

La cultura

Jordi Busquet

L'edició d'aquesta obra ha comptat amb el suport del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya i la col·laboració del Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació.

Coordinació editorial: Lluís López

Edició: Jordi Pérez Colomé

Direcció editorial: Lluís Pastor

Disseny del llibre i de la coberta: Natàlia Serrano
La UOC genera aquest llibre amb tecnologia XML/XSL.

Primera edició en llengua catalana: desembre 2006

© Jordi Busquet, del text

© Editorial UOC, d'aquesta edició

Av. Tibidabo, 47, 08035 Barcelona

www.editorialuoc.com

Impressió: Reinbook

Aquesta obra està subjecta –si no s'indica el contrari– a una llicència Creative Commons de Reconeixement-No Comercial-Sense obra derivada 3.0 Espanya. Poden copiar, distribuir i comunicar públicament, sempre que reconeguen els crèdits de l'obra (autoria, Editorial UOC) de la manera especificada pels autors i l'Editorial que la publica. No poden fer ús comercial ni obra derivada sense el permís de l'Editor i dels autors. La llicència completa es pot consultar a <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>

Què vull saber

Lectora, lector, aquest llibre li interessarà si vostè vol saber:

- Per què la cultura és tan important
- Què volem dir quan parlem de cultura
- Quines en són les concepcions clàssiques
- Quina vigència té la cultura popular
- Quina transcendència té la cultura mediàtica.
- Com la revolució d'internet incideix en la cultura

Índex de continguts

Què vull saber	3
De banal a significativa	7
LA CULTURA	8
Cinc nocions	8
Una matèria complexa	12
LA CONCEPCIÓ HUMANISTA	17
Sis característiques	19
La cultura oficial i la contracultura	25
LA CONCEPCIÓ ANTROPOLÒGICA	28
Les pràctiques quotidianes	29
Sis característiques	30
Identitat i diversitat cultural	35
UN ESTIL DE VIDA	41
El consum ostentós	44
Gustos i formes de vida	47
LA CULTURA POPULAR	50
La gran ignorada	52
Una definició en set punts	56

La democratització cultural	58
LA CULTURA MEDIÀTICA	63
Els trets característics	66
El redescobriments dels públics	70
LA CIBERCULTURA	75
Les xarxes de comunicació	76
L'origen del ciberespai	79
Les tres dimensions bàsiques	80
Els confins	82
CLOENDA	86
Bibliografia	88

De banal a significativa

La cultura ha assolit una importància cabdal en les societats avançades. De ser un fenomen gairebé ignorat o tractat com un aspecte marginal i de caire secundari, ha passat a ser considerat un dels aspectes més significatius i destacats de la societat actual.

La cultura havia estat la ventafocs en el camp de les ciències socials. La major part d'autors havien privilegiat els aspectes econòmics i polítics i ignoraven sistemàticament la importància de la cultura. Darrerament les coses han canviat: s'ha produït un "gir culturalista" i ha nascut una nova sensibilitat que posa en relleu la importància dels aspectes culturals en la societat contemporània. No només hi ha un interès renovat en el camp de la Història, l'Antropologia o la Sociologia pels aspectes culturals, sinó que alguns autors consideren la cultura com una dimensió fonamental del món actual.

LA CULTURA

Cinc nocions

La paraula "cultura" té un origen llunyà i una llarga història. Si ens remuntem a l'origen etimològic, "cultura" prové del mot llatí *colo* (de *colere*) i significava el conreu de la terra. Més endavant –i en un sentit metafòric– va passar a significar el cultiu de la ment i de l'esperit. Des d'un bon principi, doncs, el mot "cultura" estava emparentat amb la paraula "educació" i anava lligat a una concepció normativa i idealista de la condició humana que va tenir en el renaixement italià una de les majors fites històriques.

La cultura apareix en la societat actual com una realitat rica, complexa i contradictòria. En el seu diccionari de termes, *Keywords*, del 1976, Raymond Williams considera la cultura com una paraula clau de les ciències socials a la segona meitat del segle XX. Podem trobar definicions per a tots els gustos. Obrim el foc amb la definició clàssica formulada el 1871 per l'antropòleg britànic E. Tylor l'any 1871 a *Primitive Culture*. "La cultura o civilització és, en un sentit etnogràfic ampli, una totalitat complexa que

inclou els coneixements, les ciències, l'art, la moral i qualsevol altres habituds i capacitats de l'home com a membre d'una societat."

Es pot encetar aquesta reflexió sobre la cultura a partir de la descripció de cinc nocions molt properes i que, de fet, formen part del mateix camp semàntic: art, educació, civisme, ideologia i religió.

L'educació

Entre la "cultura" i l'"educació" hi ha un lligam molt estret. Els pensadors il·lustrats concebien la cultura com un tret característic i distintiu de l'espècie humana i consideraven l'educació com un element essencial en el procés de formació i aprenentatge personal. Des d'aquesta perspectiva, la cultura la conformen els coneixements i les pautes de conducta que han estat socialment apresos, sobretot en l'àmbit familiar i en l'escola, i que tenen una importància cabdal, ja que fan possible l'adaptació dels homes al seu medi, que és alhora natural i artificial. L'educació és la suma dels sabers acumulats i de les habilitats apreses, transmeses per la humanitat en el curs de la història. Cap societat no pot subsistir sense una forma –més o menys rudimentària– d'educació, gràcies a la qual es transmeten a les joves generacions els valors, els coneixements i el sentit d'una existència comuna.

El civisme

Es pot usar la paraula "cultura" com a sinònim de "civisme". El civisme fa referència a la sociabilitat, l'educació, la cordialitat, el bon gust i les bones maneres. Es tracta d'un ideal i el comportament cívic és la base de la bona convivència que es considera pròpi dels "pobles civilitzats". Comportar-se cívicament exigeix voluntat i esforç i els ciutadans s'han de comprometre a respectar unes regles tàcites de convivència. El civisme es fonamenta generalment en unes normes de capteniment no escrites i en bons costums que, si no es renoven contínuament, poden ser fàcilment ignorats en la vida quotidiana.

La família, l'escola i els mitjans de comunicació tenen un paper fonamental a l'hora de difondre les virtuts del civisme. Ara bé, aquestes convencions no sempre són clares i és essencial establir-ne mecanismes d'elaboració consensuada.

L'art

El terme "cultura" fa referència a l'obra i a la pràctica intel·lectual, i especialment a l'activitat artística. La concepció humanista tendeix a identificar la cultura amb l'art. En altres paraules, a les obres, els textos i les pràctiques que tenen com a funció primordial la creació i l'expressió de significats. Pensem, per exemple, en les creacions

artístiques en el camp de la poesia, la novel·la, el ballet, l'òpera, les arts plàstiques i el cinema. Tot plegat connecta amb una noció molt estesa (i de sentit comú) que identifica art i cultura.

Tradicionalment s'ha considerat artística tota aquella obra humana, que, més enllà de la seva utilitat pràctica o la seva significació concreta, és valorada primordialment per la seva qualitat i significació estètiques.

En el món actual però la realitat de l'art no s'esgota en el valor estètic. L'art també és un vehicle d'expressió i en aquest sentit (es vulgui o no) està vinculat a la filosofia, la religió o la política. Reconeixem a l'art la capacitat de crear una esfera de realitat pròpia.

La religió

"Cultura" i "religió" són termes afins. Cal assenyalar la importància que ha tingut (i té) la religiositat en totes les societats. Les cerimònies religioses són representacions comunes que expressen realitats col·lectives i que són bàsiques per al funcionament de tota societat. Es pot definir la religió –en sentit etimològic– com el conjunt de formes i elements sagrats i litúrgics que uneixen o "relliguen" els membres d'una col·lectivitat determinada. La religió, doncs, és un sistema de creences i pràctiques comunes a una col·lectivitat determinada (comunitat o església) i constitueix una

cosmovisió: un sistema d'idees que permeten fer una representació global de l'univers. En les societats avançades perviuen una sèrie de símbols, cerimònies i rituals que –segons alguns autors– conformen la "religió civil".

La ideologia

Podem parlar de "cultura" com a sinònim d'ideologia. Els éssers humans necessitem viure en un món que sigui més o menys intel·ligible i en el qual trobem sentit a la seva existència. Els éssers humans necessitem fer-nos una imatge o una noció coherent del món social i còsmic del qual formem part. Necessitem disposar d'una mena de mapa significatiu que ens permeti situar-nos i comprendre'ns a nosaltres mateixos en el món.

La ideologia es pot considerar com un sistema de representacions –conceptes, imatges i mites– que posseeix un rigor i una lògica pròpia, i que adopta un important paper històric en el desenvolupament d'una societat concreta. Una ideologia implica una determinada "concepció del món". Així, les ideologies són sistemes de creences, normes i valors sobre el món. En aquest sentit, no és tan important que aquestes creences siguin "veritables", sinó que siguin plausibles.

Una matèria complexa

D'entrada hem proposat cinc nocions properes

i afins al fenomen de la cultura. Es tracta d'una diversitat de termes que posen de manifest la riquesa i la complexitat extraordinària que presenta la mateixa idea de cultura. Ara veurem els principals reptes o esculls que comporta l'estudi de la cultura, que posen de manifest la seva diversitat d'accepcions i complexitat. No és fàcil parlar de cultura, atès que en parlar-ne topem amb problemes de polisèmia i d'indeterminació semàntica.

La paraula "cultura" és un mot polisèmic. Un dels problemes que planteja l'estudi de la realitat cultural és l'ambigüitat en l'ús del concepte i la falta de rigor i precisió a l'hora de fer-lo servir. Mentre que en el món de la literatura l'ambigüitat i la polivalència poden ser un valor preuat, en les ciències socials és imprescindible l'ús d'un llenguatge precís. Sovint l'ambigüitat és fruit de la superposició o la confusió provocada per l'ús de les accepcions antropològiques (molt àmplies) i les humanistes (molt restrictives) del terme. També hem de ser cauts i evitar la confusió que sovint es produeix entre una concepció normativa i una concepció descriptiva de cultura.

Des de la perspectiva del sentit comú, es fa una definició excessivament laxa i imprecisa que diu que "cultura ho és tot", cosa que comporta un greu problema de banalització. La paraula cultura queda bé a tot arreu i fa quedar bé. Es fa un ús i abús notable del terme: es parla, fins i tot, de "la cultura

de l'aigua", "la cultura de la pau" i de "la cultura del pa amb tomàquet".

Paradoxalment, però, la paraula cultura té unes connotacions molt positives. Quan es parla de cultura es tendeix a parlar de Cultura amb majúscula quan ens referim a l'òpera, la pintura o la poesia— i es desestimen, en canvi, bona part de manifestacions culturals que tenen una gran difusió i desperten molt d'interès en la nostra societat. Hi ha una mitificació del fet cultural que dificulta òbviament el seu estudi. No és fàcil tractar l'art i la cultura com a objectes d'estudi, atès que sovint són tractats com una mena d'objecte de culte (no podem oblidar que les paraules "culte" i "cultura" comparteixen la mateixa arrel etimològica).

Molt lligat a això, hi ha el perill de caure en una actitud esnob. L'esnobisme, que és molt present en la nostra vida cultural, comporta una mirada altiva i distant que dificulta o impedeix fer un apropament sociològic seré i rigorós a la realitat cultural. No podem oblidar la importància dels gustos i les preferències culturals en els mecanismes de distinció i reconeixement social. És bo recordar que una de les regles d'or de la Sociologia és que el joc de posar etiquetes ens diu sempre molt més de l'etiquetador que no pas d'allò etiquetat. Els gustos —també en el camp de la ciència— poden ser un poderós instrument de distinció social o professional.

Finalment, hi ha un problema de complexitat

que va lligat al caràcter relacional de la cultura. Hi ha una gran diversitat de manifestacions o de nivells culturals –com són l'alta cultura, la cultura popular o la cultura mediàtica– que estan fortament interrelacionats. La cultura popular, per exemple, sempre és definida en relació –o en contraposició– a d'altres categories conceptuals com l'alta cultura o la cultura mediàtica. Part de la dificultat de definir les diverses nocions de cultura prové, precisament, d'aquest fet. És per tot plegat que Raymond Williams, tot i destacar que la cultura és una paraula clau del segle XX, considera que aquest terme és un dels més complicats i envitricollats de la llengua anglesa. No hi ha cap raó per pensar que les coses siguin diferents en català.

Després d'aquest capítol introductori s'exposen el que són –al meu entendre– les dues principals aproximacions a l'apassionant tema de la cultura: (II) la concepció humanista i (III) la concepció antropològica. Molt vinculada a la concepció antropològica s'exposa la noció de (IV) cultura com estil de vida. Seguidament, es volen exposar les principals teories sobre la cultura i, alhora, aprofundir en el coneixement del que són els principals fenòmens culturals característics del món actual: (V) la cultura popular, (VI) la cultura mediàtica i (VII) la cibercultura. En definitiva, l'objectiu principal d'aquest text és el de desfer alguns malentesos i intentar aclarir el significat i el

paper de la cultura en la societat contemporània.

LA CONCEPCIÓ HUMANISTA

La cultura no es (...) la existencia de lo que se suele llamar #bienes culturales#, sino nuestra presencia, ante ellos, nuestra posibilidad de ser alguien ante la herencia recibida y, sobre todo, nuestra posibilidad de hacer algo con ella.

Emilio Lledó, *Imágenes y palabras*. 1998.

S'ha tendit durant força temps a assimilar la "cultura" (*stricto sensu*) amb l'"alta cultura". Des d'aquest punt de vista, la cultura remet a la sensibilitat, als valors espirituals d'una època i a la seva expressió en productes i obres de caire científic, literari i artístic. Raymond Williams assenyala l'estreta vinculació entre aquestes dues concepcions que es relacionen amb una visió molt exigent que és pròpia dels artistes, intel·lectuals i acadèmics que treballen en el "camp cultural".

Aquesta concepció connecta amb la visió de escriptor britànic del segle XIX Matthew Arnold, que a l'obra *Culture and Anarchy* (publicada el 1869) va considerar la cultura com "el millor del que s'ha pensat i s'ha dit en el món". Així, s'equipara la cultura amb les activitats més nobles i distingides de la condició humana i a les obres més importants que s'ha fet en literatura, pintura, música i els altres

àmbits de creació artística consagrats.

En aquest sentit es proposa fer un ús extraordinàriament delimitat del terme "cultura", molt vinculat ara al món de la creació i del gaudi dels béns simbòlics. La cultura es considera la màxima expressió del talent humà: la perfecció, l'excel·lència i la creativitat. Alhora es pensa que la cultura i l'educació tenen un paper essencial en el "procés de civilització". La cultura, doncs, té una gran transcendència en la millora de la dignitat espiritual i en la salut moral dels homes i les dones d'una època concreta.

Les aportacions d'Arnold van ser molt influents, però és el poeta i crític literari angloamericà T. S. Eliot, qui, l'any 1948, a *Notes toward the Definition of Culture* vincula l'existència d'aquests nivells de cultura amb una concepció aristocràtica de la societat i defensa una jerarquització social i cultural estricta. Creu que, en una societat ideal, totes les classes socials compartiran la mateixa cultura, però el grau de participació serà força diferent. Les classes socials més elevades no tindran més cultura que les inferiors, sinó que senzillament assoliran una cultura més conscient i una especialització cultural més elevada. La tasca de l'elit, segons Eliot, serà "produir un desenvolupament més alt de la cultura en la seva complexitat orgànica".

Sis característiques

Seguidament, i de forma concisa, apuntem les principals característiques de la concepció humanista, a partir de la tipologia elaborada pel sociòleg valencià Antonio Ariño (1997) a l'obra *Sociologia de la cultura*.

La cultura és selectiva

Les activitats culturals comporten el cultiu de les qualitats més nobles i de caire espiritual de la condició humana. Així, només algunes activitats –com llegir o escoltar música– són dignes i mereixen ser reconegudes com a culturals. Això comporta que la major part de les accions empreses per les persones durant la vida ordinària, relacionades amb el treball o l'acompliment de les obligacions quotidianes, queden excloses de la definició.

La cultura és normativa o canònica

La "cultura humanista" té el seu fonament en la tradició i es caracteritza per un elevat grau d'exigència a l'hora de jutjar les qualitats de la creació cultural. Hi ha una tendència a idealitzar els productes de la tradició cultural, potser perquè del passat ens arriben les obres selectes, les que han resistit el pas del temps. Però això no ens ha de fer

perdre de vista que la major part de les obres són i han estat mediocres, i és que el talent i la genialitat són sempre un fet extraordinari (és a dir, escàs). Del passat només recordem obres excepcionals.

Només el temps permet que una obra pugui ser reconeguda, valorada i admesa dins la tradició. Aquesta concepció selectiva va molt lligada a una concepció normativa de la cultura. La tradició humanista posa l'accent, sobretot, en la qualitat artística i en l'excel·lència. La reflexió sobre el cànon literari posa de manifest la preocupació per l'excel·lència.

Un cànon contra la posmodernitat

A *El cànon occidental* (1995), Harold Bloom defensa apassionadament la necessitat del cànon. Bloom és professor d'humanitats a la Universitat de Yale i està considerat un dels crítics literaris nord-americans més reputats. Segons aquest autor, canònica és aquella obra literària destinada a perdurar i que mereix una lectura i relectura constant. L'obra de Bloom va en contra de la indiferència o del relativisme cultural que professen els partidaris de la postmodernitat. Els autors postmoderns creuen que les fronteres que separen l'alta cultura i la cultura popular han quedat desdibuixades, i destaquen el caràcter plural i fragmentari de la producció cultural actual. Consideren que vivim un temps presidit pel caos i la confusió, una època de mestissatge en què imperen els valors mercantils i l'èxit fàcil, i en la qual esdevé impossible establir criteris definitius de veritat, de bondat o de bellesa. Harold Bloom es revela en contra de la sensació de caos i desconcert característic de la postmodernitat. La coneguda obra *El cànon occidental* és intempestiva i davant dels excessos que ha comportat la postmodernitat, reclama un retorn a l'ordre. L'autor s'erigeix en una mena d'autoritat solitària que polemitzava amb el que qualifica com a "escola del ressentiment". Bloom contradia els corrents feministes, afroamericans, marxistes, neohistoricistes, que han proliferat arreu i que són hegemònics en molts departaments universitaris d'estudis culturals. Bloom defensa, per damunt de tot, el valor artístic de les obres d'art i es mostra escèptic respecte al potencial polític de l'art.

La cultura és carismàtica

Les manifestacions culturals expressen les qualitats extraordinàries de l'artista considerat com un creador genial. Podem definir el carisma (el *duende*, que deia el poeta García Lorca) com una capacitat excepcional, gairebé sobrehumana, que els deixebles o admiradors d'un autor atribueixen a la personalitat de l'artista. Es tracta de l'atribució d'un do o d'una qualitat transcendental que es fa extensible, també, a les obres d'art que són producte del seu treball. El carisma és de caràcter fràgil i provisional, ja que va lligat a la personalitat i a la vitalitat del creador. La concepció carismàtica posa l'accent en el talent i la inspiració (més que no pas en el treball i en l'esforç), com si l'obra d'art fos una emanació directa de la personalitat de l'artista. No cal dir que la genialitat és una qualitat excepcional i que la major part dels creadors són i han estat mediocres.

La cultura és producte de l'educació

La cultura és el fruit d'un procés iniciàtic que s'assoleix a través d'un llarg i complex procés educatiu. Per això podem relacionar el significat originari de la paraula "cultura" –derivat de "cultiu" ("agricultura")– amb el cultiu de la ment i de la sensibilitat. Els processos d'aprenentatge cultural poden ser relativament durs i sovint estan presidits

per una actitud d'esforç i d'autoexigència. Cal assenyalar l'estreta connexió que hi ha entre cultura i educació, i remarcar la gran importància dels processos educatius, que tenen lloc, de manera primordial, en l'àmbit familiar i a l'escola.

La cultura és jerarquitzadora

Són les "persones cultes" les que estan en millor disposició de reconèixer els valors i de gaudir de les qualitats de les obres més importants de la tradició cultural. La formació personal és possible gràcies a un lent i sofisticat procés educatiu que permet a les "persones cultes" gaudir de les millors creacions de la tradició. Aquest bagatge cultural —el "capital cultural"— pot servir per legitimar i reforçar la situació social de privilegi de determinades elits socials.

La sensibilitat i el gust s'eduquen (no són un producte de la naturalesa). És gràcies a l'educació que algú pot assolir un alt grau de sensibilitat, un refinament en el gust i una ampliació del nivell de coneixements. Les persones ignorants, incultes i poc sensibles, no disposen de la preparació adequada per gaudir d'aquestes formes culturals. Per aquestes persones, l'alta cultura és un afer estrany, llunyà i especialment difícil. Aquesta "dificultat" reforça, encara més, el caràcter minoritari i exclusiu que sovint presenta el públic que té accés a l'alta cultura. En determinats països, com ara França i la Gran

Bretanya, l'alta cultura gaudeix d'una sòlida tradició i un gran prestigi social: ha esdevingut un model i un referent universal per a amplis sectors de la societat.

La cultura és fràgil i vulnerable

La tradició cultural és com un tresor heretat. Es tracta d'un llegat que cal conservar. L'alta cultura es pot perdre o es pot veure terriblement afeblida, deformada i degradada en mans de persones poc sensibles i sense escrúpols. La cultura també es pot veure amenaçada per la reproducció tecnològica, el mercadeig de l'art i la banalització que comporta sovint la divulgació cultural.

Allò que proporciona una gran riquesa i prestigi a la cultura humanista és l'existència d'un repertori basat en una rica tradició i en uns patrons de qualitat que són el producte d'un llarg i complex procés històric de reflexió i depuració. Aquest repertori inclou grans obres en el terreny de la poesia, la novel·la, la filosofia, l'escultura, la pintura, les composicions i execucions musicals, les obres i representacions teatrals, l'arquitectura i l'artesanía.

La concepció humanista de cultura gaudeix d'una herència molt valuosa i incorpora un munt d'obres importants que podem considerar essencials en la nostra tradició. La tradició humanista també posa l'accent en el cultiu de la ment i de l'esperit. Com s'ha dit, l'educació té una importància decisiva

en el procés de formació cultural.

Des d'una sensibilitat humanista, cal que la cultura sigui preservada mitjançant l'acció coordinada d'una sèrie d'institucions especialitzades: museus, biblioteques, sales de concert. Lògicament l'escola i les institucions educatives tenen una importància cabdal en la difusió i la transmissió d'aquesta tradició a través de les generacions.

Dins la tradició humanista –que hem acabat d'exposar– conviuen una extraordinària diversitat de sensibilitats. És per aquest motiu que és difícil (i, segurament, molt agosarat) fer-ne una síntesi. Naturalment, seria enganyós o il·lusori pensar que som davant una tradició completament coherent i harmònica. La realitat és que es tracta d'una tradició molt rica i fèrtil presidida –no podia ser d'altra forma– per debats i controvèrsies. Algunes versions canòniques dins de l'humanisme han suscitat el naixement de moviment heterodoxes que han qüestionat d'arrel els principis bàsics de cert humanisme. Com veurem en el proper apartat, la tradició humanista ha estat contestada, per exemple, per les avantguardes estètiques de principis del segle XX i per la Contracultura de la segona meitat d'aquest segle XX.

La cultura oficial i la contracultura

L'art s'ha mitificat extraordinàriament dins de la

tradició cultural de l'humanisme. Tanmateix, les formes culturals i artístiques també han generat rebuig o resistències. La controvèrsia i les disputes s'han produït en el mateix camp artístic i han generat una tensió (més o menys permanent) entre els partidaris de l'ortodòxia i els que plantegen posicions herètiques. L'evolució i transformació cultural és, en bona part, producte d'aquesta tensió constant.

La importància dels moviments herètics o heterodoxos –que han tingut una importància extraordinària en l'àmbit religiós– es fa palesa, d'una manera molt clara, en el camp de l'art. Les avantguardes artístiques de principis del segle XX van provocar una ruptura radical amb la tradició heretada. Aquests moviments estètics van propiciar una ruptura radical amb els convencionalismes de l'art acadèmic i del classicisme. Gran part d'aquests moviments rebutgen també l'estètica burgesa i l'esteticisme, allò que tradicionalment s'ha anomenat "bon gust", entès com a conjunt de valors de les classes privilegiades reforçats pel sistema educatiu i anomenada "alta cultura". També comportarà un menyspreu dels gustos populars i del fenomen *kitsch*.

La crítica feta per les minories avantguardistes va tenir un efecte de xoc i sovint va ser motiu d'escàndol i controvèrsia. Els moviments d'avantguarda –malgrat que sovint han fracassat en

els seus propòsits— han propiciat que amb el temps es produeixi un canvi profund en la sensibilitat cultural i l'estètica contemporània.

El terme "contracultura" és relativament recent, però en totes les èpoques de la història s'han produït moviments heterodoxos de resposta i de rebuig contra les creences, els valors i les normes imposats per la cultura oficial. Així, la paraula "contracultura" va associada als moviments de revolta del maig del 68, però els corrents de caire subversiu han estat una constant al llarg de la història.

La contracultura es pot manifestar de maneres diferents en cada societat; especialment però en moments convulsos en què s'anuncien canvis profunds. La contracultura proposa un discurs de crítica del poder i de tota forma d'opressió. En el moment que s'accepta una proposta que prové de la contracultura, aquesta entra a formar part de la cultura compartida (allò que el sociòleg nordamericà Peter Berger anomena "un món donat per descomptat") i perd, en bona part, els seu caràcter subversiu.

LA CONCEPCIÓ ANTROPOLÒGICA

L'home està biològicament predestinat a construir un món amb altres i a conviure-hi. Aquest món esdevé per a ell una realitat omnipresent i indefugible. Els límits d'aquest món els imposa la naturalesa; però un cop construït, el món social s'hi torna i també ell marca límits a la naturalesa. En aquesta dialèctica entre la natura i el món socialment construït, el mateix organisme humà queda transformat. En aquesta mateixa dialèctica, l'home crea realitat: i, en crear realitat, es crea ell mateix.

P. Berger i T. Luckmann, 1988, 251.

La concepció de cultura que gaudeix de més tradició és, com acabem de veure, la humanista. Tanmateix, cap al final del segle XIX, la naixent antropologia va atorgar un nou significat al concepte de "cultura", entesa ara com el conjunt d'expressions i realitzacions de la vida de l'home en societat. Al concepte restringit "d'alta cultura" o de cultura humanista, que recull un dels grans eixos de significació del concepte original (que la vinculava molt a l'art i a la vida espiritual), hi afegim ara una altra definició que contempla i amplia extraordinàriament la significació anterior.

Des d'aquesta òptica, es pot parlar de cultura com el conjunt de les manifestacions i produccions

específiques d'una col·lectivitat i en el terreny intel·lectual, moral, folklòric i, fins i tot, material.

Assistim al pas d'una concepció eminentment normativa de la cultura a una de descriptiva i amb finalitats científiques o pseudocientífiques. Comporta també el pas d'una concepció elitista i valorativa de la cultura a una altra més oberta, ja que, malgrat les diferències culturals entre els pobles i les relacions de dominació o de dependència existents, considera que tots els grups humans tenen la seva cultura.

L'antropologia neix al segle XIX com una disciplina de coneixement científic, molt lligada a les potències colonials preocupades per "explorar i comprendre" millor les societats colonitzades. L'origen de l'antropologia assenyalava una fita en la història d'Occident, que contempla les altres societats colonitzades com a objectes dignes d'estudi. Per tant, es tracta d'una disciplina de coneixement que constata l'existència de diferents cultures i que inicialment es dedica a classificar-les.

Les pràctiques quotidianes

Dins del procés d'hominització –mitjançant el qual l'espècie humana s'ha desenvolupant al llarg de la història– és molt difícil separar o discernir els aspectes biològics dels aspectes culturals. Expressat amb una fórmula paradoxal: la cultura és una cosa pròpia de la naturalesa humana. Som bàsicament

éssers culturals, però també som part de la natura sobre la qual exercim la nostra activitat.

El centre d'atenció de l'antropologia són les pràctiques humanes en general –no només les que assoleixen una dimensió espiritual o les que són qualificades com a nobles. L'antropologia analitza les pràctiques culturals ordinàries de la "gent normal" com a membres de la societat (mentre que l'alta cultura focalitza l'interès en l'estudi de les pràctiques "espirituals" de les "classes altes"). La cultura és la forma de vida d'una societat. Es tracta d'una accepció que ha tingut una enorme transcendència en les ciències socials i més enllà d'aquestes.

Dins la tradició antropològica conviuen concepcions força diferents de cultura. Hi ha qui s'ha entretingut a col·leccionar-les fins a assolir una xifra de prop de tres-centes definicions diferents. No és el lloc ni el moment d'exposar totes aquestes definicions, ni d'entrar en disquisicions. En tenim prou de fer una definició sintètica que vol ser més o menys fidel als corrents més representatius de l'antropologia.

Sis característiques

La cultura suggereix una dialèctica entre el que és artificial i el que és natural, entre el que nosaltres fem al món i el que el món ens fa a nosaltres. La naturalesa produeix la cultura, que, alhora, transforma la naturalesa, tema recurrent en les comèdies tardanes de Shakespeare, en les quals la cultura es representa com l'instrument d'una constant recreació de la naturalesa.

Vegem, tot seguit, les característiques de la concepció antropològica de cultura.

La cultura és constitutiva

Tots els éssers humans, per naturalesa, necessiten formar-se i completar-se culturalment. L'ésser humà és un animal polític (*zoon politicon*) ja que fora d'un entorn social i cultural no podria desenvolupar les seves potencialitats. El fet cultural és fonamental, ja que hom no posseeix els mitjans biològics necessaris que procuren estabilitat a la vida humana. El fet de formar part d'un món cultural determinat és el que pot donar ordre, estabilitat i sentit a la vida. Es tracta d'una concepció universal i inclusiva, ja que tots els homes i dones estan constituïts culturalment com a éssers humans.

L'home és un ésser biològic

Malgrat el caràcter cultural de la condició humana, no podem oblidar-ne la condició biològica. L'ésser humà ha de satisfer una sèrie de "necessitats" i d'imperatius que venen determinats per seva naturalesa. L'home i la dona estan biològicament predestinats a viure en un món social. Aquest món esdevé per a ell una realitat omnipresent i indefugible. Els límits d'aquest món els imposa la naturalesa; però un cop construït, el

món social s'hi torna i també ell marca límits a la naturalesa. En aquesta dialèctica entre la natura i el món socialment construït, el mateix organisme humà queda transformat. L'ésser humà continua desenvolupant-se biològicament un cop ha establert una determinada relació amb el medi.

La cultura té un caràcter històric

L'ordre cultural sorgeix com un producte de l'activitat humana. Els homes i les dones fem la història, però la fem en unes circumstàncies no escollides, directament trobades, donades i heretades del passat. La cultura és el fruit de la història i s'ha d'entendre com un producte del canvi permanent. Això pot apreciar-se clarament en el cas de llengua, que és una realitat viva que evoluciona i es transforma al llarg del temps.

La cultura té una dimensió objectiva

La cultura presenta una dimensió objectiva que s'expressa en formes institucionalitzades i també en la producció de determinades formes simbòliques com, per exemple, el llenguatge. Les institucions procuren mecanismes i maneres de fer mitjançant les quals les persones segueixen unes pautes de conducta modelades socialment.

Les formes culturals i les pautes de comportament són compartides per una comunitat de vida més o menys homogènia. Sovint no els

donem molta importància atès que les donem per descomptades.

La cultura té una dimensió subjectiva

La cultura presenta una dimensió subjectiva que s'adquireix mitjançant el procés de socialització. És mitjançant l'educació que podem aprendre i interioritzar els valors, les creences i les formes de comportament vigents en la comunitat.

La socialització és un procés d'aprenentatge crucial en la vida de les persones mitjançant el qual l'ésser humà interioritza durant tota la vida, i especialment durant la infantesa, unes maneres de pensar, de sentir i d'actuar que són pròpies de la seva "comunitat de vida". No cal dir que l'aprenentatge del llenguatge té una importància cabdal dins d'aquest procés.

La cultura és un sistema de símbols

No es pot entendre la cultura sense destacar la importància que té la simbologia per la vida social. A principis del segle XX, Max Weber –principal figura de la sociologia alemanya– destaca el caràcter significatiu de la vida social. En una línia molt semblant, l'antropòleg Clifford Geertz veu la cultura com la xarxa de significats en què es veu envoltada la humanitat. Les construccions simbòliques tenen un caràcter arbitrari i convencional. Es tracta d'informació que es pot transmetre –per via oral o

escrita— de generació en generació.

En definitiva, la cultura és un marc de referència complex fet de models de tradicions, creences, valors, normes, símbols i significats compartits pels membres que conviuen dins una comunitat. El grau de participació i d'implicació per part dels individus pot ser força diferent de manera que les formes culturals no són estrictament homogènies.

Les creences culturals es refereixen a allò que la gent accepta sense qüestionar-s'ho. En tota societat hi ha uns referents comuns entre els individus que configuren el que podem anomenar "el món donat per descomptat", que és percebut pels individus com a "natural", independent d'ells i inqüestionable. Aquests referents compartits són els que fan possible la comunicació entre individus diferents i faciliten la relació entre les persones. És, doncs, un mecanisme molt eficaç com a font de legitimació de l'ordre social. Aquest coneixement, però, no té res de natural. Aquestes certeses són fruit de convencions socials sovint precàries. Les normes culturals estableixen les expectatives de comportament en situacions determinades.

Finalment, els valors culturals es refereixen a allò que socialment es considera prioritari: el que està bé o malament, el que és desitjable o indesitjable. És mitjançant l'educació que es poden aprendre i interioritzar aquests valors, creences i

formes de comportament, alhora que aquestes formes i reglamentacions es poden transmetre entre generacions.

Identitat i diversitat cultural

Les societats no són illes. Tota societat esta en contacte amb d'altres societats i, per tant, tota cultura és susceptible de ser influïda per d'altres formes culturals. Seguidament veurem les característiques més significatives de tota cultura que esta en contacte amb d'altres realitats culturals.

Tota cultura és particular. Malgrat el caràcter necessari i universal del fet cultural, cada cultura és històricament particular i ha de ser investigada empíricament tenint en compte els valors normatius de cada societat. Tota cultura es defineix en referència a un grup social que viu en unes circumstàncies temporals i espacials concretes. Hi ha cultures desterritorialitzades com ara els gitans o els immigrants.

La cultura és plural. Hi ha tantes cultures com grups humans. La diversitat és tant un resultat de l'ontologia (la manera de ser) com de la fenomenologia (en la qual tot grup humà s'adapta a les condicions ambientals i socials que li ha tocat viure).

Existeixen els "universals culturals". Un dels enigmes essencials als quals ha pretès donar resposta l'antropologia és comprendre la diversitat

de les cultures dins de la universalitat de la cultura humana. Malgrat les diferències, també hi ha una sèrie de trets comuns, compartits per totes les societats, anomenats "universals culturals".

La cultura és relativa. Malgrat que els homes tendeixen a pensar que la seva cultura és superior (etnocentrisme), l'antropologia contemporània afirma la dignitat equivalent de totes les cultures. L'antropologia, un cop superada la fase evolucionista, aplica el relativisme cultural com un principi metodològic en els seus estudis.

Les formes culturals són essencialment híbrides. Malgrat que molts estudis tendeixen a cercar una coherència i una harmonia de les formes culturals, es pot dir que no hi ha formes culturals químicament pures, atès que gairebé totes les societats estan en contacte amb altres. El mestissatge –com assenyala l'escriptor d'origen palestí Edward Said– és consubstancial a totes les cultures: "Totes les cultures estan involucrades entre si; no hi ha cap cultura pura, ni única; totes són híbrides, heterogènies i extraordinàriament diverses".

Aquestes són les característiques essencials d'una concepció integradora de la cultura. Des d'aquesta perspectiva antropològica, la majoria dels aspectes rellevants d'una societat s'insereixen en la definició de cultura, i l'anàlisi d'una cultura es converteix pràcticament en l'anàlisi d'un sistema o

d'una formació social concreta.

De l'etnocentrisme a la interculturalitat

Refusant la humanitat als qui apareixen com els més salvatges o bàrbars dels seus representants, no fa sinó manllevar-los una de llurs actituds típiques. El bàrbar és, primer que res, un home que creu en la barbàrie.

Claude Lévi-Strauss *Raça i història*, 1969 (1952),

Cada societat té la seva idiosincràsia i tendeix a considerar la seva cultura com la millor. Des de l'antropologia s'ha denunciat una tendència freqüent en tots els pobles, inclosos els pobles "civilitzats", a considerar les altres formes culturals com a infracultura o a negar-los la dignitat. En negar la dignitat de la cultura també es menysprea la dignitat dels individus que en participen.

En un treball clàssic, *Raça i història* (1952), l'eminent antropòleg francès Claude Lévi-Strauss afirma que en els homes i les dones de totes les cultures i totes les èpoques hi ha una actitud molt arrelada i persistent, basada en fonaments psicològics molt sòlids, que consisteix a repudiar les formes culturals, morals, religioses, socials, estètiques, que estan allunyades de les pròpies. Les diverses formes de negació de l'altre sovint van lligades a les relacions de dependència i de dominació entre diversos grups humans.

Les formes culturals estranyes tendeixen a ser

qualificades de salvatges: "Això no és cosa nostra", "Això no hauria de permetre's", etcètera, i d'altres reaccions grolleres que tradueixen aquesta esgarripança o repulsió davant la presència de maneres de viure, de creure o de pensar que són estranyes a la pròpia. La forma de vida de cadascú apareix com la norma i, per tant, no és una "cultura" qualsevol, sinó el patró mitjançant el qual es contemplen les altres formes de vida, amb tota la seva singularitat. No cal dir que aquesta és una actitud etnocèntrica, basada en un punt de vista ingenu, però profundament arrelada a la major part de les cultures.

L'etnocentrisme no és una actitud exclusiva d'Occident. En realitat, forma part d'una tendència de tots els homes i les dones a pensar que vivim en l'únic món possible; el millor dels móns possibles, potser. Ni en un cas ni en l'altre, no es vol admetre el fet de la diversitat cultural; es prefereix fer fora, expulsar de la "cultura" totes aquelles "formes i estils de vida salvatges" que no es conformen a la norma dels models culturals propis. Lévi-Strauss conclou les seves reflexions amb un fragment lapidari: "Refusant la humanitat als qui apareixen com els més salvatges o bàrbars dels seus representants, no fa sinó manllevar-los una de llurs actituds típiques. El bàrbar és, primer que res, un home que creu en la barbàrie". L'antropòleg francès es refereix a la relació entre cultures i suggereix una

aproximació antropològica relativista, que serveix, si més no, per comprendre i admetre la dignitat de totes les cultures humanes, sense negar les diferències. Es tracta d'una crida al respecte i a la tolerància entre els individus de diverses cultures.

Malgrat que l'antropologia neix lligada al colonialisme i amb una vocació classificatòria, l'antropologia actual afirma la dignitat equivalent de totes les cultures. Les cultures, doncs, no són comparables: són incommensurables. El relativisme cultural és un principi metodològic que permet estudiar les formes culturals des de la distància i del respecte envers unes formes culturals que s'han de comprendre com a unitats totalitzadores.

Les cultures només són comprensibles a partir dels seus criteris interns. Això significa que l'única manera de comprendre correctament les cultures és interpretar-ne les manifestacions d'acord amb els seus criteris culturals, cosa que no implica l'eliminació del nostre judici crític, però sí la seva suspensió inicial fins que no haguem entès la complexitat simbòlica de moltes pràctiques culturals. Es tracta d'intentar moderar un etnocentrisme que es present en totes les societats humanes i que fa interpretar les pràctiques culturals alienes mitjançant els criteris de la cultura d'aquell que interpreta.

Cal assenyalar que les societats actuals no són culturalment homogènies. Dins una mateixa societat

poden coexistir grups culturalment i ètnicament diversos que conviuen i rivalitzen. Això fa que la diversitat i la complexitat siguin en el cor de la vida social. Per estudiar les relacions entre cultures hi ha dues perspectives diferents: la multiculturalitat i la interculturalitat.

La multiculturalitat es considera una situació de fet en la qual col·lectius de persones de cultures diferenciades coexistien en un mateix territori estatal o regional. En la multiculturalitat el territori és l'element que diferencia el que és propi del que és aliè. Per la interculturalitat les cultures no estan irremediament lligades a una identitat territorial. Es consideren els fenòmens de desterritorialització de la cultura que s'han accentuat amb el procés de "globalització cultural". El multiculturalisme tendeix a remarcar les diferències que hi ha entre les cultures, ja que es basa en la comparació d'allò aliè a partir d'allò propi. La interculturalitat també defineix una situació de fet, però analitzada des d'un punt de vista diferent. Des de la perspectiva de la interculturalitat, interessa conèixer les relacions i els contactes entre diverses cultures. El que interessa no són les diferents cultures en si mateixes, sinó els contactes que s'estableixen entre elles, els espais relacionals, els llocs fronterers, les hibridacions i els mestissatges.

UN ESTIL DE VIDA

Part de l'encant atribuït a la sabata de xarol, a la roba blanca immaculada, al barret de copa brillant i al bastó –que realcen en tan gran mesura la dignitat natural d'un cavaller– deriva del fet que suggereix que l'usuari, vestit així, difícilment pot ajudar a fer cap tasca útil. Els vestits elegants serveixen a la seva finalitat d'elegància no només pel fet de ser cars, sinó també perquè constitueixen el símbol de l'oci.

Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, 1899.

Molt lligada a la concepció antropològica es pot considerar la cultura com una manera global de viure i d'encarar la vida, com una manera de ser en el món. La noció de cultura com "estil de vida" és una concepció vinculada a les pràctiques quotidianes, als gustos i als hàbits dels membres dels grups o de les classes socials. La idea d'estil de vida és molt important en la nostra societat per tractar fenòmens com els de la moda o les cultures juvenils. L'estil de vida contempla el desenvolupament de les pràctiques en el temps de lleure, els costums i els hàbits culturals en un sentit ampli: per exemple, podem fer esment de la decoració de la casa, de les activitats que es fan durant les vacances, de la manera de vestir.

La cultura com a estil o forma de vida comporta una versió esteticitzada de la societat entesa com un tot més o menys harmònic. Es tracta d'un terme que actualment gaudeix d'un ús ampli i variat, tant en el camp de la sociologia com, principalment, en la investigació sobre l'estratificació social o en la investigació de mercats, on s'ha utilitzat en els estudis sobre consum. Malgrat això, no sempre és fàcil aconseguir un consens a l'hora de definir-ne el significat.

El concepte "estil de vida" va ser elaborat per autors clàssics de la sociologia com Gabriel Tarde i George Simmel, però va ser Max Weber qui, en l'àmbit de les ciències socials, en va donar una definició més acurada. Weber parla dels "estils de vida" quan, en un diàleg tàcit amb Marx, afronta l'existència de les classes socials en les societats capitalistes. Des d'una perspectiva marxista, la propietat, la riquesa i l'ocupació són els principals criteris convencionals per a la definició de la posició de classe. La classe es pot definir com un grup d'individus que comparteixen un rol professional i unes mateixes condicions de treball.

Weber va admetre aquest punt de vista, però, també va subratllar la importància que tenen o poden tenir els factors culturals (extraeconòmics i extralaborals) en la definició de la classe, ja que les classes socials són grups humans amb uns trets d'identitat comuns, cosa que pot influir fortament

en el seu "estil de vida" particular. Segons l'autor alemany, la descripció de l'estratificació social es complica per l'existència dels "grups d'estatus". Es pot fer una distinció estricta entre classe i grups d'estatus: "Per tant, podem dir –a risc de simplificar– que les classes s'estratifiquen d'acord amb llurs relacions amb la producció i l'adquisició de béns; mentre que els grups d'estatus s'estratifiquen segons els principis del consum de béns, tal com ve representat per estils de vida particulars (Weber, 1921).

Es tracta d'una cultura viva, vinculada als gustos i a les formes de vida dels grups o de les classes socials. Els gustos, les formes de capteniment o el nivell de consum de béns materials poden esdevenir un bon indicador per ubicar les persones en el seu grup social. L'estil de vida està molt condicionat per les activitats que es fan en el temps de lleure i es reflecteix, per exemple, en el tipus i estructura de la despesa familiar. Aquesta noció inclou totes aquestes manifestacions i la manera particular de realitzar-les. Per exemple, la roba, el pentinat i les activitats de lleure dels joves tenen una gran carrega simbòlica. Els joves donen una gran importància als elements estètics i formals. La irrupció de les anomenades "cultures juvenils" s'expressa a través de determinades modes i pautes de consum.

La cultura com a estil de vida equival a "les maneres de fer". La "manera" no es refereix només

a la mera aparença o a l'aspecte exterior de les accions o dels comportaments, sinó al registre sencer, minuciós i complet, de les seves característiques. Els partidaris d'aquest enfocament projecten una visió totalitzadora de la cultura. La cultura és contemplada com una manera global de viure i d'encarar la vida, i una manera d'ésser en el món: el literal "*culture is a whole way of life*" de Raymond Williams.

El consum ostentós

D'una societat centrada en el treball i la producció hem passat a una societat on el consum també té una importància cabdal. Thorstein Veblen fou el primer economista que, més enllà de l'anàlisi econòmica convencional, va parlar del "consum ostentós" relacionat amb l'afany de presumpció i de distinció social. A *Theory of the Leisure Class* (1899), Veblen va considerar que la classe superior està en condicions d'imposar les formes de comportament que la caracteritzen, els seus gustos i, en definitiva, tot allò que constitueix l'estil de vida com un model de referència han de seguir o a respectar que la resta de les classes socials. Segons Veblen, qualsevol despesa que contribueixi de manera efectiva a la bona fama de l'individu generalment s'ha de fer en coses cares i supèrflues.

El luxe

El consum d'objectes de luxe, que no tenen cap utilitat aparent, ha esdevingut socialment honorable, signe de proesa i penyora de dignitat humana. El consum arriba a ser honorable per si mateix, especialment quan es refereix a les coses més cares i desitjades. És en la mesura que els béns són costosos que consumir-ne es considera un fet "noble"; inversament, la impossibilitat de disposar-ne pot esdevenir un signe d'inferioritat i de demèrit. Com diu Thorstein Veblen, un vestit barat és el que fa un "home barat". A la seva època, Veblen era perfectament conscient que, per assolir un alt nivell de distinció, no n'hi havia prou de fer ostentació de la riquesa material. També era molt important l'educació, la sensibilitat, les formes de comportament i, en definitiva, les bones maneres. El refinament dels gustos i aquest cultiu de la sensibilitat estètica, que acompanyen el captivament, requereixen temps i dedicació i, al mateix temps, no són accessibles a les persones que han de destinar bona part del seu esforç al treball.

Els gustos, el captivament i les formes de comportament han estat un vehicle important de comunicació social. Mitjançant el consum de determinats béns de luxe les classes altes poden reafirmar la seva situació social. L'exhibició de la riquesa és una actitud característica del "nou ric", que necessita afirmar-se (i compensar el seu origen social humil) mostrant-la com si es tractés d'un trofeu.

No és difícil adonar-se de les raons que expliquen el comportament típic del "nou ric". Com

va saber copsar magistralment l'historiador alemany Werner Sombart (1913) a *Der Bourgeois*, un fenomen que es repeteix en el nostre cicle cultural és el de la gent originària del poble que s'enriqueix ràpidament i gasta la seva riquesa per adquirir objectes de luxe: "Les raons i fonaments d'aquest comportament no són difícils d'explicar: d'una banda, la condició de l'home natural i rústec no li permet de gaudir d'altres plaers que no siguin de caire material; d'altra banda, el desig ardent de conquerir un lloc de prestigi al costat de les classes distingides".

Les formes més cridaneres d'ostentació social, particularment en el cas dels nou rics, tenen a veure amb un procés més o menys artificios de creació o recreació de la identitat en el qual es fan destacar uns atributs considerats positius. Aquesta situació es produeix sobretot quan hi ha (o es creu que hi ha) un desequilibri entre la posició social que algú ocupa i el respecte i la consideració social que aquest algú mereix, si més no, en determinats àmbits.

El nou ric és objecte fàcil de burla o d'escarni social. Es veu menyspreat i ridiculitzat per part dels sectors populars que, sovint, tenen un sentiment ambivalent de desdeny i d'enveja envers els homes d'èxit. El menyspreu existeix també entre els mateixos burgesos i, sobretot, entre els membres de la burgesia tradicional, la qual normalment adopta formes de comportament més austeres i més discretes.

Aquesta actitud de rebuig estètic sovint amaga una forta rivalitat envers els nou rics que tenen una actitud social més agressiva i més "amenaçadora". En contraposició al nou ric, les famílies de la burgesia tradicional (més segures de si mateixes) tendeixen a adoptar una actitud més discreta i alhora refinada, ja que, al llarg de generacions, les seves formes de capteniment han experimentat un procés d'elaboració i depuració formal. Lluny de les urgències econòmiques, aquests sectors de la burgesia es distingeixen per la seva elegància i "naturalitat".

Gustos i formes de vida

El gust és un vell objecte d'estudi de l'eminent sociòleg francès Pierre Bourdieu. Els gustos es troben en el cor de l'estil de vida d'un grup particular. Bourdieu considera que els gustos i les formes de comportament extern, que són al centre d'un determinat estil de vida, poden actuar com un bon indicador per ubicar les persones en el seu grup social o la classe social de procedència.

A *La distincion* —que ens procura un magnífic retrat històric de les formes de distinció cultural a França— Bourdieu considera que la persona distingida és la que segueix de manera escrupolosa i de forma digna les formes i els models arquetípics de conducta vigents en el seu grup de pertinença. Ara bé, les manifestacions culturals i les afirmacions

del gust no són, generalment, el producte d'una elecció conscient i estratègica de l'individu. El comportament cultural és el producte de l'*habitus* que és una disposició "desinteressada" que impregna i dóna una coherència formal a totes les formes de comportament, i orienta les decisions que organitzen la vida de les persones.

La noció d'*habitus* sorgeix en el context d'una teoria general de la pràctica i esdevé un concepte clau per comprendre les reflexions de Bourdieu sobre la cultura. Bourdieu desafia la concepció humanista que esdevé massa restrictiva. Des de la perspectiva de l'autor francès, "cultura", en sentit ampli, comprèn tot allò que es fa relacionat amb un determinat *habitus* de classe i que engloba formes i estils de vida. L'*habitus* és com una segona naturalesa d'origen cultural que orienta les eleccions que tothom fa relatives al menjar, al vestit, al mobiliari, als espectacles de què gaudeix. Alhora l'*habitus* impregna la manera de moure's, la manera de parlar i el gest. Així doncs, el fenomen de la distinció no es refereix solament al camp de les belles arts i al dels gustos estètics de caire més refinat, sinó que s'estén en un sentit ampli i impregna les formes de consum i els estils de vida de les diverses classes socials.

L'*habitus* constitueix un conjunt de disposicions que inclinen els agents a obrar i reaccionar d'una manera determinada. Així, l'*habitus* (el gust) es refereix alhora a certa capacitat de discerniment i a

una determinada manera de fer les coses amb una gràcia especial. Es pot definir l'*habitus*, a la manera de Bourdieu, com "el sistema de disposicions adquirides (marca incorporada de la biografia social), que és alhora principi generador de pràctiques objectivament classificables i sistema de classificació d'aquestes pràctiques".

Les disposicions que constitueixen l'*habitus* són inculcades, estructurades, durables, generatives i transposables. Amb aquest concepte, Bourdieu vol connectar les estructures socials objectives amb els individus socials concrets com a subjectes i protagonistes. Aquestes disposicions generen pràctiques que són regulars, però que no han de ser pas, necessàriament, el producte d'accions conscients o governades per una "regla".

L'*habitus* és el conjunt d'esquemes de percepció, d'apreciació i d'acció inculcats pel mitjà social en un moment i en un lloc determinats; és a dir, és un conjunt de disposicions socialment adquirides mitjançant l'aprenentatge. És una manera de ser interioritzada segons la posició que cadascú ocupa dins l'espai social i que acaba organitzant tant la percepció com la generació de les pràctiques culturals.

LA CULTURA POPULAR

La cultura popular, ja d'ençà dels primers esforços dels folkloristas per trobar-hi les diverses essències i fonaments dels esperits nacionals, estaria en perill d'extinció i això invita a diverses actituds conservacionistes que no són incompatibles: la compilatòria, la museística, la de potenciar-ne l'estudi, la de reivindicar-ne la protecció i la reestimulació per assegurar-ne el manteniment.

Marín i Tresserras, *Cultura de masses i postmodernitat*, 1994.

La "cultura popular" és al centre de moltes controvèrsies sobre el conjunt de la cultura contemporània. A Europa es tendeix a definir la cultura popular en contraposició a l'anomenada "cultura de masses", que comprèn la major part de les formes de producció i consum culturals de caire industrial. Dins de la cultura popular podem destacar les celebracions religioses i les festes que en alguns casos tenen una vigència extraordinària en molts pobles i ciutats. Les manifestacions esportives —que formen part clarament d'una nova cultura popular mediatitzada— també han adquirit una especial rellevància en les societats avançades.

Paradoxalment, mentre a Estats Units es relaciona la cultura popular amb el món del cinema, la ràdio i la televisió, als països europeus, en canvi, es vincula amb el folklore i la tradició: les festes i

celebracions, la música en viu, les danses tradicionals, les rondalles. Per exemple, els estudis de caire folklòric (o, millor dit, *folkloristes*) se centren en l'anomenada "literatura popular", especialment els contes, els costums, les supersticions, les festes, les llegendes i les dites populars.

La idea que la cultura popular és una cultura de masses d'origen nord-americà té un fort arrelament dins de la tradició dels estudis culturals. Els estudis culturals, que han proliferat sobretot als països anglosaxons, se centren prioritàriament els usos dels mitjans de comunicació convencionals i les formes de recepció cultural i apropiació social de la cultura. Per exemple, John Fiske (1987), sociòleg britànic expert en mitjans de comunicació, argumenta que la cultura popular "és allò que fa la gent dels productes provinents de la indústria cultural". La cultura de masses seria, en canvi, el repertori de productes culturals que s'ofereix al gran públic.

Dues cultures

Al llarg de la història es constata l'existència de dues cultures: d'una cultura de les elits ("cultura culta") diferenciada d'una cultura del poble o cultura popular. La cultura popular ha evolucionat al llarg del temps i s'ha transformat tant des del punt de vista de les formes com dels continguts i dels mitjans d'expressió. Segons Batjín, la cultura popular va ser creada pel poble no il·lustrat a l'època medieval i de forma "autònoma" (fora de la cort, a l'exterior dels murs dels monestirs i universitats), sense la tutela de les elits il·lustrades.

El romanticisme va contribuir a fer néixer la consciència del valor i la dignitat de la cultura popular enfront de la cultura culta, però també va contribuir a la difusió de la noció idealitzada d'aquesta cultura. Mentre que la tradició il·lustrada mantenia una actitud elitista i tendia a negar les possibilitats culturals del poble, la concepció romàntica va reconèixer per primera vegada el valor cultural de tot allò que ve del poble. Fruit de la tradició romàntica es creà una mena de relat mític que considera que la cultura popular sorgeix del poble com a expressió autèntica de les seves formes de vida i de les inquietuds d'un grup, i, per tant, arrela en el cor de la vida dels grups socials i de la tradició.

La gran ignorada

Definida exclusivament en relació amb el gust dominant, és a dir, negativament, en termes de *handicaps*, de limitacions, d'exclusió, de privacions (...), la cultura popular necessàriament apareix, des d'aquesta òptica, com un conjunt indiferenciat d'absència mancada de referències pròpies.

J. C. Passeron i C. Grignon, *Le savant et le populaire*, 1989.

Tot i que la cultura popular ha tingut un paper important en la creació de l'Estat-nació, ha estat la gran ignorada en els debats i les reflexions que s'han fet sobre la realitat cultural de la segona meitat del segle XX. Aquest oblit no és pas casual. Les raons són diverses. És motivat, en part, pel fet que algunes formes o manifestacions de la cultura popular han perdut vigència a molts països que es troben en fase de modernitat avançada. D'altra banda, l'emergència dels mitjans de comunicació social i de les indústries culturals ha eclipsat i col·locat en un segon pla algunes manifestacions típiques de la cultura popular.

Però això no és tot, també trobem la incapacitat de reconèixer la realitat o la visibilitat de determinades expressions culturals. La visibilitat de la cultura popular la dóna, en tot cas, la presència d'aquestes formes culturals en els mitjans de comunicació social o en el ciberespai. D'altra banda hi ha una greu incapacitat per reconèixer el valor que té el nostre llegat cultural i per recuperar la tradició.

L'origen d'aquesta incapacitat també prové d'una concepció idealitzada i tradicionalista de la cultura popular, que impedeix copsar les manifestacions actuals d'aquesta cultura. La crítica d'aquesta noció de cultura segueix el mateix ordre de les paraules que conformen la "cultura popular

tradicional".

Una 'cultureta'

En moltes ocasions es defineix la cultura popular en contraposició a l'alta cultura. Hi ha el perill, doncs, de caure en una concepció negativa de la cultura popular. Les obres i les pràctiques culturals que no assoleixen els estàndards mínims de qualitat requerits per ser qualificades d'"alta cultura" sovint s'inclouen en la "cultura popular". En aquest cas, la cultura popular seria una mena de calaix de sastre i una cultura en minúscules i de segona classe: una "cultureta". Es tracta d'una categoria teòrica residual que fa referència a una realitat cultural menor. El defecte, doncs, de moltes definicions de cultura popular és la tendència a negar la dignitat de les formes culturals d'origen popular.

Un poble divers i contradictori

El subjecte de la cultura popular és el *poble*. No obstant això, no és fàcil precisar què comprèn la noció de "poble". La cultura popular, ¿és una cultura comuna de tothom? ¿És una cultura dels rics i dels pobres? ¿O només es refereix als sectors més humils de la població? Des d'una perspectiva històrica es constata un protagonisme creixent de la ciutadania en la vida cultural.

Tanmateix, des d'un punt de vista sociològic, és evident que la noció de poble és un concepte

abstracte i genèric que inclou o engloba diversos sectors de la població. En tot cas, en fer servir la noció de "cultura popular" hem de ser conscients de l'existència d'una realitat cultural plural i contradictòria, ja que el poble és també divers i contradictori.

Una cultura viva

En intentar ubicar la cultura popular en el temps i en l'espai, es tendeix sempre a mirar cap al passat. Es titlla la cultura popular de "tradicional" i se'n cerquen els orígens en formes de vida arcaica. Però, l'anomenada "cultura popular" és una realitat plenament vigent, en ple procés de transformació, que adopta múltiples fórmules i que té la seva repercussió en els mitjans de comunicació convencionals i fa acte de presència també en el ciberespai. En realitat, la cultura popular no té l'exclusiva de la tradicionalitat. Totes les societats creen les seves tradicions, que són un element inherent a totes les formes culturals. També la cultura mediàtica i la cibercultura generen els seus rituals i commemoracions. El cinema, per exemple, ha fet més de cent anys d'història i ens ha deixat un llegat d'obres important.

La cultura popular, doncs, és plenament vigent en la societat contemporània. No es tracta d'una cultura morta. Ara bé, no podem demanar que es mantingui com una realitat autònoma, pura i

incontaminada, i que conservi intactes les seves formes tradicionals. És una realitat cultural que es transforma i evoluciona en consonància amb l'espirit del nostre temps i està en contacte amb les altres formes d'expressió culturals.

Una definició en set punts

Vegem ara una definició actualitzada de "cultura popular" dividida en set punts:

Primer, es pot parlar de la cultura popular com d'una cultura protagonitzada, d'alguna manera, pel "poble". En parlar de poble, però, hem de ser cautes i defugir una concepció mistificadora.

Segon, en les festes i celebracions d'accés lliure "tothom" està cridat a participar-hi, ja sigui com actor o com a espectador. El fet que no tothom hi participi no resta caràcter públic a les celebracions.

Tercer, és una cultura que connecta amb les formes de vida de la gent i que serveix, en moltes ocasions, per solemnitzar els moments àlgids d'una vida en comú. El calendari festiu, per exemple, va lligat a les celebracions populars vinculades tradicionalment als cicles de la natura. Però, no sempre té aquest caràcter solemne. També pot ser una cultura de l'entreteniment i de l'espectacle que té per objecte l'evasió de la vida quotidiana.

Quart, la cultura popular es basa, generalment, en la memòria de la gent i en la transmissió oral en l'entorn familiar o dins la comunitat. No podem

oblidar, però, que en la societat actual normalment tenim memòria escrita (i també audiovisual) de la tradició cultural. Malgrat el caràcter tradicional de moltes de les seves manifestacions, la cultura popular també connecta sovint amb "l'esperit del temps" actual i està subjecta al canvi i a la innovació. La cultura popular també es reinventa i evoluciona al llarg del temps.

Cinquè, sovint es contraposa la cultura popular i l'alta cultura com si fossin dues realitats diferents i incompatibles. No hi ha raons per pensar que la cultura popular no pugui ser una "cultura culta" com s'esdevé òbviament amb l'alta cultura, ja que també hi ha mecanismes de reconeixement i de consagració dels seus creadors i artistes.

Sisè, bona part dels actes i celebracions es duen a terme, normalment, en un espai públic obert i tenen un caràcter presencial. És important assenyalar que els mitjans de comunicació tenen un protagonisme important i configuren, en part, l'esfera pública en les societats avançades, raó per la qual la cultura popular és sovint una cultura mediàtica o mediatitzada.

I setè, en l'organització d'aquestes festes i celebracions participen diversos grups de ciutadans. La iniciativa prové generalment de pròpia ciutadania o de diverses institucions (públiques o privades), però en l'actualitat hi ha una sèrie d'empreses o institucions especialitzades que es dediquen a

l'organització i promoció de les celebracions populars.

Un moment irrepètible

Un dels aspectes més característics de la cultura popular és la participació i el protagonisme del públic. L'audiència "tradicional" té un caràcter presencial: està formada pel conjunt dels espectadors que assisteix als estadis esportius, als espectacles i a tota mena de representacions. L'audiència està localitzada en l'espai i el temps. En aquesta mena de celebracions, la coincidència i el contacte entre "actors" i "espectadors" és molt viu i constant. Aquest tipus d'escenaris i situacions persisteixen en la societat actual. Tradicionalment, el concepte d'audiència s'identifica amb la copresència de diverses persones en un mateix lloc al mateix temps. Moltes representacions o actuacions artístiques –per exemple els recitals de música– impliquen aquest caràcter (co)presencial. Són manifestacions de *cultura viva* en què els intèrprets i els espectadors comparteixen un moment irrepètible. Per exemple, en el teatre la noció de temps i d'espai són absolutament determinants. Els components de la companyia teatral convoquen el públic perquè assisteixi a un espai concret en una hora determinada. La coincidència entre els actors i el públic és total i absoluta. Si algun component del públic s'absenta en el moment de la representació a la qual ha anat i hi torna l'endemà no veurà exactament el mateix espectacle.

La democratització cultural

La cultura vista desde afuera, como la ven quienes nunca contribuyeron a crearla, puede aparecer como un caudal en numerario o mercancía, el cual,

repartido entre muchos, entre los más, no es suficiente para enriquecer a nadie. La difusión de la cultura sería, para los que así piensan —si esto es pensar—, un despilfarro o dilapidación de la cultura, realmente lamentable. ¡Esto es tan lógico! (...)

En efecto: la cultura vista desde afuera, como si dijéramos, desde la ignorancia o, también, desde la pedantería, puede aparecer como un tesoro cuya posesión y custodia sean el privilegio de unos pocos; y el ansia de cultura que siente el pueblo, y que nosotros quisiéramos contribuir a aumentar en el pueblo, aparecería como la amenaza a un sagrado depósito (...) Para nosotros, la cultura no proviene de energía que se degrada al propagarse, ni es caudal que se aminore al repartirse; su defensa, obra será de actividad generosa que lleva implícita las dos más hondas paradojas de la ética: sólo se pierde lo que se guarda, sólo se gana lo que se da.

Antonio Machado, *Cultura y sociedad*, 1970.

La democratització cultural és un dels principals objectius de la política cultural que es va endegar a Europa sobretot després de la Segona Guerra Mundial. Les polítiques culturals tenen com a finalitat una expansió i una promoció cultural més àmplies, com també una voluntat explícita d'apropar la cultura a tots els ciutadans.

La democràcia cultural pressuposa l'accés general a l'educació, ja que l'educació formal (a l'escola i a la família) és la base i el fonament d'una bona disposició vers la cultura. D'altra banda, és necessari un augment del poder adquisitiu i un increment significatiu del temps de "lleure". També l'extensió de les indústries culturals i de la cultura de masses han afavorit l'apropament de la cultura a la

ciutadania. Per això les polítiques democratitzadores van indistricablement lligades a l'Estat del benestar. En el moment actual també depèn del coneixement efectiu de les tecnologies de la comunicació i la informació, particularment de l'accés universal a l'ordinador personal i a la xarxa d'Internet (que permeti evitar l'anomenada bretxa digital).

L'accés a la cultura i la participació cultural dels individus és reconegut per les Nacions Unides com un dret essencial de l'ésser humà, equiparable als altres drets econòmics i polítics. Els partidaris de les polítiques de democratització cultural consideren l'educació universal i l'accés del poble al món de la cultura com un gran bé, com un signe inequívoc del "procés de civilització". Amb l'accés del poble a l'educació i a la cultura es demana, implícitament, el reconeixement i l'equiparació de la dignitat de tots els individus.

Els avenços econòmics i socials, juntament amb l'accés general al lleure, han de ser complementats amb una oferta cultural diversa i de qualitat, que els doni la possibilitat d'adquirir més coneixements, il·lustració o saviesa, que els permeti accedir a un estadi qualitativament superior de civilització o de millora individual i col·lectiva, i que els apropi a allò que fins no fa gaire era concebut com el privilegi d'una minoria selecta.

Camí de la utopia

La democràcia cultural és el principal objectiu d'una política que intenta reconèixer en l'àmbit cultural la igualtat de drets que es reclama en l'esfera política i social. Des d'aquesta òptica, es pressuposa un bon nivell de competència i de coneixements per part de la ciutadania.

Certament aquest nivell de coneixements i de sensibilitat cultural sempre es pot millorar i mai és del tot satisfactori, atès que la formació cultural només s'assoleix després d'un llarg procés educatiu que mai és pot completar.

Democratització no significa, en aquest cas, garantir l'existència d'una àmplia oferta cultural –de baix nivell– accessible a tothom, sinó fomentar la creació, la distribució i la participació cultural d'amplis sectors de la població i de grups que tenen una identitat cultural pròpia. No es tracta, però, de la difusió d'una cultura "vulgar", sinó de la divulgació d'una cultura de qualitat. No es tracta de privilegiar un determinat tipus d'oferta cultural (exclusivament d'alta cultura), sinó de promoure una oferta autònoma, diversificada i valuosa. Així es contempen totes les manifestacions culturals presents en la nostra societat, tant les expressions més refinades, que es poden considerar un instrument de formació i creixement personal, com les manifestacions adreçades al lleure mitjançant

l'evasió o l'entreteniment.

En definitiva, es tracta d'afavorir les condicions que facin possible l'accés dels ciutadans a la cultura i, també, de la cultura als ciutadans. Això significa crear els mecanismes mitjançant els quals els ciutadans tinguin accés a la creació cultural i, alhora, que les produccions culturals –de l'alta cultura, de la cultura popular i de la cultura mediàtica– siguin obertes i accessibles a tothom.

L'eficàcia de les polítiques democratitzadores, però, és relativa, ja que pressuposa una societat igualitària i, sobretot, una societat que garanteixi l'accés general al coneixement i a la formació.

LA CULTURA MEDIÀTICA

Les enormes mutacions que la impremta, és a dir, la reproductibilitat tècnica de l'escriptura, ha suscitat en la literatura són ben conegudes. Però constitueixen tan sols un cas, per bé que sens dubte especialment important, del fenomen que aquí considerem a escala de la història mundial.

Walter Benjamin, *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, 1937.

Malgrat que es tendeixi a situar l'origen de la mal anomenada "cultura de masses" a Estats Units al principi del segle XX, potser és més rigorós situar-lo –com afirma el destacat sociòleg britànic John B. Thompson– en la invenció de la impremta a Europa i la posterior invenció i desenvolupament de la premsa, la fotografia, el cinema, la ràdio, la televisió i l'ordinador personal. Aquests canvis van lligats al procés modernitzador i a una sèrie d'innovacions que han trasbalsat el món de la cultura i han fet que el vincle entre cultura i comunicació sigui cada vegada més indestruïble.

La cultura mediàtica és el resultat lògic de la introducció històrica dels mitjans tecnològics de producció i de difusió cultural, i de les noves formes d'organització social del treball en la producció i difusió dels béns simbòlics.

La visió de Walter Benjamin

Les genials intuïcions de Walter Benjamin recollides a l'*Obra d'art a l'era de la reproductibilitat tècnica* (1937) constitueixen un bon punt de partida per reflexionar sobre les noves formes de comunicació i la cultura. Les tècniques de reproducció cultural possibiliten una creació destinada a un consum massiu; els béns culturals són reproduccions o còpies d'un original, tot i que a vegades, com succeeix en el cas del cinema, no es pot parlar pròpiament d'una còpia original. Benjamin analitza la transcendència de la revolució industrial en el camp del consum cultural. Explica com les tecnologies de la comunicació contribueixen a transformar radicalment la funció social de l'art i la cultura. Els nous mitjans tècnics de difusió i reproducció impliquen el trencament de les antigues coordenades espai-temps que configuraven uns àmbits de consum plenament separats dels àmbits de la vida quotidiana. En definitiva, això significa la superació dels àmbits exclusius i exclusivistes que tradicionalment eren el lloc on es realitzaven aquests "consums".

La cultura mediàtica implica unes grans possibilitats tecnològiques, però, des del punt de vista dels continguts, no trenca amb les cultures literàries anteriors. Com assenyala el sociòleg i pensador francès Edgar Morin (1966): "Els continguts de la cultura impresa del segle XIX conflueixen en la cultura de masses del segle XX" i, podem afegir avui, en la cibercultura del segle XXI. Les novel·les de fulletó del segle XIX van donar pas a les radionovel·les de la primera meitat del segle

XX i les telesèries de les darreres dècades del segle XX.

Es pot dir que la "cultura mediàtica" ha esdevingut la veritable cultura popular de la nostra època. És probablement la primera "cultura interclassista" que ha existit, atès que no es tracta de la cultura d'una classe o d'un grup social específic, sinó que és una cultura que en principi s'adreça a tothom. La cultura mediàtica defineix un àmbit de comunió i de consens entre individus de diversa categoria i procedència social. Tanmateix, la cultura de masses no comporta només un vast públic comú, sinó que implica el desenvolupament de moltes capes diverses de públic, que –segons l'edat, el sexe, la classe, el nivell cultural– tenen gustos i interessos diversos que la indústria cultural també vol "colonitzar".

La cultura mediàtica ha esdevingut la forma característica de consum cultural a les societats avançades. No és, però, l'única cultura existent. La cultura de masses se superposa, i rivalitza, amb les cultures de caire tradicional, com la cultura popular, les cultures nacionals o la cultura humanista.

Com ja van apuntar els autors de l'escola de Frankfurt, més enllà de la seva transcendència econòmica, la cultura mediàtica ha tingut una notable repercussió en el conjunt de la cultura: en la manera de produir-la i de distribuir-la, i ha facilitat noves formes d'accés i de participació ciutadana. Els

productes mediàtics tenen, en darrer terme, una especificitat pròpia que intentarem escair seguidament.

Els trets característics

Els productes típics de la cultura mediàtica tenen, tal com exposa John B. Thompson, unes característiques determinades.

La cultura mediàtica implica l'ús de certs mitjans tecnològics de producció i difusió culturals. Aquests mitjans tècnics permeten (generalment) un cert grau de fixació de les formes simbòliques sobre un determinat suport material. És a dir, permeten subjectar o registrar les formes simbòliques en un mitjà material amb diversos graus de durabilitat. El grau de fixació d'un missatge en un determinat suport depèn dels mitjans específics emprats (un missatge gravat a la pedra, per exemple, serà molt més durador que un escrit en un paper).

D'altra banda, la cultura mediàtica implica l'existència d'empreses i d'organitzacions de caire institucional que usen generalment un suport o mitjà tecnològic per produir formes simbòliques i transmetre-les a un públic més o menys general. Els sistemes industrials de producció a gran escala permeten una producció massiva de béns destinada a ser consumida per un públic "massiu". La cultura mediàtica és també el resultat lògic de la introducció de les noves formes d'organització social del treball

en la producció i difusió dels béns simbòlics.

A més, els mitjans tècnics permeten –com va observar Walter Benjamin– un grau alt de "reproductibilitat" dels productes culturals. La reproducció significa la capacitat que tenen uns suports tecnològics de crear múltiples còpies d'una obra cultural a partir d'un disseny previ o d'una obra original. Amb alguns tipus de mitjans tècnics, com el gravat en pedra, el grau de repetició és, òbviament, molt difícil.

El desenvolupament dels sistemes d'escriptura i els mitjans tècnics com el pergamí i el paper van fer possible un increment significatiu de la reproductibilitat de les formes simbòliques i va fer que es poguessin enmagatzemar i perduressin en el temps. La invenció de la impremta va suposar un pas decisiu en fer possible la repetició de missatges escrits en una escala i a una velocitat extraordinàries. Posteriorment, el desenvolupament de la litografia, la fotografia, el gramòfon i les gravadores de casets va permetre fixar una sèrie de continguts en uns suports que en feia possible la reproducció.

No cal dir, en iniciar-se el segle XX, que les tecnologies de comunicació mitjançant nous suports (cable, satèl·lit) i les noves formes de codificació digital han comportat un increment extraordinari de les possibilitats d'enregistrament i de reproductibilitat culturals.

La reproductibilitat de les formes simbòliques

constitueix un requisit que fa possible l'explotació comercial dels béns simbòlics a gran escala. Les formes simbòliques es poden convertir en béns de consum: és a dir, són convertides en béns susceptibles de ser venuts i comprats en un mercat. Això succeeix, especialment, quan es tracta de la reproducció de béns tangibles. L'existència de béns intangibles —o de productes típics de la cibercultura— fa que siguin molt més difícils i sofisticats els sistemes de comercialització i les formes de pagament d'aquests béns i serveis.

Des d'una perspectiva històrica, les principals innovacions en la indústria mediàtica van molt lligades, generalment, a l'increment de la capacitat reproductiva amb propòsits comercials. En tot cas, la viabilitat empresarial de les institucions mediàtiques depèn del fet que puguin exercir un control efectiu sobre la reproductibilitat d'un producte. Per això es considera que la protecció del *copyright*, o els drets de reproducció, llicència i distribució del treball intel·lectual tenen una importància crucial.

Els dirigents de les indústries culturals volen abastar un mercat el més ampli possible per tal de maximitzar els beneficis, per això sembla inevitable la tendència a cercar una audiència molt àmplia, sobretot en un sector econòmic poc automatitzat i amb costos salarials alts.

En la mesura que el control de la reproducció

esdevé més important que el control sobre el mateix procés de producció, les nocions d'originalitat i autenticitat esdevenen poc adients i seran gradualment substituïdes per la idea d'exclusivitat. Per això, per exemple en el cas del llibre, converteixen en producte de col·leccionista tant els productes únics (el manuscrit original), com els exemplars ben conservats de la primera edició, sobretot si està esgotada. De manera similar, les pel·lícules i les gravacions musicals són sempre produïdes en còpies múltiples, i totes les còpies tenen en principi un mateix estatus (mentre conservin la mateixa qualitat), encara que hi ha un cert fetitxisme per les edicions pirates.

Per últim, la noció de "treball original o autèntic" té implicacions de gran abast en el mercat de béns simbòlics. Una còpia no tindrà mai el mateix valor que l'obra original. Les còpies no són iguals a l'original, precisament perquè són rèpliques; i per això tenen lògicament una cotització més baixa en el mercat.

El fet que un treball original sigui una peça única —no sigui una simple reproducció— és cabdal; i en la mesura que la reproducció de les formes simbòliques esdevingui més permissiva, el caràcter no reproductiu del treball original serà cada vegada més un factor determinant a l'hora de fixar el valor de mercat dels béns simbòlics.

El redescobriment dels públics

L'objectivitat dels textos, fixats i enquadrats en el moment de llur redacció, necessita la subjectivitat d'uns lectors que, en l'acte de llegir, els atorguen una nova vida, un contingut de sentit que no hauria estat sospitat ni en el temps de llur redacció ni en les successives lectures que se n'han fet.

Lluís Duch, "Lectura i societat", 2000.

En parlar de la cultura mediàtica sovint es posen en relleu únicament els processos tècnics de producció i difusió culturals però cal destacar, també, els processos d'apropiació i recepció que tenen una importància cabdal des de la perspectiva de la comunicació de masses. Dins l'àmbit de la comunicació mediàtica diversos autors destaquen el protagonisme de l'audiència en els processos de recepció cultural.

Des d'aquesta òptica, les audiències no són simples consumidors passius, sinó que són productors actius de sentit, atès que descodifiquen els textos mediàtics en funció d'unes circumstàncies socials i culturals molt particulars. Així, per exemple, un mateix programa de televisió pot tenir una incidència molt desigual en poder ser "llegit" o "interpretat" de maneres força diferents segons les característiques i la disposició del públic.

Interpretacions

Com afirma el famós intel·lectual italià i expert en semiòtica, Umberto Eco, el text és polisèmic i, per tant, obert a diferents lectures o interpretacions. El significat l'atorguen els receptors en l'acte de la recepció. Segons Lluís Duch, l'objectivitat dels textos, fixats i enquadrats en el moment de la seva redacció, necessita la subjectivitat d'uns lectors que, en l'acte de llegir, els atorguen una nova vida, un contingut de sentit que no hauria estat sospitat ni en el temps de llur redacció ni en les successives lectures que se n'han fet. La premissa d'aquest punt de vista és que la interpretació és un procés actiu i creatiu. Així, la recepció dels productes culturals en general (i dels productes mediàtics en particular) s'entén bàsicament com un procés hermenèutic que assoleix una profunda significació simbòlica.

Els trets característics que defineixen els nous públics de la comunicació mediàtica són força diferents als del públic presencial.

Primer, els béns culturals són béns públics que –en principi– són accessibles a tothom i que poden ser consumits per moltes persones al mateix temps. Per exemple, la televisió oberta de caire generalista pot ser observada de forma "gratuïta" per múltiples individus que podrien estar dispersos en contextos distints. Això ha canviat radicalment en l'era de la neotelevisió".

Segon, al costat d'aquests béns públics i gratuïts hi ha una sèrie de productes d'accés restringit. Ens

referim al naixement dels canals temàtics i de les noves fórmules de televisió de pagament. En aquests casos, la cultura mediàtica es converteix en una mena de "cultura de peatge" que pot provocar el naixement de noves fractures culturals.

Tercer, el trencament estructurat entre la producció de formes simbòliques i la seva recepció. En tots els tipus de comunicació mediàtica, el context de producció està generalment separat del context de recepció. Els béns simbòlics es produeixen en un context i es transmeten a destinataris localitzats en contextos llunyans i diversos. La consolidació dels mitjans de comunicació, especialment dels audiovisuals, va comportar la ruptura del "model teatral" i va permetre la transformació radical dels públics, i també va fer possible la generació de nous espais de participació i de consum culturals. La comunicació mediàtica és pública, però generalment es consumeix en l'àmbit privat de la llar. La reproductibilitat tècnica permet que la llar esdevingui el principal àmbit de recepció i de consum cultural (encara que no l'únic).

Quart, la majoria de les vegades es crea un distanciament entre producció i consum, i, també, una separació dels consumidors en el moment de gaudir-la. La distància espacial i temporal ha estat un dels trets distintius de la "comunicació mediàtica" de la segona meitat del segle XX.

Cinquè, en la comunicació mediàtica té lloc una separació especial entre els "comunicadors" i el públic (i una separació entre els mateixos espectadors). En el camp de la ràdio i la televisió, els professionals no tenen un contacte directe amb el públic. Aquesta característica de la comunicació de masses té implicacions importants per als processos de producció i recepció culturals.

Sisè, el flux de missatges circula, prioritàriament, en una sola direcció. El context de producció no és un context de recepció, ni els contextos de recepció són contextos de producció. En relació amb la producció, significa que el personal implicat en la producció i transmissió dels missatges mediàtics està, generalment, mancat de les formes de resposta directes i contínues característiques de les interaccions cara a cara o de les relacions típiques que es produeixen en un auditori. D'aquí que els processos de producció i transmissió es caracteritzin per una forma distintiva d'*indeterminació*, ja que aquests processos s'esdevenen en absència de les pistes que ofereixen els receptors. Des del punt de vista de la recepció cultural, això suposa que els receptors estan en desigualtat de condicions. El públic mediàtic té relativament poca capacitat per determinar els temes i els continguts de la comunicació. Això no significa que sigui simplement testimoni "passiu" d'un espectacle sobre el qual no té cap control, o en té molt poc.

Setè, d'altra banda, els receptors dels missatges mediàtics són lliures. Els receptors d'un missatge en poden fer més o menys allò que volen, i el productor no és allà per explicar o corregir les possibles males interpretacions. El sistema de recepció fa referència, precisament, a la manera com els individus, inserits en un sistema social, s'apropien dels continguts dels mitjans.

I vuitè, estenen la disponibilitat dels béns simbòlics en el espai i el temps. La "cultura de masses" generalment no té una vinculació territorial molt estricta, de manera que sovint els seus continguts configuren els referents d'una "cultura global".

LA CIBERCULTURA

Per *desancoratge* entenem el deslligar les relacions socials dels seus contextos locals d'interacció i reestructurar-les en intervals espaciotemporals indefinits.

Giddens, *Consequence of Modernity*, 1990

La nostra vida és influïda –cada vegada més– per fenòmens produïts en contextos socials allunyats dels nostres entorns socials immediats, en els quals es desenvolupa la major part de la nostra existència. La globalització comporta l'expansió i l'aprofundiment de les relacions socials i les institucions a través de l'espai i el temps, de manera que, per un costat, les activitats quotidianes resulten cada cop més influïdes pels fets i esdeveniments originats a l'altra banda del món i, per l'altre, les pràctiques i decisions de grups i comunitats locals poden causar importants repercussions globals.

És possible que algunes accions originades en el nostre entorn immediat tinguin repercussions molt més enllà de les nostres fronteres. Allò que és distant també és pròxim, per bé que això pugui semblar paradoxal. Els teòrics del caos, que descriuen com una papallona que bat les ales sobre el Brasil pot afectar el temps que faci a Chicago, han

identificat un procés que expressa molt bé aquesta paradoxa de la globalització que està transformant actualment els afers mundials.

La globalització constitueix avui un dels factors més destacables de la nova societat mundial i és un dels reptes més importants que les ciències socials es plantegen. La globalització ha comportat una acceleració de les relacions socials a tot el planeta i una intensificació dels intercanvis, i, alhora, ha modificat sensiblement les formes de vida. Es pot entendre la globalització com una sèrie complexa de processos que es produeixen simultàniament en els àmbits econòmic, polític, tecnològic, cultural i ecològic.

Al costat d'una lectura optimista de les implicacions de les innovacions tecnològiques hi ha postures tecnòfobes, que veuen en aquestes eines una amenaça, un factor pertorbador i un element de desordre. No és el moment de polemitzar ni de jutjar això. Només intentarem comprendre i explicar el que apareix actualment com una "cultura viva", que és, simultàniament, artefacte cultural i generador de cultura. Del que es tracta aquí, per tant, és d'entendre el significat múltiple del que alguns autors anomenen la "cibercultura".

Les xarxes de comunicació

La paraula "xarxa" ha esdevingut clau en un món globalitzat. No només és una nova forma

d'organitzar les telecomunicacions, les relacions econòmiques, sinó que comença a ser, també, un model que condiona la nostra mirada sobre el món. Les xarxes de la comunicació configuren, en temps real, les formes d'organització del planeta. Tant és així que el mateix terme "xarxa" ha esdevingut una paraula clau per comprendre la societat del segle XXI. A *L'era de la informació*, Manuel Castells (2003) ens parla, precisament, d'una "societat xarxa" en expansió que assoleix unes dimensions planetàries.

Segons aquest eminent sociòleg espanyol, l'existència d'una xarxa fa possible l'emergència d'una cultura virtual global i contribueix decisivament a trencar les barreres que històricament han tancat les cultures en determinats espais estancs, la qual cosa facilita l'intercanvi, la hibridació o, fins i tot, la colonització cultural. Els mitjans tecnològics de creació i de difusió cultural alliberen la recepció cultural de la seva servitud a un temps i un espai concrets, de l'ara i aquí, i afavoreixen un procés de (des)ancoratge cultural. Dit amb unes altres paraules, els nous mitjans tècnics de difusió i reproducció impliquen el trencament de les antigues coordenades espai-temps que configuraven uns àmbits específics de participació cultural separats de les altres esferes de la vida social.

Ens estem allunyant de l'era de la

"reproductibilitat tècnica" (que va vaticinar Walter Benjamin) i ens apropem a l'època de la "simulació electrònica". La tecnologia fa possible el gaudi de canals de televisió i de ràdio en qualsevol territori, i trenca allò que Benjamin anomenava el model teatral. Per exemple, persones físicament molt distants de Catalunya poden escoltar l'emissió en directe d'un canal de ràdio emès en català utilitzant un ordinador connectat a internet. També moltes persones immigrants que viuen a Catalunya poden sentir-se molt vinculades a les seves cultures d'origen a través de la televisió per satèl·lit o Internet.

L'experiència sensible que proposen i implementen els *new media* suposa, així, un moviment d'eliminació de les distàncies i les fronteres convencionals. Es pot dir, doncs, que les tecnologies de la informació i la comunicació afavoreixen un procés històric de "desancoratge cultural", iniciat ja fa molts anys i descrit com un procés que consisteix a: "'desvincular' les relacions socials dels seus contextos locals d'interacció i reestructurar-les en intervals espaciotemporals indefinits" en paraules del sociòleg Anthony Giddens. El ciberespai és el lloc per excel·lència on es produeixen aquestes noves relacions i intercanvis.

L'origen del ciberespai

L'any 1984 l'escriptor William Gibson, en la novel·la *Neuromante*, va vaticinar l'aparició d'una realitat virtual, "el ciberespai", les propietats topològiques i mètriques del qual estaven cridades a revolucionar no només el món de la comunicació i la interacció entre les persones sinó també la forma d'estar en el món, de percebre la realitat, és a dir, a redefinir allò que és real. La ciència ficció ha estat capaç d'imaginar i anticipar alguns aspectes d'aquesta nova realitat, però en determinades ocasions "la realitat ha superat la ficció".

L'extensió de l'ús de l'ordinador personal i l'expansió d'internet han permès el naixement de noves formes de participació social i cultural. Es tracta dun àmbit artificial i incipient, definit pel pensador basc Javier Echeverría com "el tercer entorn" (E3), que és un marc espacio-temporal que ha transformat sensiblement l'estructura i les propietats de l'entorn sensorial de les societats avançades. Aquest nou context se superposa als entorns precedents, de caire envolvent (E1 i E2, que continuen tenint una importància decisiva en la vida social). L'estructura del tercer entorn –que es va consolidar amb la connexió de les diferents xarxes telemàtiques, però que s'inicià molt abans amb tecnologies com el telèfon, la ràdio o la televisió– ha suposat la superació sensorial dels límits "naturals"

en proposar una nova concepció de l'espai i del temps.

El ciberespai comporta l'emergència d'un nou espai que facilita la realització d'intercanvis de tota mena. En aquest tercer entorn s'han produït, fins ara, relacions vinculades a l'oci, la informació i la publicitat, però de forma incipient s'estan creant relacions econòmiques, polítiques, religioses, laborals, amoroses, etc.

En el ciberespai, els individus s'agrupen per interessos comuns o afinitats temàtiques, i es concentren a l'entorn de fòrums o grups de discussió. Aquest nou espai social, el ciberespai, emergeix amb el naixement de la xarxa d'Internet i comporta l'aparició d'un nou context per a la creació cultural i la interacció humana.

Les tres dimensions bàsiques

Un mètode eficaç per mirar de solcar i comprendre aquest nou espai social és observar la cibercultura des de tres vessants o dimensions diferents però alhora complementàries, tal com l'autor britànic David Bell (2001), expert en estudis culturals, assenyalà: les dimensions tecnològica, simbòlica i social.

La dimensió tecnològica es refereix als mitjans materials que fan possible les connexions. L'entramat tecnològic que conforma el ciberespai és descrit per David Bell –en termes de maquinari

hardware)— com una xarxa global d'ordinadors connectats a través d'una infraestructura de telecomunicacions que faciliten la interacció remota entre individus. La xarxa fa possible la distribució d'una sèrie de continguts a audiències molt àmplies i disperses arreu del territori. La distribució es pot realitzar a través de diferents canals (com el cable, el satèl·lit, la xarxa, els discos o la transmissió sense fils). Al mateix temps cal assenyalar l'existència d'una sèrie de terminals o "finestres". És a dir, els aparells receptors a través dels quals el consumidor rep els continguts i realitza la interacció. La tipologia d'aquestes terminals és igualment variada: la televisió, la ràdio, l'ordinador, el videojoc, l'assistent personal (PDA) i, per descomptat, el telèfon mòbil.

La dimensió simbòlica se centra en els continguts. Inclou l'elaboració digital de dades, gràfics, sons, imatges i textos. El contingut és important per la seva dimensió lingüística i cultural. També és essencial per descriure la nova cultura que presenta un caire divers i múltiple.

Finalment, hi ha la dimensió social, que comprèn les experiències socioculturals que es presenten als individus fruit de la interacció amb aquests objectes materials i simbòlics. En el ciberespai les accions i experiències socials no demanen la presència física dels actors sinó que es produeixen mitjançant representacions

tecnològiques. L'experiència immediata de l'ara i aquí (pròpia del model teatral), dóna pas a experiències *distals* en el marc d'una estructura reticular en la qual els individus es comuniquen entre si mitjançant l'ús d'interfícies audiovisuals i les propietats interactives dels mitjans telemàtics.

Els individus participen activament no només en la construcció d'obres i textos sinó també de sentit, de relats que fan del ciberespai un espai en el qual cohabitin múltiples discursos.

En definitiva, la cibercultura comporta una concepció radicalment nova de la creació, la difusió i el consum cultural. En els darrers temps hem assistit a l'emergència d'obres construïdes entorn a la idea de l'hipertext, la interconnexió i l'associació, que constitueixen la metàfora d'una nova manera de (re)construir i representar el món.

Els confins

Els termes "cibercultura" o "ciberespai" –alguns autors no troben diferències significatives entre l'un i l'altre– són força confusos. El prefix *ciber*, ve del grec antic i es refereix a *Kyber*, el significat del qual està associat a la idea de pilotar. D'altra banda, la paraula "cibernètica", activitat científica que estudia la comunicació i el govern de les màquines, els animals i les organitzacions (i permet, per exemple, la creació d'autòmats) prové, al seu torn, del mot grec *kybernetes*, que significa "timoner". La

cibernètica va associada a la idea de conducció i governabilitat, d'una presa de control sobre un determinat territori.

L'etimologia del terme *ciber* subratlla el pes que les pràctiques de les persones i l'espai tenen en la cibercultura. Sembla, però, que l'etimologia en aquest cas no ens aclareix gaire l'entrellat del terme. Paradoxalment, el ciberespai ha esdevingut un món caòtic que creix de forma descontrolada, en el qual fan acte de presència continguts molt diferents. Es tracta d'un món exuberant i laberíntic, on és difícil, a hores d'ara, establir límits i trobar punts de referència per orientar-se.

¿Quins són els límits o els confins del ciberespai? ¿Què entenem, doncs, per "cibercultura"? La cibercultura, ¿la conformen totes les manifestacions artístiques o expressives –innovadores o tradicionals– que són vehiculades mitjançant les xarxes telemàtiques?, o ¿està conformada pel consum de productes d'oci a la carta, proposats pels conglomerats empresarials transnacionals a través de la xarxa?, o ¿tracta de les manifestacions culturals diverses fruit de la participació de ciutadans a títol individual?, o finalment, ¿està integrada pels rituals furtius i de resistència en forma d'accions de sabotatge contra els grans corporacions mediàtics?

No és fàcil respondre aquestes qüestions. Podem convenir que la cibercultura, probablement,

és la suma de tot plegat. Es tracta d'un entorn en el qual conviuen i rivalitzen múltiples continguts. Manuel Castells sosté que el tret més important de l'entorn multimèdia és que "comprèn dins els seus dominis la major part de les expressions culturals en tota la seva diversitat". Inclou tan les expressions més refinades de l'alta cultura com les múltiples manifestacions de la cultura popular: "Tota expressió cultural, de la pitjor a la millor, de la més elitista a la més popular, fa acte de presència en aquest univers digital, que connecta en un supertext històric i gegantí les manifestacions passades, presents i futures de la ment comunicativa (...) fa de la virtualitat la nostra realitat".

Així, doncs, ens trobem davant d'un espai social estructurat al voltant d'un nou procés de comunicació que ens permet variar i ampliar substancialment el model clàssic del procés comunicatiu (que s'ha mantingut des d'Aristòtil a l'època clàssica fins a Stuart Hall), estructurat en dos pols, segons el qual l'emissor difon un text a través d'un mitjà a un receptor o a diversos. El model de comunicació propi del ciberespai inclou una varietat de receptors i les múltiples interaccions que es produeixen entre ells.

Al seu torn, els continguts culturals presents en el ciberespai esdevenen un lloc simbòlic de reunió per als membres de les anomenades "comunitats imaginades". Així, podem descriure la forma en què

els productes culturals proposats per les indústries de l'oci i l'entreteniment són apropiats i redefinits pels membres d'aquestes "comunitats" (enteses com les experiències compartides per separat que permeten als individus imaginar la resta dels membres d'una comunitat més àmplia).

En definitiva, el ciberespai comporta la creació d'un espai en el qual es poden resituar les activitats pròpies del món tecnològic, polític, econòmic, social i cultural. Però també suposa el naixement d'un nou sistema de comunicació descentralitzat, que implica la possibilitat que els usuaris puguin interactuar entre ells i no només amb la informació que reben.

CLOENDA

En iniciar aquesta obra hem exposat de forma sintètica les dues principals concepcions sobre la cultura: la concepció humanista i la concepció antropològica. En aquest sentit, aprofundim en la noció de cultura com "estil de vida" (molt vinculada a una mirada antropològica sobre els consums culturals).

Hem explicat també les principals formes culturals contemporànies: l'alta cultura (lligada a la visió humanista de la cultura), la cultura popular, la cultura mediàtica i la cibercultura. Per raons de claredat expositiva s'han presentat totes aquestes formes culturals com si fossin realitats independents i separades. Però això és il·lusori atès que aquestes manifestacions culturals estan interrelacionades: es comuniquen i es reforcen mútuament. Els mitjans de comunicació social, per exemple, vehiculen productes originaris de l'alta cultura o de la cultura popular i contribueixen a la seva difusió i divulgació.

En fer un balanç històric, observem que la irrupció dels mitjans de comunicació ha fet més complexa la realitat social en crear nous espais o

nous àmbits de participació. També l'emergència del ciberespai ha contribuït a un notable increment de les possibilitats de participació social i cultural. Tot plegat no ha suposat la destrucció dels espais tradicionals d'accés a la cultura (les sales de teatre, els salons de ball, els auditoris de música, les sales de concert, etc.). Els nous escenaris se sumen o s'afegeixen als escenaris que ja existien. Hem passat de la cultura popular a la cultura mediàtica, de la cultura mediàtica a la cibercultura, però sense que hagin desaparegut les formes més tradicionals.

La revolució tecnològica, que ha trasbalsat el món de la producció i difusió culturals, ha permès alliberar la cultura de la seva servitud en un temps i un espai concrets, fent possible el naixement de nous espais i de nous públics. També ha contribuït a que la cultura, en totes les seves formes, perdi bona part del component classista que l'ha marcat en el passat.

Bibliografia

- **Ariño, A.** (1997). *Sociología de la cultura. (La constitución simbólica de la sociedad)*. Barcelona: Ariel.
- **Bajtin, M. M.** (1989) (1974). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rebelais*. Madrid: Alianza.
- **Bell, D.** (2001). *An Introduction to Cybercultures*. London; New York: Routledge.
- **Benjamin, W.** (1983) (1937). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62.
- **Berger, P. L.; Luckmann, T.** (1988) (1966). *La construcció social de la realitat. Un tractat de sociologia del coneixement*. Barcelona: Herder.
- **Bourdieu, P.** (1979). *La distinction, critique sociale du jugement*. Paris: Minuit.
- **Burke, P.** (1991). *La cultura popular en la Europa Moderna*. Madrid: Alianza.
- **Busquet, J.** (2005), *Els escenaris de la cultura. Les formes simbòliques i els públics culturals a l'era digital*. Barcelona: Trípodos.
- **Castells, M.** (2003). *L'era de la informació (economia,*

- societat i cultura*). 3 vols. Barcelona: Editorial UOC.
- **Cuche, D.** (2000) (1996). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión.
 - **Eagleton, T.** (2001) (2000). *La idea de cultura. Una mirada política sobre los conflictos*. Barcelona: Paidós.
 - **Echeverría, J.** (1999). *Los señores del aire. Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
 - **Eco, U.** (1991). *Els límits de la interpretació*. Barcelona: Destino,
 - **Fiske, J.** (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
 - **Geertz, C.** (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
 - **Giddens, A.** (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
 - **Giddens, A.** (1999) (1990). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
 - **Giner, S.; Flaquer, L.; Busquet, J.; Bultà, N.** (1996). *La cultura catalana: el sagrat i el profà*. Barcelona: Edicions 62.
 - **Lévi-Strauss, C.**(2002) (1951). "Raça i història". A: Frade, C. (ed.). *Globalització i diversitat cultural*. Barcelona: Pòrtic, p. 65–98.
 - **Malinowski, B.** (1981) (1944). *Una teoria científica de la cultura*. Barcelona: Edhasa (títol original: *A*

Scientific Theory of the Culture).

- **Martín-Barbero, J.** (1987). *De los medios a las mediaciones (comunicación, cultura y hegemonía)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- **Morin, E.** (1966) (1962). *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*. Paris: Bernard Grasset).
- **Rodrigo, M.** (2000). *Identitats i comunicació intercultural*. València: Edicions 3 i 4.
- **Said, E. W.** (1997). *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- **Thompson, J. B.** (1993). *Culture and imperialism*. Londres: Chatto and Windus.
- **Veblen, T.** (1944) (1899). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica (versió original: *The Theory of the leisure class*. Boston: Houghton Mifflin Company Boston, 1973).
- **Weber, M.** (1985). *Ensayos de sociología contemporánea*. Barcelona: Planeta Agostini, vol. I.
- **Williams, R.** (1976). *Keywords*. Middlesex: Pelican.