

EL DISFRAZ DEL PROMOTOR CULTURAL

En los últimos años he observado un fenómeno que me resulta cada vez más incómodo, quizá porque toca directamente algo que me importa profundamente: la esencia de lo cultural, lo que realmente significa promover. La promoción cultural, en su sentido más puro, nace del deseo de compartir lo que nos transforma, de tender un puente entre el pensamiento y la gente, entre la obra y su contexto, entre el creador y la comunidad. Pero lo que hoy vemos, en demasiados casos, es una distorsión peligrosa: la figura del promotor que se disfraza de gestor cultural mientras trabaja sólo para sí mismo.

El problema no está en querer destacar, eso es humano, sino en confundir la promoción con la autopromoción, el servicio con el protagonismo. He visto cómo algunos se presentan como defensores de la cultura, pero en realidad sólo promueven su propio nombre. Hablan de comunidad, pero actúan desde el ego. Organizan foros, charlas o exposiciones donde la conversación gira siempre alrededor de su imagen, su discurso o su conveniencia. Y lo más grave es que los medios y las instituciones, muchas veces por falta de profundidad o por miedo a quedarse fuera del ruido, aplauden este modelo y lo legitiman.

Cuando eso sucede, la cultura deja de ser un espacio de encuentro para convertirse en un escenario de vanidades. Los proyectos dejan de buscar impacto colectivo y se reducen a campañas personales. Se crean programas, curadurías y eventos que dicen “abrir puertas” cuando en realidad levantan muros invisibles, porque sólo invitan a quienes forman parte de su mismo círculo de espejos. La cultura, entendida como ese tejido que une sensibilidades diversas, termina siendo usada como moneda de intercambio para alimentar un pequeño sistema de favores y apariciones.

Y no, no es que esté mal buscar reconocimiento. Todos, de alguna manera, deseamos que nuestro trabajo sea visto. Pero hay una diferencia enorme entre compartir lo que uno hace para inspirar y compartirlo para dominar. Entre abrir espacio y ocuparlo todo. Entre servir a un propósito común y servirse del propósito común para inflar una marca personal.

Promover la cultura no es llenar salas ni conseguir menciones en prensa. Es sostener un hilo invisible entre personas que quizá nunca se conocerán, pero que se reconocen en una misma frecuencia de pensamiento y sensibilidad. Es sembrar algo que tal vez no dé frutos inmediatos, pero que deja huella. Es escuchar tanto como hablar, acompañar tanto como proponer, y sobre todo entender que la cultura no necesita salvadores, sino cómplices.

Desde mi experiencia, tanto en la arquitectura como en el ámbito de la gestión cultural, he aprendido que los proyectos que verdaderamente dejan algo valioso son aquellos que nacen del diálogo y no del discurso. Los que construyen comunidad, no seguidores. Los que no dependen de la publicidad, sino de la coherencia. Y eso es algo que no se puede fingir, porque la coherencia no se diseña, se vive.

La cultura no se promueve desde el ruido, sino desde la constancia silenciosa de quienes creen en ella como una forma de resistencia. No necesita intermediarios que la usen para verse importantes, sino mediadores que la cuiden, que la defiendan, que la devuelvan al territorio, a la gente, al origen. Promover la cultura debería ser un acto de humildad, no de ambición. Un gesto de acompañamiento, no de protagonismo.

Sin embargo, los medios y las instituciones, en su carrera por mantenerse “actuales” o “relevantes”, suelen caer en la trampa de los personajes que saben hablar bien de sí mismos. Confunden visibilidad con valor, difusión con contenido, carisma con compromiso. Y así, sin quererlo, terminan alimentando un modelo cultural superficial, en el que el brillo importa más que la profundidad. La imagen sustituye al contenido, y la forma se come al fondo.

Frente a eso, vale la pena recordar que la verdadera promoción cultural no se mide en métricas digitales ni en notas de prensa. Se mide en las conversaciones que provoca, en las semillas que deja, en las complicidades que despierta. Se mide en la capacidad de tocar la vida de alguien más sin esperar nada a cambio. Promover no es presumir, es acompañar. Es construir un espacio compartido donde otros también puedan ser vistos y escuchados.

Quienes nos dedicamos a crear, a pensar y a compartir tenemos la obligación de cuidar ese territorio. De mantener la cultura libre del ego, de la política fácil, del interés disfrazado de generosidad. Porque la cultura, en su raíz más profunda, no se trata de poder ni de fama, sino de resonancia. De esa vibración que ocurre cuando una obra, una idea o una palabra encuentra eco en alguien más.

Promover la cultura es eso: provocar ecos, no aplausos. Y si alguna vez olvidamos esa diferencia, entonces habremos perdido lo que nos une, lo que nos hace verdaderamente humanos.