

juan luis moraza

publicidad de lo político

¿Qué puede implicar la noción de “políticas públicas” en las sociedades contemporáneas? ¿Es un discurso legitimador, un proceso de participación instituyente, un proceso decisorio de la administración pública, una financiación ciudadana, unos objetivos comunitarios... lo que establece el carácter público de la política? ¿En qué condiciones de reciprocidad se desarrollan los procesos de institucionalización y los principios de legitimidad? ¿En qué términos se establece la reciprocidad institucional arte/políticas públicas?

Durante su intervención en el encuentro, “Arte y políticas públicas”, y bajo el título “Publicidad de lo público”, Juan Luis Moraza, escultor y profesor titular de la Universidad de Vigo, abordó éstas cuestiones partiendo del análisis de las limitaciones que tienen las expresiones políticas, sociales y culturales y planteando dos cuestiones fundamentales que tienen que ver con la propia noción de política y de público: la primera de las preguntas parte del análisis etimológico de la palabra “política”, en cuya raíz la encontramos vinculada con el *polemos*, lo que permite emplazar la pregunta ¿cómo convivir en unas circunstancias en donde los intereses son contrapuestos?, o , lo que es lo mismo, ¿qué hacer con lo intratable? La segunda de las preguntas tiene que ver con el quién de la política pública, dado que las sociedades están hechas de sujetos y los sujetos somos complejos, lo cual implica establecer de qué modo se articulan las cuestiones de los miembros de la sociedad y de la sociedad misma como una especie de súper-sujeto que va más allá de la subjetividad.

Juan Luis Moraza subrayó que ambas preguntas, el quién de la política pública, y el cómo hacer con lo intratable, debían finalmente apuntar hacia la cuestión de la civilidad y la definición de la sociedad civil. Porque si la existencia de las sociedades está vinculada con la incapacidad del ser humano para vivir solos, la civilidad implica algunos tipos de renuncia, tal y como demostró Freud, al abordar el análisis del malestar en la cultura. Freud, recordó Moraza, planteaba “hasta qué punto la vida en sociedad supone sacrificar parte de una libertad loca que cualquiera puede vivir, a cambio de utilizar sentidos y significaciones compartidas, a cambio por lo tanto de establecerse y establecer límites de corresponsabilidad y por tanto de renuncia”. Esta cuestión, en opinión de Moraza, apunta también a la idea de que lo político y lo público no son tanto condiciones como responsabilidades, y éste es un principio fundamental para abordar ese binomio.

A partir de la premisa de la responsabilidad, Juan Luis Moraza pasó a analizar en profundidad el quién del sujeto social y partiendo del carácter conflictivo de la noción de lo político y lo público se refirió a la persistencia de una parte reptiliana fundamental en nuestro cerebro, tal y como han demostrado los neurólogos. “Esa parte central, que es la más antigua evolutivamente que tiene nuestro cerebro, es una parte que rige todo tipo de conductas y de percepciones ligadas a la territorialidad, a la agresión, a la

defensa, a la propiedad (...) esta parte, tan primitiva e irreductible, lejos de estar dominada por partes más modernas de nuestro cerebro –partes más mamíferas, más propiamente humanas-, está centralmente cobijada en nuestra mente, y por tanto forma parte indudable de nuestra conducta”. Según Moraza, es difícil pensar en la cuestión de lo público y de la política sin reconocer esta persistencia reptiliana, y “esa definición de un reptil ultra-creativo es la definición perfecta de la sociedad del capitalismo avanzado”.

No obstante, cuando se habla de política en términos categoriales estrictos, subrayó Moraza, hemos de referirnos exclusivamente a sociedades de carácter participativo, y para ello recordó los intentos clásicos de establecer, desde Aristóteles hasta Habermas, pasando por Arendt y muchos más, la diferencia y la relación entre lo político y lo económico, estrechamente relacionado con esa diferencia fundamental entre lo privado y lo público. Estos autores plantean, resumió Moraza, que “si bien hay una parte de nuestras formas sociales vinculadas con esa civilidad, ligada a la capacidad para negociar y para deliberar de una manera relativamente conjunta las extrañezas de lo intratable, y que tendrían que ver con esa parte del *homo asesor*, esa parte cooperativa y ligada a la asociación intersubjetiva que ha sido, según parece, mucho más fundamental que incluso la parte competitiva, hay por otra parte una dimensión ligada a la apropiación, y por tanto más ligada a esa parte reptiliana, lo que se ha venido en llamar *homo economicus*, ligado a una historia que más que de negociación y de inter-subjetividad, es más bien una historia de distintos modo de distribución y de posesión”.

Es decir, prosiguió Moraza, “por una parte tenemos una historia creciente y discontinua de política y políticos ligados a héroes, distribuidores y asambleas que tienen que ver con esa lógica de la co-responsabilidad, y por otra, existe una historia de dómines, señores, oligarcas, caciques, emperadores o corporaciones que están ligados a una instancia relativamente extra-social y que tienen una limitada vinculación con la co-responsabilidad”.

A partir de estas derivas en la relación entre la *polis* y la *oikos*, Juan Luis Moraza estableció tres edades de lo político: una primera etapa, desde el neolítico hasta el nacimiento del liberalismo en el siglo XVIII, en la cual las sociedades han basado su política pública en las alternancias de poder: las victorias han legitimado retroactivamente los procesos de empoderamiento. Los poderes se sucedían de acuerdo a un orden de alternancia, aunque se legitimaban desde instancias extrasociales (sagradas) condescendientes. Desde la Razón revolucionaria en 1789 hasta el final de la modernidad, la legitimación se habrá establecido de forma ascendente, de acuerdo a principios de emancipación y diversidad, de reconocimiento de la alteridad, una lógica que “parece implicar unas formas de política pública donde ya no se trata de que el poder implique la existencia de uno frente al otro, sino una co-existencia de uno y otro, y por tanto de cierta apreciación de la singularidad y de las particularidades”. El liberalismo, que surge alrededor de ese cambio cultura, apuntaba al desarrollo de la libertad –de pensamiento, de tránsito, de culto- y simultáneamente otro de los aspectos del liberalismo (*laissez-faire*) surge como una lógica de desarrollo económico, político, bélico y tecnológico, y que supone minimización de lo político. Es decir, a juicio de Moraza, la complejidad misma de la relación entre la *polis* y la *oikos* es tal que cuando

surge una lógica institutiva moderna, política y pública, surge al mismo tiempo la cara oculta de esa minimización del dejar hacer para que la libre circulación de la propiedad privada se pueda desarrollar sin las cortapisas de la ley.

Esta doble faz del liberalismo, continuó Moraza, encontrará una figura central en la noción de publicidad, dentro de este vínculo entre principios de legitimación y procesos de institucionalización, tal y como definió Kant justamente la publicidad, como lugar central de lo político público, por cuanto nada de lo auténticamente político y público podría tener legitimidad si no es susceptible de ser publicado. Pero, esta idea trascendental de Kant poco tiene que ver con lo que la publicidad tiene de sistema de inducción de opinión, porque precisamente en tanto en cuanto aparece el sufragio universal, aparece también el espacio de lo social como campo de batalla a conquistar. "Se trata de conquistar la opinión pública para adquirir la legitimidad suficiente para poder instituirse dentro de un espacio político" recordó Moraza, sin embargo, junto al aumento de las lógicas de la libertad de expresión aparece también la lógica de las asimetrías de la influencia porque no todo el mundo va a tener la misma posibilidad de modificar la opinión pública.

Moraza estableció la comparación entre el concepto de plus-valor de Marx respecto a los medios de producción y los medios de producción de opinión respecto de la lógica del poder, de manera que, "no todo el mundo tiene la misma libertad de expresión, mientras que la libertad de expresión de uno es la falta de impresión de otro, de tal manera que estamos ante una lógica de conquista del espacio psico-perceptivo o de colonización emocional, que está implícita en el desarrollo de la cultura moderna desde la revolución francesa" Por otra parte, la colonización del espacio psico-perceptivo supone la construcción misma del criterio que fabrica nuestras formas de sentir, de pensar, así como los criterios de verdad, bondad y belleza. Esta colonización pasa demasiado desapercibida y, sin embargo, subrayó Moraza, está en el núcleo fundamental de los principios de legitimación y de procesos de legitimidad para referirnos a las políticas públicas. Esta colonización permite la interiorización de los principios de legitimación. Es decir, nuestros usos tecnológicos, nuestras formas de establecer vínculos sociales, nuestras formas de amar y de sufrir están vinculadas con estas grandes fábricas de opinión, en todas las órbitas de lo político, tanto de lo privado como de lo público. Y los mismos tipos de mecanismos son indistintamente utilizados por los políticos o por los empresarios, "de tal manera que el campo está abierto, y la conquista es tal que las ingentes cantidades de dinero que se gastan en publicidad suponen el deshucio de nuestro espacio psico-perceptivo. Se trata de ocupar la calle, que es un principio de transgresión y de legitimidad popular, pero que es al mismo tiempo el espacio mismo de la colonización psíquica".

En este punto, Moraza quiso insistir en la noción de incivismo al definir el carácter incívico como el modo en el que uno no es co-responsable en el espacio público, pudiendo ser incívico lo mismo un gamberro que una multinacional, porque lo incívico tiene que ver con ese abuso del espacio público y, en este sentido, es un abuso de carácter político.

Asimismo, Moraza introdujo la noción de publicidad absoluta o publicidad total, tomada de la teoría de la guerra de Clausewitz, para establecer el modo en el que las tecnologías de la información son más bien tecnologías de la formación, y que está relacionada con el proceso de estatalización de lo social en un cierto tipo de estado que al mismo tiempo está privatizado. En este sentido, Moraza recordó que la voluntad general no estaba dicha en la opinión popular en tanto en cuanto la opinión popular no se generaba a sí misma, y recurrió a las palabras de Habermas, para quien “la calidad de la opinión pública es perfectamente cuantificable en función de los tipos de procedimientos que se utilizan para producirla”.

Por lo cual, continuó Moraza, a esta altura del discurso deberíamos tener en cuenta micro-leyes, como la ley de la publicidad, según la cual la intensidad cualitativa y cuantitativa del espacio publicitario es inversamente proporcional a la intensidad de la legitimidad (“cuanta más crisis de legitimidad tanto mayor tiene que ser el aparato que fabrica opinión”), o la micro-ley de reciprocidad que establece que “en cualquier relación entre procesos instituyentes y principio de legitimación, toda institución legitima aquello que la legitima como institución y viceversa”.

El paso de las políticas de la alternancia a las políticas de la alteridad supone un cambio en los mecanismos y principios de legitimación. Seguramente hasta el siglo XIX la legitimidad tenía un carácter descendente (“había una serie de instancias que iban de arriba abajo, en una especie de cascada de legitimación, de tal manera que la posición de sumisión de un emperador en la representación implicaba una sumisión al principio que lo legitimaba como emperador”). Sin embargo, a partir de la revolución francesa tenían que establecerse nuevas estrategias escénicas de legitimidad más bien de carácter ascendente (“toda la monumentalidad del XIX nos puede permitir apreciar de qué modo los monumentos se llenan de escaleras para que el ciudadano virtualmente pueda ascender”).

En este punto, Moraza realizó un breve inciso para recordar que lo que llamamos arte en la modernidad tiene que ver con un espacio ya moderno y por tanto ligado a estas legitimidades progresivamente ascendentes desde el renacimiento. “Lo que había antes era *tekné*, es decir, mecanismos de propaganda imperial, mecanismos de publicidad religiosa, mecanismos que se convierten en más o menos artísticos en función del carácter singular del ejecutor. Y en este sentido, la historia del artesano que se convierte en autor es la historia de la emergencia de lo singular. Y esto se hace más patente conforme el arte se convierte en arte y aparece más una instancia de elaboración subjetual que da una voz a lo singular frente a lo común”. Por lo cual, a juicio de Moraza, no es extraño que en esta lógica el arte haya estado tan presente en el desarrollo del liberalismo y en el desarrollo de la modernidad, “pero esta diferencia entre *ars* y *tekné* puede servir para verificar de qué modo el arte en la sociedad contemporánea funciona dentro de esta circunstancia, y hasta qué punto el arte ha sido desbordado por la neo-*tekné*, en todos los sentidos de la palabra”.

Pero volviendo a las lógicas institucionales de legitimidad ascendente y descendente, Moraza realizó un rapidísimo repaso a la historia del arte para contemplar la relación del arte con la legitimidad respecto a

los contextos políticos y públicos a lo largo de la historia: "Allá donde encontramos sistemas plenamente instituidos y fuertes, que no necesitan legitimidad porque ya la tienen por medios de carácter coactivo o persuasivo, las estéticas son de carácter más bien clásico. Pero donde encontramos lo que se ha venido en llamar estéticas barrocas, encontramos siempre momentos ligados a circunstancias político-sociales en las que aparece una crisis de legitimidad".

En opinión de Moraza, todo esto apunta a estas funciones públicas y publicitarias del arte. Las funciones publicitarias del arte lo vinculan con esta *tekne* ligada a los modelos de legitimación y procesos instituyentes de lo simbólico en circunstancias concretas de lo político-social. Y al hablar de las funciones públicas del arte, de lo que se trata es del modo en el que el arte es capaz de practicar unas formas de elaboración subjetiva e inter-subjetiva, que van realmente, y no solo simbólica o escenográficamente, de abajo a arriba.

En el contexto de la sociedad contemporánea, el carácter masivo de la conquista del espacio público y de la construcción de la opinión pública, hace que las funciones publicitarias del arte aumenten progresivamente, cualitativa y cuantitativamente.

Moraza volvió, en este punto de su discurso, a proponer otra micro-ley que está relacionada con la lógica de la publicidad total, en referencia a la lógica de Clausewitz de la guerra total: "todo individuo, todo recurso y todo lo público se convierte en parte de una campaña". Entre los ejemplos que citó Moraza se encuentra el caso de Oliviero Toscani, el fotógrafo que lanzó a la fama internacional a Benetton a través de sus campañas. Toscani planteó una crítica feroz a la función publicitaria, acusándola de falsedad, despilfarro y atentado contra la inteligencia, para inventar otro sistema publicitario que es el sistema de la publicidad absoluta. En este sentido, Moraza propuso el caso de la carta que Toscani envió al subcomandante Marcos para intentar convencerle para que se dejase fotografías para una campaña, como un ejemplo de alteración radical de la lógica de la alteridad y la lógica de la legitimidad ascendente.

En palabras de Moraza, "esto no sólo afecta a las campañas de las corporaciones sino que nos conduce a una situación de perversión de significaciones y de perversión simbólica sin precedentes", lo que da paso a la tercera de las edades de lo público. Si la primera fue la de la alternancia y la segunda la de la alteridad, ahora nos encontramos ante la edad del alterne, refiriéndose con este término Moraza a las relaciones superficiales, exentas de compromiso e incluso capitalizables.

La lógica del alterne en la tercera edad de lo público convierte la alteridad en un requisito de homologación, y no es una testificación de la singularidad, no en un espacio de elaboración intersubjetiva sino en un requisito que convierte la homologación en un mecanismo, siendo en este sentido la lógica del alterne también la lógica de los derechos sin responsabilidades. Por otra parte, la lógica del alterne supone el desarrollo extremo del liberalismo.

En este punto de su intervención, Moraza enunció otra micro-ley necesaria para entender el contexto actual y se refirió al desgaste de lo simbólico, cuyo ejemplo más claro se puede observar en la lógica de las monarquías parlamentarias dado que “pertenecen a un espacio de legitimidad simbólica de un espacio de ejecución porque las decisiones se toman en instancias que son extra-parlamentarias”.

El estado, continuó Moraza, se ha convertido hoy en día en un sistema gestor de carácter administrativo, en una franja intermedia entre una legitimidad que le viene del pueblo, y por tanto tiene que ver con la política pública, y por otra parte, una presión que tiene que ver con los poderes fácticos a los que tiene que servir el propio estado, porque su poder es superior a la propia legitimidad, a la propia institución pública. Esto convierte al estado mismo en una empresa que sin embargo tiene financiación pública, pero, al mismo tiempo, el estado se comporta como una sub-contrata, contratada a su vez por una parte por el público y por otra parte por lo privado.

La política pública se convierte en esta tesitura en algo muy extraño y Moraza se refirió al modo en el cual Naomi Klein en “La doctrina del shock: el auge del capitalismo del desastre”, partiendo de la idea de Clausewitz sobre la guerra como continuación de la política por otros medios, invierte los términos y advierte de que la política se ha convertido en la continuación de la guerra por otros medios, o lo que es lo mismo, lo público es la continuación de lo privado por otros medios. Para profundizar en este último enunciado, Moraza propuso que si la palabra economía supone un juego de distribución de la casa, los griegos tenían también la palabra *anomos* o anomía, que precisamente significa la no distribución o el no reparto, el quedárselo todo para uno. Por lo cual, subrayó Moraza, “la lógica de la economía actual es más bien una lógica de la eco-anomía, un sistema de no-reparto en el cual, deslegitimado lo político por completo, las transferencias de lo privado a lo público siempre tienen un mismo sentido: se trasfiere de lo privado a lo público la deuda, y se trasfiere de lo público a lo privado el patrimonio, o dicho de otra manera: se nacionalizan las deudas y se privatizan los beneficios”.

En este contexto, se nos convence desde la administración pública que lo que no da libertad a las empresas privadas contribuye a la quiebra pública, lo cual nos retrotrae a una situación pre-moderna y no sólo ya post-moderna, donde las políticas públicas son in-políticas in-públicas. Y, fuera del espacio de la lógica de la alteridad, los incivismos son de carácter institucional pero también de carácter anti-institucional. La relación con la ley y el incivismo vuelven a poner el espacio publicitario en lugar preferente y en este sentido el espacio publicitario, recordó Moraza, es el espacio en el que lo políticamente imposible se puede volver políticamente inevitable. El arte tiene un lugar también en el espacio publicitario, y Moraza, a la hora de referirse al espacio publicitario frente al espacio político o público, recurrió a la categoría de lo kitsch, -definida por los más importantes pensadores que lo trataron como falsificación del sistema de valor-, como apropiada para articular la relación entre el kitsch político y la academia del arte moderno, dando por sentado que el arte moderno ya no sirve a los poderes fácticos del capitalismo avanzado, pero sí su academización, en el mismo sentido en el que el arte rococó no servía a los poderes post-revolucionarios. “Decía Dorfles, citó Moraza, que toda política siempre es kitsch, pero también añadía que seguramente es la mala política, la impolítica”.

El kitsch político y el kitsch estético, continuó Moraza, pueden ser definidos “como una devaluación o minimización de las expectativas, de las estéticas, pero también de las políticas y de las públicas, de esos mecanismos de transmisión y elaboración simbólica que constituyen también el arte”. Esa especie de gradación o minimización de las expectativas y de los compromisos suponen para la propia reflexión sobre la función publicitaria o extrapublicitaria del arte una reflexión también sobre los modos en los que se constituye la noción de realidad. El arte moderno nos ha acostumbrado, según Moraza, a entender el arte como un sistema de puesta en crisis, de acercamiento a una verdad que va más allá del prejuicio, de la convención, de lo que viene dado o heredado como sentido de la realidad. Indagar supone ir más allá de las apariencias, poner en crisis esta crisis de la representación, desentenderse del carácter arbitrario, cuestionable y por tanto negociable de la propia construcción de la realidad, el sentido de la realidad supone entonces entrar en un espacio de realismo donde se instala el kitsch, donde todo se da por supuesto y nada queda en entredicho.

De esta manera, el kitsch, prosiguió Moraza, tiene que ver con el realismo, y con todo tipo de realismos. Pero también tiene que ver con el modo en el que se institucionalizan los gestos de la transgresión para convertirse en requisitos de homologación institucional. Y en este sentido, Moraza volvió a referirse a la doble ética de la modernidad liberal, ligada con la minimización de lo político y la conquista de lo público, proponiendo el ejemplo del emperador o del empresario liberal, al cual no se le deben imponer cortapisas en la generación de riqueza ya que después ésta revierte sobre la sociedad. Esta exención de responsabilidad ante la ley coincide con otro invento de la modernidad como es la idea del artista irresponsable, profundamente transgresor del genio romántico. Se trata de la mitología de que cada artista tiene que encontrar su propio lenguaje. Nos encontramos, recordó Moraza, ante un principio antiacadémico por excelencia, pero el problema surge cuando este principio antiacadémico se convierte en institución.

El proceso de academización de la modernidad artística rima muy bien con el capitalismo del desastre y en este sentido, esta perversión de la modernidad, como la denominó Moraza, hace que todos los compromisos políticos y públicos del arte moderno se conviertan en exenciones de compromisos. Por lo cual, esta academización de la modernidad, que convierte la lógica de la alteridad en una lógica del alterne, supone también para el arte una especie de regreso a la *tekné*, un arte convertido en mecanismo de legitimación in-política in-pública, un arte que funciona perfectamente, incluso en sus formas más antipatrimoniales, como un mecanismo de institución de lo incívico, de gasto patrimonial, sin compromiso patrimonial.

A juicio de Moraza la discusión sobre política pública es imprescindible para que el arte salga del cortocircuito ideológico brutal en el que creo que está inmerso, y sólo desde esta reflexión autocrítica del arte puede tener la legitimidad suficiente como para situarse de una manera diferente en las sociedades del siglo XXI. Y en este sentido el arte no tenía que entenderse sino como responsabilidad y no como

condición de nuevo; de lo contrario estaríamos impidiendo que el arte cumpla las funciones políticas y públicas que puede llegar a tener.

Para finalizar Moraza defendió que respecto al desarrollo del arte en el siglo XXI en relación con las políticas públicas, el arte tiene que reconocerse en una triple responsabilidad: Una responsabilidad de elaboración personal que, en tanto que es personal es inter-subjetiva. La construcción y la elaboración inter-subjetiva supone a los demás, recordó Moraza, y por tanto es una auténtica construcción del sentido de la realidad, y es un espacio de negociación inter-subjetiva. El segundo compromiso del arte es un compromiso de educación ciudadana.

Teóricamente, los artistas somos especialistas en la construcción de la representación que fabrica nuestro sentido de la realidad, y por lo tanto, en esta intensificación de una mirada que puede indagar en el modo en que se construye la representación, el arte puede funcionar también como un mecanismo de reconquista del espacio socio-psico-perceptivo. Por tanto, es un compromiso de política pública en el que el arte tiene mucho que aportar. Finalmente, un tercer compromiso para el arte del siglo XXI es un compromiso de carácter patrimonial, en el sentido de que un artista básicamente es un creador de patrimonio, un fabricante de valor. Moraza defendió que la creación de valor supone que el arte cumpla un compromiso de transmisión de memoria cultural y simbólica, pero también de fabricación de memoria; "la memoria se hace a cada instante, y del mismo modo que el pasado no es lo que era, y en cada instante en el que se reinterpreta está también transformándose, la transmisión no sólo es transferencia, no sólo es recuerdo, documento o monumento, sino que la transmisión es también elaboración, elaboración patrimonial".

Moraza finalizó su intervención parafraseando a Gandhi cuando le preguntaron sobre la civilización occidental. "Si me preguntan qué opino sobre las políticas públicas, respondería como él diciendo: creo que sería una buena idea..."