

Quina cultura per a un món de comunicació generalitzada?

Enrique Bustamante, Catedràtic de Comunicació Audiovisual de la Universidad Complutense
Palau de la Virreina, 1 de juny de 2006

La conferència d'**Enrique Bustamante**, reconegut especialista en comunicació i cultura (recentment ha format part de l'anomenat "Comitè de savis" que ha elaborat un controvertit informe per al govern espanyol sobre el futur de RTVE), ha versat bàsicament sobre la polarització actualment existent entre els conceptes de ciutat i cultura, per una banda, i mitjans de comunicació, per l'altra. Es tracta d'una problemàtica fonamental per a la vida quotidiana de les persones i per a les identitats del futur, que permet revisar les tradicionals divisions entre societat civil i estat, i comunicació digital i comunicació analògica. El professor **Miquel de Moragas**, Catedràtic de Comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona, va actuar com a contraponent.

Bustamante va començar l'exposició postulant l'existència d'una **relació estructural entre cultura i comunicació**. Ni l'una ni l'altra actuen separatament i de forma independent. En realitat, no hi ha cultura sense un projecte de comunicació, sense un projecte que respongui a la pregunta "¿A qui es dirigeix l'obra de cultura x?". Al seu torn, els mitjans de comunicació difonen cultura i en fer-ho la transformen, si és que no en generen de nova. Doncs bé, el nucli de l'exposició de Bustamante és que aquesta relació, existent des de sempre, en les darreres dècades s'ha fet més estreta.

No cal remuntar-se gaire lluny en el temps per situar l'inici d'aquest procés de reforçament. Potser se situa a un segle de distància, quan el perfeccionament dels mitjans de reproducció massius va possibilitar el **naixement de la indústria cultural**. En l'actualitat, la majoria de recursos simbòlics que es transmeten i que ens articulen com a societat ens arriben a través dels grans mitjans de comunicació i de la indústria cultural. El que hem viscut les darreres dècades ha estat una subordinació de la cultura a les exigències d'aquesta indústria. Sabem avui que per vendre un disc, abans l'hem hagut de promocionar a través de la televisió o la ràdio; que les pel·lícules tenen una difusió que anirà més enllà de les sales d'exhibició (a través de la televisió de pagament o els videoclubs, per exemple) i que, sense els mitjans de comunicació, l'obra d'un artista plàstic exposada en una sala difícilment accedirà a un públic extens. Així doncs, no és difícil adonar-se que els mitjans de comunicació ens permeten arribar a nous espais d'intercanvi, i que els imaginaris que construïm sobre la nostra pròpia cultura també s'han vist condicionats per l'acció dels grans grups de comunicació.

El problema que planteja aquesta nova forma de cultura és que ha de buscar un mercat massiu per rentabilitzar-se al màxim, i això només ho pot aconseguir si troba prou *fast-sellers*, *blockbusters* o programes de televisió d'alt *rating*. Aquesta recerca afecta finalment els mateixos productes culturals. És així com neix la **cultura clònica**.

Però a la vegada que el concepte de cultura es transforma, els mitjans de comunicació sofreixen canvis importants que segueixen el ritme d'un procés de mercantilització creixent. Així, ens podem trobar amb la paradoxa que, en el camp de la música o en el de la ficció televisiva, el producte local sigui cada cop més demandat, de manera que les grans multinacionals també entren en mercats tan localitzats com els de les sèries de producció pròpia o el flamenc. Per això les petites i mitjanes empreses culturals es veuen ferides de mort o s'instal·len en la crisi permanent. Els planters de creació, com a conseqüència d'aquest fenomen, es redueixen. Probablement la televisió sigui el mitjà on el poder de la cultura clònica es fa més evident, com ho exemplifiquen l'onada de *realities* llançats a un cost molt baix —i dels quals s'obté un rendiment publicitari molt alt— o els nous formats de telenotícies, que han perdut la seva condició de "gènere noble" perquè barregen les antigues categories *soft* i *hard* bo i serialitzant, per exemple, l'agonia d'un personatge del cor.

Aquest doble procés es troba en vies de desenvolupament, i encara permet **espais de resistència**. El que no queda clar encara és quins són aquests espais. Les noves xarxes van obrir una porta a l'esperança, però per desgràcia van néixer acompanyades d'un discurs salvífic que **es** recolzava en el model mític de la comunicació horitzontal —míte que ja havia acompanyat el naixement de la televisió per cable i el satèl·lit, suposadament més participatives. Però el fet és que els continguts d'internet cada cop són menys gratuïts, i que depenen de portals i buscadors que actuen com a veritables mitjancers, colls d'ampolla que fan visibles alguns continguts i n'amaguen d'altres. D'altra banda, la Xarxa també comporta enormes perills, com el de fractures socials de nou encuny: després d'uns quants anys d'implantació d'internet, encara veiem que als Estats Units la xifra de connectats és molt superior a la resta de països del món; a Espanya, amb prou feines un 27% de llars tenen internet. La fractura digital no afecta sols els països, sinó que creix dins de les mateixes ciutats, arribant a amenaçar l'Estat del Benestar.

El **paper de l'Estat** en la cultura s'ha vist molt reduït. En certa manera, ara es limita a cultivar el passat (museus, patrimoni...), i s'oblida en gran manera del futur (llibres, música...). Pel que fa als museus nacionals, la seva valoració avui es fa en funció de xifres de visita i no de les virtuts pedagògiques o culturals que articulen. Les polítiques de subvenció a la creació que l'Estat manté són molt miops, ja que només ajuda en l'etapa de producció, i molt poc en la de difusió o promoció. Subvenciona el

cinema nacional, però una gran part de les pel·lícules subvencionades no troben sala que les estreni. L'Estat ha entrat en crisi en el seu paper de compensador de les pitjors derivacions del mercat. A més, es veu escapçat per dalt (UE, normes internacionals de copyright...) i per baix (reivindicacions regionals a les quals l'Estat-nació no es veu capacitat per respondre) i el seu paper es veu així molt afeblit.

El paper de l'educació pública també s'hauria de replantejar de cara al foment de la cultura i la seva relació amb els mitjans de comunicació, perquè els valors adolescents han canviat. Els joves prenen molts elements dels mitjans de comunicació per configurar el seu sistema de valors. El videojoc és l'exemple màxim. No hi ha hagut cap política cultural de recolzament als projectes educatius de videojocs, i en aquest camp la miopia dels poders públics ha estat particularment alarmant.

La ciutat passa per la mateixa crisi. Uns quants autors procedents dels estudis culturals o de l'antropologia urbana han analitzat com viuen els ciutadans la cultura de la comunicació en el dia a dia. La ciutat és una cruïlla de múltiples identitats i recursos, que ha vist com s'han produït canvis d'espai deguts a les grans migracions internacionals. La ciutat s'ha convertit en un pol de lluita que, en sentit positiu, també es pot convertir en un pol de convivència. El sociòleg brasiler **Renato Ortiz** ha dit que la "megalòpoli actual viu tots els encreuaments de la cultura global". El cert és que cal repensar la ciutat per tal que recuperi la seva dimensió de planter de creació i d'innovació. Els museus, els equipaments culturals i els espais públics en general —la plaça pública, els centres comercials, etc.— haurien de ser reinventats. Cal fomentar la creació, la innovació i els mitjans locals. Cal conjuntar una política d'accés a les xarxes i al software lliure. Cal treballar en xarxes i en continguts. En absència de l'Estat, la ciutat ha de jugar un paper fonamental en la comunicació i la cultura. **Manuel Castells**, a *La ciutat informativa* (1989), ja parlava del brutal procés de segregació que patien les societats de la informació, i reivindicava la recuperació de l'esperit de demanda social que va possibilitar el naixement de l'Estat del Benestar. En efecte, cal repensar la ciutat com a matriu d'una nova aliança social que vulgui garantir la protecció de l'Estat per als drets a la cultura i a la comunicació. En fer-ho, treballarem al servei de la democràcia, cada cop més empobrida per l'acció de la cultura clònica.

Després de la intervenció central de Bustamante, molt orientada a la generació de debat, **Miquel de Moragas** va subratllar la importància de la relació estructural entre cultura i comunicació, relació que va més enllà de la relació instrumental. Els mitjans de comunicació, per exemple, no sols serveixen per *difondre* continguts, sinó que també en *generen*. Ara bé, en els ambients acadèmics en què s'estudia la comunicació, l'antropologia cultural s'hi estudia malament, i des del camp polític, la importància d'aquesta relació se sol menystenir, com ho demostra el fet que el projecte de crear un Ministeri de Comunicació i

Cultura va quedar en foc d'encenalls. Tenint tot això en compte, ¿per on apareixen espais alternatius? ¿La Xarxa és el lloc on serà possible trobar espais alternatius? Segons Moragas, cal partir de la hipòtesi que sí.

Després de lamentar el divorci entre cultura i comunicació en la universitat i la política apuntat per Moragas, Bustamante va defensar l'establiment d'un criteri de **rendibilitat social** per avaluar els projectes culturals. I va tornar a criticar la mercantilització de la cultura, que les institucions no sabien combatre, oferint exemples concrets: la nova orientació dels museus públics, que van molt més enllà de la gestió d'un patrimoni i de la generació de continguts culturals i que només es dediquen a comprar i vendre, o aberracions com el fet que una part del pressupost de Cultura d'una comunitat autònoma com Madrid hagi anat a parar a la promoció d'un parc temàtic com el de la Warner. L'establiment d'un criteri de rendibilitat social significa que la societat no està disposada a deixar els grans espais de cultura exclusivament en mans de les multinacionals. Les diverses administracions s'haurien de coordinar per atendre aquesta exigència ja que són mantingudes pels contribuents, i és a ells a qui han de retre comptes. Al fil d'aquesta observació, Bustamante va recordar que **Manuel Castells** havia parlat de la necessitat de trobar una política cultural coherent amb la diversitat social.

A partir d'un cert moment, les preguntes dels assistents van començar a versar sobre models de televisió. Bustamante va utilitzar l'exemple de ciutats com Bogotà i Rio de Janeiro, conflictuals, per tal com permeten de veure les contradiccions urbanes fins al punt del paroxisme, perquè no són ciutats que amaguin les grans fractures. El centre històric de Bogotà, per exemple, inclou tant els ministeris com el centre popular. Doncs bé, aquests contrastos reverteixen en el sistema mediàtic, on es mantenen dos grans canals que s'han automarginat al camp educatiu. Al costat d'això, hi ha canals locals que fan veritables esforços de culturització, i després dos grans canals comercials que es reparteixen amistosament el mercat. En una societat de transició entre el món analògic i el digital es viu un problema de tribalització molt fort. El problema no són les grans audiències, sinó la rendibilitat social dels actes culturals. Per tot plegat, revitalitzar el sistema públic de televisió és important, però no n'hi ha prou amb això, perquè moltes "partides" es juguen a nivell global.

Arran de la pregunta d'un assistent interessat en el projecte del president de Veneçuela Hugo Chávez d'engegar un canal de notícies llatinoamericà, Bustamante va proposar l'establiment de canals de cooperació entre totes les televisions públiques espanyoles i llatinoamericanes. Un canal cultural seria més eficaç i útil que un canal de notícies que pretengués competir amb la CNN o la Fox. En qualsevol cas, les noves polítiques culturals no poden obviar ni menystenir les

noves tecnologies, i aquesta presa en consideració s'ha de fer sense caure en el papanatisme, mantenint la capacitat crítica. RTVE hauria d'haver estat, per exemple, la locomotora del pas a la TDT a Espanya, però de seguida la política i els *lobbies* hi van entrar, fent impossible el projecte. Però cal recordar que a Brasil la transició al digital va generar mobilitzacions, amb pressions al Govern, oferint una experiència de mobilització democràtica que caldria aprofitar.

Per tal que la conferència no donés als assistents una impressió falsa de pessimisme, Bustamante va recordar que no hi ha cap Edat d'or que enyorar del passat, i va reivindicar la crítica enfront de les visions apocalíptiques. Cal ser positius, va venir a dir: les indústries culturals han portat la cultura a uns nivells desconeguts fins ara en la història de la humanitat; però això no significa que, com a ciutadans, no haguem de ser crítics i participatius.

Enrique Bustamante és catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Complutense de Madrid, titular de la Càtedra Unesco de Comunicació Internacional de les universitats de Stendhal de Grenoble i Lió II, així com fundador i director de la revista *Telos. Cuadernos de Tecnología, Comunicación y Sociedad*. Ha redactat una dotzena de treballs que ha publicat de forma individual o compartida, com ara *Fabricar noticias*, *La televisión en España*, *Presente y futuro de la televisión digital*, *La televisión económica* i *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias*