

**La cultura *cuida*
la atmósfera para
la casa común
de la ciudad.**

Valores, proximidad y entusiasmo

Hay una cultura que ya no es cultura: es sólo entretenimiento. Es, hoy y tristemente, la que propone la mayoría de las Políticas Culturales fosilizadas tras veinticinco años de adoración absoluta a artistas ávidos de pasta, intelectuales de ideas pocas, arquitectos para la firma de lo único, políticos mediáticos, gestores en despachos de diseño... Fue.

Y hay una cultura –siempre la ha habido– que es cosa de ciudadanos: que es avance, es cambio, ideas para otra y mejor, crea atmósfera de sentido... Estuvo mal vista: cosa de hippies y progres del sesenta y ocho, cosa de barrios... Cosa de Centros Cívicos, estos espacios para el encuentro, la celebración y la transformación ciudadana. Hoy es esperanza. Está ahí con más fuerza. Felizmente.

Es la cultura con Responsabilidad Social, tan diferente de la cultura con Delirio Artístico. La cultura en la que, todavía, resuenan el eco del *cuidado del alma* de Sócrates, uno de los padres de la actual cultura europea y latinoamericana. Hoy lo traduzco como *cuidado de la atmósfera* en la que uno vive y todos compartimos: la vida personal en la casa común de la ciudad. El *cuidado* se suma a la gran propuesta délfica del *conócete a ti mismo*. Conocerse, pero, en los tiempos de las intensidades contrapuestas, no es suficiente: debemos cuidarnos.

La cultura del siglo XXI se inscribe aquí: en el cuidado atento e intencionado, de valor, para la atmósfera rebotante de sentido cívico, humano, de la vida y la ciudad. Lo cuento, en esbozo en mi libro *Se acabó la diversión. Ideas y gestión para la cultura que crea y sostiene ciudadanía*. Y lo explico, con pasión y vigor, en *La responsabilidad social en la cultura. Del Karaoke de las políticas culturales a la cultura con los ciudadanos*, en proceso de edición en la misma editorial. Con un largo apéndice sobre lo que no es cultura y es un atentado: *la irresponsabilidad social del Fórum Barcelona 2004*.

Hoy la cultura oficial –ya no lo es, insisto– cuida sólo a los artistas y demás corte del dinero público. Un escándalo.

Había una vez: la parábola de la Responsabilidad Social de la Cultura.

Había una vez un gerente recién doctorado en Políticas Culturales que bajaba de París con su corbata Hermés y su portafolio abultado por el Plan Estratégico para la Cultura que iba a montar en la ciudad. Pasó por los suburbios y, tras el cristal de su coche, contempló los barrios dormitorio, los jóvenes sin trabajo, los ciudadanos desencantados, los ojos sin horizonte para muchísimos, los inmigrantes usados... Pasó de largo. Y pensó que las Políticas Sociales tenían mucho por hacer. A él le esperaban grandes quehaceres: producir la Gran Exposición del Artista Único, firmar con el Arquitecto sublime el nuevo auditorio, reorganizar el Festival de Artes Avanzadas, convocar a los Inteligentes para el Plan Estratégico que dote a la ciudad de las Infraestructuras Inaplazables. Y, al final, llegar al sumum de las Políticas Culturales: constituirse en Político de Referencia. En la vida uno debe tener *grandeur*.

Poco después, pasó por el mismo sitio y contempló las mismas cosas una trabajadora para la cultura que venía de una pequeña ciudad donde había, tiempo ha, estudiado Animación Sociocultural y se había especializado en su universidad en Historia del Arte. Llevaba puesta su camiseta favorita: por un mundo mejor. Y en la mochila estaban sus últimas notas sobre las necesidades que preocupan a los ciudadanos hoy. Miró, entendió, bajo de la moto. Y se metió por las calles de lo urgente para una ciudadanía con sentido, cívica, cohesionada, creativa. Con el último dinero, compró una tienda de campaña. Y se instaló en la plaza pública para empezar a estar con lo próximo: con el prójimo. Con los diferentes. Con todos. Y, con ellos, pensar y construir una vida, una ciudad y un mundo mejor. En la vida uno debe ser responsable.

Es una parábola con más de dos mil años de historia. Tal vez de las pocas que contó, de viva voz, Jesús de Nazaret, el que murió abandonado por casi todos. Y un poco desesperado. Pero feliz: cumplió responsablemente. Y apostó por el prójimo. No por el Equipamiento del Templo. No estuvo por las Políticas de la Religión. Optó por el simple amar. Es su ****.

Una parábola para la cultura de hoy. Radical. Sobre las Masculinísimas Políticas Culturales, tan integradas en el mercado del vacío. Tan autosuficientes. Tan autoritarias. Tan ultraliberales. Y el servicio para la cultura. Tan femenino: acogedor. Responsable. Siempre desde los otros, diferentes: ciudadanos plurales, con vidas diversas. Siempre inquietos. Siempre empujando vida con sentido.

Que jamás se compra: se busca con voluntad decidida. Y se regala. Se desprende de encuentros cargados de trascendencia: de interrogantes, de horizontes. Que están en el teatro y la música. La pintura y la danza. Están en los debates con ideas. En las fiestas con causa. En los actos variadísimos. Cuando en ellos palpita, con inteligencia, los retos de la vida de ahora y mañana con un plus de inteligencia sobrecogedora. Cercana: la del creador que da la mano. Habla del silencio sonoro. Con voz de avance. De transformación. De luz en el claroscuro. Responsablemente: para la vida íntima y común espléndida. Es otra dimensión.

¿Extremismos? Cierto. Pero así está el asunto de la gestión de la cultura. Debemos ver la realidad. Por cruda, por dual que sea. Los ciudadanos, hace tiempo, están tocando las trompetas alrededor de los muros de museos, teatros, auditorios, festivales y demás parafernalias de las Políticas Culturales. Grandilocuentes. Tras los muros, los de siempre. Pocos. Y seguros de Su Verdad. Las trompetas tocan melodías de deserción, de tened presente nuestras vidas, de basta ya de pompas... Como siempre los ciudadanos van por delante de las Políticas Culturales. Incluso de las más avanzadas. ¿Qué quieren? Que los muros, que toda dominación, que todo dirigismo, que todo elitismo, que todo montaje de los de siempre y para los de siempre, se derrumben. O lo harán ellos: ya están en esta magnífica y responsable **** cuando apuestan por quedarse en casa o, genial, dan soporte a pequeñas organizaciones para la cultura con sensibilidad para lo que hoy les preocupa. Y sueñan. Por ejemplo, lo Centros Cívicos en los barrios, llenísimos de ciudadanos pluralísimos. Sedientos de encuentros de valor para la vida, de destellos para buscar ventanas, anhelantes de atmósfera de cultura que facilite sentido para el hoy. Estoy con ellos. Siempre lo he estado. Los de las corbatas Hermes y bolsos Gucci me producen urticaria: sus Políticas Culturales son ya sólo entretenimiento.

Dicen los psiqui franceses –a los que no escuchó nuestro doctor– que cada día atienden a más psicóticos en su consulta. Y están preocupados, como profesionales, por el futuro. Porque los tales no aceptan –Freud *dixit*– dar algo para formar parte de la ciudad. Funcionan *como si* fueran ciudadanos. Pero late *en sí* un delirio. Son gente que no duda. Gente, ciudadanos, obsesionados por la imitación. Por vestirse ideas que abandonarán con la misma rapidez con que se las ponen. No aceptan límites: el mercado del éxito lo ha proclamado. *Cosmopolitan*, la revista, lo proclama en una portada: *se tú, sólo que mejor*. Autocréate, en definitiva, sin límites.

Ciudadanos, montones, Pequeños Superman que se lanzan al vacío de lo Aparente y lo que Entretiene. Les fascina.

El capitalismo tardío nos vende que todo es posible para mí. Para ello presenta modelos: los famosos. Los famosos contruidos, Marionetas de la Nada. No gente, ciudadanos, hechos por sí mismos. Los famosos, hoy, son la autoridad. ¡Todos debemos parecernos a ellos! Para ayudarnos está la moda, la carta astral, las autoayudas instantáneas, las religiones a la carta. Móntatelo, nos dicen, *como si* no tuvieras límites. *Como si* tú solo te bastases. Así vivimos: en delirio. En psicosis.

¿Alarmante? No. Un síntoma, sólo. Muchos ciudadanos, crecientes, están preocupados por quiénes son para los otros. Les interesa cómo interactuar. Están por otro mundo y otra vida. Con los otros. Con los diferentes. Sumando. Intercambiando. Construyendo y manteniendo atmósfera de casa común habitable. Son muchos. Y van a más. A los jóvenes y mujeres, esto, les fascina. Felizmente. Y buscan organizaciones donde cuidarse, además de conocerse: organizaciones para la cultura que los cuiden. Y miden la vida cotidiana de la ciudad abierta al mundo. Una vida con todos, difícil hoy y apasionante.

Aquí está hoy el trabajo para la cultura. Aquí está nuestra motorista apeada en la complicidad de la vida: junto a los ciudadanos anónimos con necesidades y retos plurales. Algunos alarmantes por inhumanos. Trabaja con Responsabilidad Social: desde y con los ciudadanos, siempre. Nada sin ellos directamente. Le horroriza toda la farsa de la participación abstracta, estereotipada, desactivada. Amañada: ¡hay tanta!

Sabe –y así todos los días, todos los años– que la cultura con Responsabilidad Social, con los ciudadanos anónimos, es siempre una respuesta a las preocupaciones y diferencias del contorno entendido, debatido, recreado. La cultura siempre es a medida. Y, como un traje así, pide que preguntemos, que tomemos medidas amablemente, que probemos. Que conozcamos. Con paciencia y observación. Sólo desde aquí es posible trazar respuestas: crear, recrear, encontrar, reencantar, abrir, implicar... desde el ver, desde la grata urgencia de seguir viviendo y conviviendo en avance. En profundidad. Desde las experiencias de las artes y las ideas que nos cuentan historias, horizontes, futuros y presentes. Con propuestas para el aprendizaje incesante. Para el valor renovado. Historias/respuestas que recordamos. Leídas en los teatros. Y en las bibliotecas. En los Centros Cívicos. En los servicios. Historias/respuestas que interiorizamos: que nos contamos antes de ir a la cama. En los momentos de duda y para el avance personal y

común. Para un pasito más allá. Para el bien estar. Tan diferente del buen poseer. Bien estar/bien ser son valores. Bien poseer son cositas. A menudo ajuar funerario. Valores son opciones radicales. Apuestas. Cultura en acción: opción decidida y responsable por la liberación, la resistencia a los famosos como lo más, facticidad de lo que aplazamos, convivencia exultante, situación en lo real, existencia con preguntas. Sentido para la esperanza, pues, nos dice en cada servicio/propuesta para la cultura nuestra motorista apeada. Y nos lo dice desde la frugalidad: lo pequeño es hermoso. Y crea conciencia, modificaciones, conocimiento, criticidad, plenitud, diálogo, salto, acción, vida, siempre: cultura responsable para la vida responsable.

¿Alguien, responsablemente, da más? Bajó de la moto. Se enamoró del prójimo. Y compartió su vida, cuidándolo. Implicándolo en la atmósfera común resplandeciente. Porque la ciudad y la ciudadanía es patrimonio de todos y común: sentido común. Esperanza compartida. Esperanza consistentemente recreada.

Toni Puig
tpuigp@hotmail.com

La gestión responsable para la cultura con los ciudadanos

¿Qué gestión, pues?

¿Cuál es la característica, el trazo básico, de esta gestión? Escucha una y otra vez, constantemente y atentamente, a los plurales ciudadanos. Una organización para la cultura con Responsabilidad Social, gestiona la atmósfera para la cultura desde el saber que como organización pertenece a los ciudadanos. Y a nadie más. Los demás somos servidores. Venimos después: dos pasos atrás.

En el sector de las organizaciones para la cultura con los ciudadanos también estamos en tiempos de mutación, de pensamiento y acción lateral. Otra. Sabemos que debemos gestionar para que ocurran cosas: para que la cultura deje de ser algo para sólo entretener. Gestionamos para que vuelva a ser nuclear en la vida de todos: más vida en la vida a chorro.

La cultura es inspiración, es creación, es empuje de vida mejor. Espléndida. Con más humanidad. Con más felicidad. La cultura, para lograr todo esto, no debe ser pesada, académica, sosa. Debe emocionar. Debe estremecer. Debe apasionar. Debe, siempre, interrogar.

¿Imposible en demasiadas organizaciones para la cultura petrificadas, vampirizadas por directivos chupópteros mediáticos o de partidismo antediluviano, cavernícola? Sólo más difícil. Apostemos, en ellas, por un mayor liderazgo y empuje de políticos, presidentes, gestores, directivos y equipos inspiradores. Potenciamos a los contracorriente. Nada es imposible: innovación al límite, creatividad al límite. Con un toque de humor. Con una opción para que quienes están en las fronteras de las organizaciones, ahora estén en el motor. ¡Os asombrareis! No es alucine: es la manera como hoy gestionan las organizaciones para la cultura que los ciudadanos llenan. Hay colas.

En las organizaciones para la cultura de la vida ya no podemos permitirnos ninguna ortodoxia dogmática, ningún convencionalismo. Ninguna imposibilidad. Porque somos –o debemos ser- un semillero de ideas y apuestas para la cultura de los ciudadanos en tiempos complejos. En tiempos del triunfo del entretenimiento, el espectáculo y la diversión presentados como lo más para la cultura. ¡Socorro!

No. Y no. Somos un semillero de valor, de sentido, de interrogantes para el cambio positivo constante en la vida, la ciudad y el mundo. Somos respuestas. Somos invitación. Somos desasosiego. Somos más. Más en esperanza, democracia, vida llena, convivencia, creatividad, justicia social, sensibilidad... A menudo nadamos a

contracorriente. Porque sabemos que la cultura *sempre un po' piu lontano*, como afirma Corto Maltes y ha dado título a una de las expos de la Bienal de Venecia montada por mi amiga Rosa Martínez. La cultura facilita experiencias emocionantes para ir un poco más lejos en la vida cotidiana íntima y común: una constante constelación de propuestas para reinventar la vida y el mundo en la vida cotidiana personal y común.

Sabemos que cultura necesitamos, queremos, urgimos. Porque hemos preguntado a los ciudadanos. La hemos intuido en las sombras de sus vidas. En sus silencios. Y en sus sueños. En el claroscuro del vivir cotidiano. Y vamos a continuarla, incrementarla y sostenerla con ellos. Con una multitud. Con todos. O vamos a mejorarla, transformarla, darle un giro para que sea cultura para la atmósfera que hoy queremos respirar, compartida.

Esto es gestión.

Gestionemos para crear, para proponer, para fabricar –claro que sí-cultura: vida y mundo más visible. Y gestionémosla, en los tiempos de la tele complaciente y ya ofensiva, del mercado como gran cielo, con audacia, con un punto de amable a la contra. ¿Huelo a sesenta y ocho? Totalmente. La cultura se ocupa del sentido para los sistemas de vida que queremos. ¿Cuáles? ¿Desde qué sentido? Apasionante.

Debemos gestionar para que cada invitación, cada acto/servicio para la cultura, diga a los ciudadanos: *vive tiempos interesantes*. Y en lo que les proponemos lo experimenten. Para los antiguos chinos era lo más. Es lo que los ciudadanos, en este momento, necesitan, esperan, desean, les apetece un montón. En su diseño o calidad, innovación, argumento, calidad, sensibilidad... esta gestión ha tenido presentes a los ciudadanos. Gestión desde su luz. Hay emoción compartida.

Entonces –y éste es el gran tema, la gran Responsabilidad Social- los ciudadanos están fascinados con nuestra organización. Confían en nosotros. No es que les seamos útiles: les somos imprescindibles para su vida en profundidad y horizonte. Para su estilo de vida: para su cultura. Que queremos y quieren compartir: cultura republicana, con todos y desde todos. Somos referencia. Ésta es la cuestión hoy. Y lo somos porque somos responsables: socialmente responsables. Estamos con la gente. Somos de los ciudadanos.

Nuestra Responsabilidad Social, nuestra manera de estar e implicar a los ciudadanos en la organización y para la cultura, nuestro talante de civilización profundamente compartida, nuestro estilo de hacerlo todo con los ciudadanos y otras organizaciones... logra que

jamás seamos una organización genérica. Jamás seremos repetitivos, impersonales, fríos, homogéneos, aburridos, no actuales, karaokes, prescindibles.

En el mundo de hoy, para los ciudadanos de hoy y el mañana, las organizaciones para la cultura con Responsabilidad Social sólo podemos ser una marca de valor fiable: imprescindibles. Porque somos vida responsable. De humanidad radical. De Avance solidario. De Creatividad en todo. Libertad frente a cualquier dominación. Somos sentido. Relámpago en el supermercado, la tele y la democracia descafeinada, la política de las mentiras y los despistes y las empresas de la depredación. Por ejemplo.

Espacios íntimos para experimentar emociones vitales.

Ocupémonos de lo que proponemos. De lo que somos. De lo que hacemos. Y ocupémonos, también, del desde dónde lo hacemos. El lugar de las experiencias de valor –el Centro Cívico, la Biblioteca, el teatro...– debe ser, el mismo, facilitador de experiencia: un espacio de pausa, una oportunidad para desconectar y entender otras cosas, una invitación para entrar en contacto con uno mismo olvidado y los otros, los ciudadanos, la ciudad y el mundo. Jamás, pues, prisas y agobios. Queremos que a los ciudadanos les encante estar. Y tomen nota. Y lo divulguen. Queremos ser su espacio sensacional para las sensaciones fascinantes, vitales. Una vida en tensión. Una vida que, en el presente pleno, tienda hacia un futuro lleno. Es la gran aventura de la civilización: del hombre que, con la cultura, no para en su evolución. Estamos, todavía, en Platón: estamos en movimiento para *alumbrar belleza* en un constante renacer.

La cultura es aprendizaje incesante. Aprendizaje desde la libertad, la creatividad y la complicidad. Tres valores, hoy, que conforman el triángulo para la cultura de nuestros tiempos. Tres valores nucleares para el ciudadano del XXI que siente, con especial desazón, ausencia.

¿Notan todo esto los ciudadanos en muchos equipamientos y espacios? ¿Se huele? ¿Está? ¿Lo facilitamos enormemente?

¡Qué poco cuidamos nuestros equipamientos y espacios! ¡Qué poco encanto para los ciudadanos de hoy! Algunos son históricos/intocables. Otros son inaugurados / para siempre. Pocos cambian cada cuatro años. En pocos hay alma. Se nota la emoción al entrar. Oímos su llamada desde lejos, al pasar por delante.

Hoy los ciudadanos quieren espacios para la cultura íntimos. Para experiencias personales sensibles. Y de forma permanente. Les apetece cultura cercana y confianza. No grandes gastos. No

espacios desbordantes. Para la cultura de la vida cotidiana, ya no. Quieren un apretón de manos. Sincero. Y actual. Demasiadas organizaciones para la cultura, desde su misma fisicidad son distantes, indiferentes e irrelevantes. Peor, imposible. Los ciudadanos quieren deferencia, matiz.

Las relaciones que establecemos con los ciudadanos por teléfono, en los servicios, desde la comunicación... sólo son creíbles y funcionan si son íntimos. No estereotipados. La intimidad precede a la eficiencia. Y la eficacia. Y la productividad. Y la calidad. Está primero: es *sine qua non*. Intimidad sentida. Real. No planificada en un manual: es la más espantosa. Porque es norma.

La intimidad exige, de entrada, escuchar. Otra vez, sí. La mayoría de las organizaciones para la cultura que conozco lo han olvidado. El largo periodo de las Políticas Culturales les ha ensordecido. Y se han limitado a hablar y hablar. Sin parar. Son loros amaestrados por académicos centroeuropeos con telarañas. Engreídos. Poseedores de La Verdad. Abrámonos a la intimidad de la cultura con los ciudadanos para dialogar, para proponer. Para saltar.

La intimidad crea empatía: nos comprendemos. Facilita compromiso a largo plazo: estamos a gusto, optamos. Y acrecienta pasión: lo que proponemos a los ciudadanos lo compartimos. Desaparecen los límites organizativos. Dentro y fuera es todos/todas. Lo más en gestión. En cultura.

Hay, tras todo esto, un trabajo con curiosidad constante. Preguntemos, en las organizaciones para la cultura, una y otra vez, qué es lo que ahora y mañana preocupa a los ciudadanos para su vida mejor, para su cultura resplandeciente. Para avanzar. ¿Qué está fluyendo? Tenemos que entender la vida de los ciudadanos. No nos quedemos en la ridiculez de por qué no van a lo nuestro. ¿Qué sueñan? ¿Qué les aburre? ¿Qué tiene y no tiene sentido? Conozcamos motivaciones. Conectemos con su vida interior: su vida de cultura. Su vida de relaciones: común. De cultura compartida. De sentido. Estamos en la jungla de la vida y las ciudades. Hemos de salir a mirar. Directamente. Porque formamos parte de la cultura de los ciudadanos. Nuestra organización no es una isla. Sintamos como ellos. Y trabajemos con ellos. Para la cultura: la cultura del sentido común: la de la atmósfera.

Todo esto es gestión. Es lo que debemos hacer todos los del equipo de la organización. Cada día. Constantemente. Es gestión para la cultura con los ciudadanos. No hay otra posible: gestión se cuida de los ciudadanos: cuida su vida y la de la ciudad. Cuida la atmósfera donde vivimos y convivir. Y cuida con mimo. Con sentido. Con corresponsabilidad.

Buenos tiempos para estas organizaciones.
Buenos tiempos para la cultura.
Buenos tiempos para conocernos y cuidarnos.

Toni Puig
apuig@mail.bcn.es
www.tonipuig.com.ar