Extravíos* (Madrid, 2011) o *La invención del arte español* (Barcelona, 2013). Fue codirector de la *Enciclopedia del Museo del Prado* (Madrid, 2006) y ha sido comisario de numerosas exposiciones en los museos del Prado, Reina Sofía, Palacio Real de Madrid, IVAM de Valencia, Museo Esteban Vicente de Segovia, Museo de Arte Moderno de la Villa de París, Museo Guggenheim de Nueva York y de Bilbao, Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid, etcétera.

Victoria Camps

Victoria Camps (Barcelona, 1941) es doctora en Filosofía y ha sido catedrática de Filosofía Moral y Política de la Universidad Autónoma de Barcelona, de la que actualmente es profesora emérita. Entre 1990 y 1993 fue vicerrectora de relaciones internacionales de dicha universidad. En 1993 fue elegida senadora por el PSC-PSOE. En el Senado presidió la Comisión de Estudio de Contenidos Televisivos y coordinó un informe sobre la calidad de la televisión pública. Ha sido miembro del Consejo Audiovisual de Cataluña del 2002 al 2008. Actualmente es presidenta de la Fundació Víctor Grífols i Lucas. También ha sido presidenta del Comité de Bioética de España y del Comité de Bioética de Cataluña, del que todavía es miembro. Ha sido profesora visitante de distintas universidades europeas y norteamericanas. Es doctora honoris causa por la Universidad de Huelva.

Su actividad docente e investigadora cubre un espectro amplio del ámbito filosófico. Ha investigado y escrito sobre el lenguaje, la ética, la política, la educación, la religión y la emancipación de la mujer. Fruto de dicho trabajo son sus libros *Virtudes públicas*, *Ética, retórica, política*, *Paradojas del individualismo*, *El siglo de las mujeres*, *Una vida de calidad*, *La voluntad de vivir*, *Crear en la educación*, *El declive de la ciudadanía* y *El gobierno de las emociones*. Ha coordinado una *Historia de la ética* en tres volúmenes. Su libro más reciente es *Breve historia de la ética*.

Ha sido galardonada con el Premio Espasa de Ensayo (1990), el Premio Internacional Menéndez Pelayo (2008) y el Premio Nacional de Ensayo (2012). También ha recibido el Premio al Mérito en la Educación de la Junta de Andalucía (1999) y la Medalla al Mérito Sanitario de la Generalitat de Cataluña (2010).

José Antonio
Marina

José Antonio Marina Torres (Toledo, 1939), filósofo, escritor y pedagogo español. Catedrático excedente de Filosofía y doctor honoris causa por la Universidad Politécnica de Valencia, ha obtenido numerosos galardones a lo largo de su trayectoria profesional, entre los que se encuentran el Premio Nacional de Ensayo, el Premio Anagrama de Ensayo, el Premio Giner de los Ríos de Innovación Educativa, el Premio de Periodismo Independiente Camilo José Cela, el Premio Juan de Borbón al mejor libro del año y la Medalla de Oro de Castilla-La Mancha. Su labor investigadora se ha centrado en la elaboración de una teoría de la inteligencia que comience en la neurología y termine en la ética. Su interés por la filosofía práctica lo ha llevado a emprender diferentes proyectos educativos, sociales y empresariales, que son una muestra de lo que investiga y defiende en su obra escrita. Fruto de este interés, ha puesto en marcha el movimiento Movilización Educativa y dirige la Fundación Universidad de Padres, un conjunto de proyectos que incluye la Universidad de Padres en línea, el proyecto pedagógico líder en *parenting*, que tiene por objeto ayudar a los padres en el proceso educativo de sus hijos. Es director del Centro de Estudios en Innovación y Dinámicas Educativas. Dirige la Cátedra Nebrija-Santander en Inteligencia Ejecutiva y Educación, para estudiar el modo de generar talento. Es miembro del Comité Científico de la Fundación Alcohol y Sociedad y mentor del área Filosofía del Talento y Educación para el Talento del Human Age Institute de ManpowerGroup.

José Luis Pardo

José Luis Pardo es catedrático de Filosofía de la Universidad Complutense de Madrid, donde actualmente dirige el proyecto de investigación «Inactualidad del hombre y actualidad del humanismo». Ha sido colaborador de publicaciones periódicas como (el viejo) *El Viejo Topo*, *Los Cuadernos del Norte*, *Revista de Occidente*, *Archipiélago* o *Claves de Razón Práctica*, y del diario *El País*. Traductor al castellano de autores de filosofía contemporánea como F. Jameson, G. Debord, M. Serres, E. Levinas, G. Agamben o G. Deleuze, es coautor y coordinador del volumen *Preferiría no hacerlo. Ensayos sobre Bartleby* (Pre-Textos, Valencia, 2000) y, junto con Fernando Savater, de *Palabras cruzadas. Una invitación a la filosofía* (Pre-Textos, Valencia, 2003). Ha dictado cursos y conferencias en diversas universidades e instituciones y, además de numerosos artículos y monografías en revistas especializadas, ha publicado entre otros los libros: *Transversales. Texto sobre los textos* (Anagrama, Barcelona, 1977), *La metafísica. Preguntas sin respuesta y problemas sin solución* (Montesinos, Barcelona, 1989; ed. aumentada en Pre-Textos, Valencia, 2006), *La banalidad* (Anagrama, Barcelona, 1989, ed. aumentada en el 2004), *Deleuze. Violentar el pensamiento* (Cincel, Madrid, 1990), *Sobre los espacios. Pintar, escribir, pensar* (Ediciones del Serbal, Barcelona, 1991), *Las formas de la exterioridad* (Pre-Textos, Valencia, 1992), *La intimidad* (Pre-Textos, Valencia, 1996, 2004^{2a}), *Estructuralismo y ciencias humanas* (Akal, Madrid, 2001), *Fragments de un libro anterior* (Cátedra de Poesía y Estética José Ángel Valente, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 2004), *La regla del juego. Sobre la dificultad de aprender filosofía* (Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2004, Premio Nacional de Ensayo), *Esto no es música. Introducción al malestar en la cultura de masas* (Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2007), *Nunca fue tan hermosa la basura* (Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2010), *Estética de lo peor. De las ventajas e inconvenientes del arte para la vida* (Pasos Perdidos, Madrid, 2011), *El cuerpo sin órganos. Presentación de Gilles Deleuze* (Pre-Textos, Valencia, 2011), *Políticas de la intimidad. Ensayo sobre la falta de excepciones* (Escolar y Mayo, Madrid, 2012) y *A propósito de Deleuze* (Pre-Textos, Valencia, 2014).

Copyright

© de los textos, sus autores
© de la fotografía de la página 46, © Tate, Londres, 2015, y © Man Ray Trust,
VEGAP, Barcelona, 2015

Diseño gráfico

Mucho - www.wearemucho.com

Revisión

Carlos Mayor (Barcelona Kontext)

DL

B 26674-2015

Fundación
Arte y
Mecenazgo



Obra Social "la Caixa"

Avda. Diagonal, 621
08028 Barcelona
www.arteymecenazgo.org
aym@arteymecenazgo.org
