

## **Ponència: Què està canviant en les pràctiques culturals?**

**Antonio Ariño**, sociòleg i vicerector de la Universitat de València

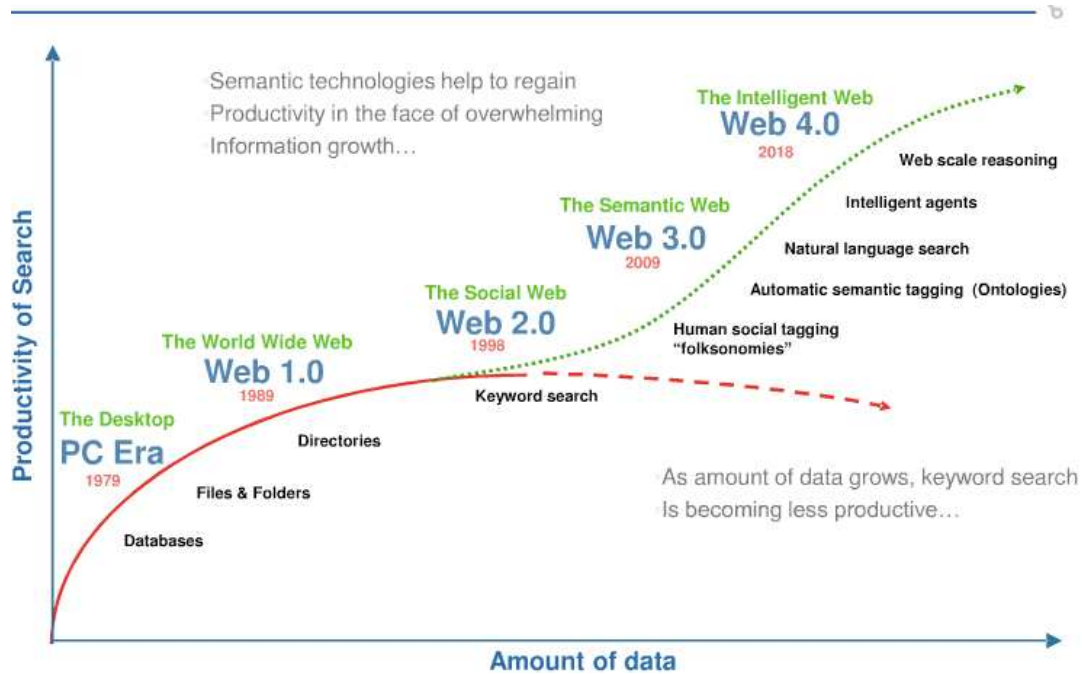
**Sessió plenària 1:** Pràctiques culturals i coneixement dels públics. Una mirada comparada internacional.

---

La pregunta comporta implícita la convicció de que tot no està canviant: de que n'hi ha canvis i permanències. I així és, sens dubte, encara que també es podria afegir que tot està canviant perquè les permanències s'estan reorganitzant sota l'hegemonia d'un nou regim de comunicació. Un enfocament sistemàtic suposaria abordar al menys cinc aspectes del canvi, que són en realitat cinc dimensions de la cultura: el llenguatge, la pràctica (i consegüentment, els públics), el contingut, l'organització i les formes de capital. Em detindrè exclusivament en les tres primeres.

**1. La cultura és un llenguatge.** Sempre consisteix en un sistema d'informació i de comunicació. La pregunta pertinent és què n'hi ha de nou, avui, en 2010, al respecte. I certament n'hi ha molt. Durant les dues últimes dècades, hem assistit a un canvi de règim de comunicació, que històricament ha passat de ser oral, primer, i després lletrat i audiovisual, i avui és predominantment digital.

En el curs de l'última dècada, en particular, hem conegut la instauració de l'hegemònica del règim de comunicació audiovisual-digital en la via quotidiana i la globalització dels fluxos de significat, mitjançant la permanent i ubiqua connectivitat. Només cal senyalar com a anècdota rellevant que en el 2009 un 73% de les nenes de 10 a 15 anys tenen en Espanya un telèfon mòbil (i ja sabem que un telèfon mòbil és molt més que un telèfon fix que s'ha després del fil); en el 1975, només el 34% de les llars tenien telèfon fix.



<http://www.slideshare.net/novaspivack/web-evolution-nova-spivack-twine>

Aquest fenomen – connectivitat, mobilitat i globalització dels fluxos de signes – afecta i afectarà de manera decisiva tots els aspectes de la vida social i a l’organització i producció del significat. Ho estem veient amb la web 2.0, però en realitat ho viurem i experimentarem d’una manera més radical en les noves etapes del desenvolupament de la xarxa de xarxes, conegudes com a Web semàntica (o Web 3.0) i web ubíqua (o Web 4.0). En la seva primera etapa la web connectava informacions i documents; en la segona, la web social, està connectant persones que creen comunitats, fòrums i blocs, gràcies a les aplicacions Wiki. La web semàntica és un connector que localitza continguts, mitjançant màquines de recerca que utilitzen algorismes personalitzats i documents enriquits de metadades. La web 4.0 se suposa que tindrà la capacitat de connectar tot amb tot gràcies a la intervenció d’agents virtuals intel·ligents, que simularan les operacions de la ment humana<sup>1</sup>.

Aquesta hegemonia del llenguatge digital suposa un repte i el soscavament de molts mites sobre

<sup>1</sup> <http://www.slideshare.net/novaspivack/web-evolution-nova-spivack-twine>

els quals s'ha assentat el concepte de cultura (per exemple, la centralitat de la comunicació lletrada i del llibre) i la transformació de les pautes d'accés als bens i serveis culturals (mobilitat) o la distinció entre producció i consum (emergència dels prosumers). Al mateix temps, produeix: desdiferenciació dels espais i camps (informació, entreteniment, comunicació), noves realitats o objectes com a les xarxes, comunitats virtuals i hipertext i, damunt de tot, la metacultura.

Què entenem per metacultura? Anomeno amb aquest termini la resultant d'un procés de creixent integració, propiciat per Internet, de totes les formes culturals, passades i presents, que ara es troben (real o potencialment) accessibles a l'individu mitjançant connexió en cada pantalla. Parlant d'integració no em refereixo a la creació d'una estructura interrelacionada en el sentit que la primera antropologia va donar al concepte de cultura com a sistema integrat o totalitat de sentit, i tampoc a l'idea imperant durant l'auge del nacionalisme català que a un Estat li corresponia una societat i una cultura nacional, sinó a un fenomen infinitament més extens però també més difós i inconnex, menys unificat, més informal, però no menys real, derivat de que el mitjà virtual és l'espai de la realitat, de tota la realitat, ja que és un hiperespai constituït per la confluència dels diferents mitjans. Potser aquesta nova metàfora del "núvol" o la *cloud computation* constitueix una precisa aproximació simbòlica a aquesta realitat de la que aquí es parla.

Parlem de *meta*-cultura en diferents sentits: a) és una poscultura o una resultant que està més enllà de les etno-cultures (cultures dels pobles) i de les sociocultures (cultures de les societats nacions), sense ésser tanmateix una síntesi de totes elles; b) constitueix una amalgama magmàtica, sustentada en una espècie d'efecte *collage* no predeterminat per ningú en concret i resultat de l'acció de tots, sense ésser una suma d'accions individuals; c) assoleix una dimensió de absoluta incommensurabilitat per al subjecte individual i, per tant, eleva a la seva màxima expressió la tensió entre la cultura subjectiva i la cultura objectiva; d) opera en la seva base amb el llenguatge – el llenguatge digital – que és incompreensible per a l'immensa majoria dels subjectes; i e) en el magma de la metacultura, cada component cultural pot ser seleccionat i apropiat per cada subjecte com a producte únic, separat, discret, dislocat de les tradicions i nínxols originaris, i barrejat o recombinat amb elements molt dispars.

La metacultura designa l'univers més extens que pugui imaginar-se d'acumulació de cultura objectivada i constantment reproduïda i renovada (mitjançant la intel·ligència col·lectiva). Té una extraordinària capacitat de reorganització global de les formes de comunicació. En la metacultura,

la producció del significat no es dona a l'àmbit de l'escriptura-lectura, sinó en el territori fluid i ubic, ineludible, del multimèdia o, com ja s'acostuma a conèixer, a l'hipermèdia. Per tot allò, aquest univers resulta incommensurable per al subjecte i la seva cultura subjectiva (el concepte és de Simmel), i genera ambivalències, contradiccions i dinàmiques específiques.

Algunes implicacions d'aquesta hegemonia:

- a) Genera un nou tipus de capital cultural (Bourdieu distingia tres tipus: incorporat, objectivat, institucionalitzat). Hem d'incloure ara un *capital tècnic* específic del regim audiovisual-digital, que es plasma en la competència d'operar en i amb la intel·ligència col·lectiva del món virtual (Gap Digital Intergeneracional).
- b) Fa possible la convergència multimèdia (de llenguatges i continguts) i la transformació de les llars, dels cossos i de l'accés i les modalitats de participació cultural. Els fluxos de signes permeten la mobilitat, la interconnectivitat, noves formes de diversitat (més que la preconitzada homogeneïtat).
- c) Per un costat comporta desterritorialització, donat el caràcter immaterial del llenguatge digital, però per un altre adquireix una nova importància la localitat, en el sentit de la rellevància que tenen els nínxols socioecològics culturals (de la creativitat, de la innovació, de la tolerància) on una persona tria l'espai social on s'assenta amb els seus afins. (V. Richard Florida: Qui és la teva ciutat?)
- d) Es produeix una transformació entre l'esfera pública i la privada, com queda patent en les conteses general entorn la propietat intel·lectual (Copyright), l'autoria col·lectiva i la lliure circulació dels fluxos de significat propugnada pel moviment Open. La pregunta aquí és: existeix una política europea per a la metacultura, un model cultural europeu capaç de potenciar la nova esfera pública i els fluxos de significat com a bens públics, o queda tot això en mans del mercat amb la seva actual estructura dominada per les grans corporacions?

Ara bé, una cosa és descriure les oportunitats que obren el llenguatge digital i la reorganització de les formes de comunicació i una altra ben diferent suposar que la utilització de l'ordinador, d'Internet, dels artefactes mòbils, es troba generalitzada, equitativament distribuïda, i tots realitzen el mateix ús d'aquests i maximitzen les seves oportunitats, des d'idèntics marcs de

rellevància. Una senzilla ullada a la *Encuesta de Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2009* (Ine), i sense endinsar-nos en els nous usos, sinó simplement en la possessió d'equipaments a les llars i la seva utilització genèrica mostra una penetració clarament diferenciada per la edat, els ingressos i el nivell educatiu.

En la taula 1, s'observa la correlació inversa amb la **edat**, de manera que són les cohorts més joves les que ofereixen tasses d'ús més elevades i de cohort en cohort es produeix un descens de la utilització tant de l'ordinador com d'Internet.

<b>Taula 1: Persones per edat tipus d'ús de TIC</b>			
(Unitats: Número de persones de 16 a 74 anys i percentatges horitzontals)			
Edat	Persones que han utilitzat l'ordinador en els últims 3 mesos	Persones que han utilitzat Internet en els últims 3 mesos	Persones que han utilitzat Internet al menys una vegada per setmana en els últims 3 mesos
De 10 a 15 anys	94,5	85,1	--
De 16 a 24 anys	93,7	92,3	86,0
De 25 a 34 anys	83,6	80,1	72,3
De 35 a 44 anys	72,3	68,2	59,8
De 45 a 54 anys	59,1	54,9	48,5
De 55 a 64 anys	32,9	29,1	25,8
De 65 a 74 anys	13,2	11,0	9,3
<b>Total persones</b>	<b>63,2</b>	<b>59,8</b>	<b>53,6</b>

La penetració de l'ordinador i d'Internet són relacionades directament amb els **ingressos nets de la llar**, com es pot constatar a la taula 2:

<b>Taula 2: Equipaments d'habitatges amb ordinador i accés a Internet</b>		
<b>en funció dels ingressos nets de la llar</b>		
<b>(Unitats: nombre d'habitatges (amb al menys un membre de 16 a 74 anys) i % horitzontals)</b>		
Ingressos mensuals nets de la llar:	Habitatges amb algun tipus d'ordinador	Habitatges que disposen d'accés a Internet
Menys de 1.100 euros	34,7	22,2
De 1.100 a 1.800 euros	68,6	53,1
De 1.800 a 2.700 euros	85,7	73,8
Més de 2.700 euros	94,6	87,3
<b>Total d'habitatges</b>	<b>66,3</b>	<b>55,0</b>

Font: Ine, 2009

Finalment, la taula 3 mostra la relació existent entre el tipus d'ús de les TIC i les variables **educació i ocupació**. A major nivell educatiu major utilització de l'ordinador i d'Internet. Per un altre costat, la utilització de les TIC està relacionada molt directament amb l'ocupació de l'estudiant i de manera important encara que menys destacada amb la població activa ocupada. Són aquestes persones que es dediquen a les feines de la llar o que són pensionistes les que ofereixen percentatges més reduïts, trobant-se aquestes categories molt relacionades amb la edat madura i avançada i per tant quedant explicades les seves reduïdes taxes per l'efecte generacional.

<b>Taula 3: Persones per sexe, característiques socioeconòmiques i tipus d'ús de TIC</b>				
<b>(Unitats: nombre de persones (16 a 74 anys) i percentatges horitzontals)</b>				
	Total persones	Persones que han utilitzat l'ordinador en els 3 últims mesos	Persones que han utilitzat Internet en els últims 3 mesos	Persones que han utilitzat Internet al menys una vegada per setmana en els últims 3 mesos
Analfabets	588052	1,0	0,6	0,3
Primària	8358116	20,5	17,2	13,2
Primera etapa de Secundària	8306486	59,7	54,2	45,2

Segona etapa de Secundària	7329613	81,9	78,3	70,7
Formac., Prof. de Grau Superior	3363472	87,8	85,1	77,8
Educació Superior	6706824	93,7	92,4	88,3
Altres	15814	11,5	11,5	11,5
Actius ocupats	18936760	76,4	72,7	66
Actius aturats	3941882	62,0	58,6	48,9
Estudiants	2596156	99,0	98,4	95,3
Feines de la llar	3896104	25,7	22,2	15,6
Pensionistes	4335086	19,6	16,9	14,6
Altres	962392	59,9	54,6	46,7
Treballadors TIC	782335	99,7	99,1	98,7
<b>Total Persones</b>	<b>34668378</b>	<b>63,2</b>	<b>59,8</b>	<b>53,6</b>

En quina mesura aquesta penetració de les TICS i aquest nou regim de comunicació estan reorganitzant les pràctiques culturals?

Olivier Donnat ha realitzat un anàlisi de les principals configuracions culturals franceses durant l'última dècada, amb la perspectiva que permet la sèrie d'enquestes realitzades a França, i conclou que es produeix una dualització de la cultura mediàtica (entre la televisió i les altres pantalles). L'anàlisi combinat de les pràctiques televisives, d'ordinador, de lectura de llibres i de visita a equipaments culturals, permet constatar l'existència de cinc configuracions culturals ben diferents, segon la combinatòria de pràctiques, que responen a perfils socials notòriament diferents:

Configuració	Perfil
<b>Hegemonia de la televisió (telèfags):</b> Gairebé llegeixen llibres, freqüenten pocs equipaments i no acostumen a tenir ordinador	Escàs capital cultural Ingressos moderats Persones d'edat avançada
<b>Poca televisió (Omnívors):</b> Utilitzen molt l'ordinador, llegeixen molts llibres i freqüenten equipaments	Quadres i professions intel·lectuals Estudiants

<p><b>Combinació de les dues pantalles:</b> Escàs interès pels llibres</p>	<p>Masculí Liceus de mitjans populars Adults amb escàs capital cultural Buscant feina</p>
<p><b>Hegemonia del llibre:</b> Però també molta televisió i poc ús de l'ordinador</p>	<p>Femení D'edat Mitjà social intermedi</p>
<p><b>Poc interès</b> per les pràctiques analitzades</p>	<p>Més indiferenciat i heterogeni, Persones d'edat; persones que tenen poc temps lliure; cultivadors d'un hobby o afició.</p>

Aquestes configuracions també mantenen relacions particulars amb quatre generacions. Especialment els menors de 35 anys, les joves generacions, estan relacionades amb una menor audiència de televisió i de radio, menor afició a la lectura de llibres i periòdics; major preferència per les pel·lícules i les músiques anglofones i un lliurament apassionat a Internet i les tecnologies mòbils.

De la mà de Donnat, ens hem introduït ja en el domini de les pràctiques.

## 2. La cultura és una practica

La cultura, sens dubte, consisteix en un conjunt de significats (un sistema significant com sosté Geertz), sigui qual sigui el nivell de desenvolupament dels mateixos (creences o ideologies) o el grau d'integració que presentin. Però, abans de mirar-la des d'aquesta perspectiva, convé veure-la com el conjunt de pràctiques, que permeten a la gent organitzar la vida social, donar-li sentit al món i a la existència personal. L'antropologia ha donat compte d'aquesta dimensió mitjançant nombrosíssimes monografies locals.

A les societats contemporànies, una forma d'abordar aquesta dimensió es troba en la realització d'enquestes d'hàbits i pràctiques culturals. Aquest enfocament – parcial – respon a allò que podríem anomenar una visió administrativa-acadèmica de la cultura. Es tracta d'una limitació important, però respon a una visió de les societats complexes com a estructurades en camps especialitzats. Per una altre part, aquestes enquestes són les principals fonts de dades que tenim a mà sobre mostres massives de població.

Què fa la gent segon aquestes enquestes i quines variables ajuden a comprendre la forma de distribució de les pràctiques, hàbits i preferències? Quan s'interpreta aquestes dades s'acostuma a

donar dos plantejaments i explicacions, clarament insuficients:

a) Classisme. La interpretació clàssica de Bourdieu sosté que existeix una classificació jeràrquica de les preferències i pràctiques culturals que es correspon amb l'estratificació social basada en la classe. Els diferents camps de preferències i pràctiques tenen una estructura homòloga amb la estratificació de classe.

b) Individualisme. Des de l'àmbit del marketing s'ha subratllat l'idea de la sobirania del consumidor que crea segon el seu plaer els seus gustos culturals: cadascú té els gustos que vol; el mercat permet la realització de les preferències personals.

Tanmateix, l'abundant recerca produïda durant els últims deu anys sobre aquestes bases de dades (França, Anglaterra, Austràlia, EEUU, Canadà, però també a Espanya), basada en l'anàlisi de preferències i gustos i de freqüències de pràctiques permet concloure que *aquestes (preferències i pràctiques) segueixen determinades regularitats i encara que n'hi hagi grans variacions individuals dins de les categories resultants, els gustos no són singulars (Bennet 2009; 250)*. En conseqüència, resulten insuficients les teories basades sobre l'homologia i les fundades sobre l'individualisme. Aquestes regularitats obeeixen a dues lògiques ben diferents: la de la **diversitat** i la de la **desigualtat**.

“El consum cultural afirma Tak Wing Chan – es troba diferenciat pel gènere, la edat, i d'altres variables sociodemogràfiques i es troba estratificat per l'educació, els ingressos i l'estatus social” (2010: 233).

Així doncs, aquestes regularitats s'expliquen o entenen mitjançant una diversitat de factors, sent especialment importants: el sexe, l'edat, l'*ethnos*, el capital econòmic... però sobretot el capital educatiu, el grup d'estatus i la classe.

L'estudi de les variables que ajuden a entendre les pràctiques, permet apropar-nos també a diferents públics o millor dit a categories diferenciadores de públics.

Variables	Diferenciació	Estratificació	Públics
	Edat		Edat avançada
			Edat Madura
			Nadius digitals
	Sexe	Gènere	Dones
	Procedència ètnica	Racisme	Nacions dins d'Estats
			Enclavaments etnoculturals
			Interculturalitat
		Nivell educatiu	"Classe del coneixement"
			"NiNi"
Estatus		Grups d'estatus	
	Ingressos (Classe social)	Classes	

1. La transformació de l'esperança de vida amb la seva consegüent democratització i les ràpides transformacions tecnològiques han generat una **societat d'edats** (en el sentit de que l'edat i la generació es converteixen en una factor clarament diferenciador de les pràctiques). En l'últim segle, cada onada tecnològica ha marcat duradorament una generació: els que vivim durant la infantesa l'escolarització universal hem estat marcats per la cultura lletrada i els nadius digitals desenvolupen habilitats i competències per a les quals nosaltres no ens trobem predisposats. També en els gustos i pràctiques musicals es fa visible la capacitat estructuradora de les preferències de **l'edat** i les **generacions**.  
En l'altre extrem, les generacions **més joves** viuen immerses dins l'univers de la cultura mòbil, la principal característica de la qual, des de la perspectiva de la intergeneracionalitat és que són la primera generació que dedica més temps de la seva vida a activitats que s'ubiquen fora del marc de la supervisió adulta.  
Tercer: La generació dels babyboomers que s'apropen a l'edat de la jubilació i han viscut experiències socials, generacionals i personals que les han marcats com a la primera generació centrada en l'autorealització i l'autonomia personal. Són les cohorts més madures.

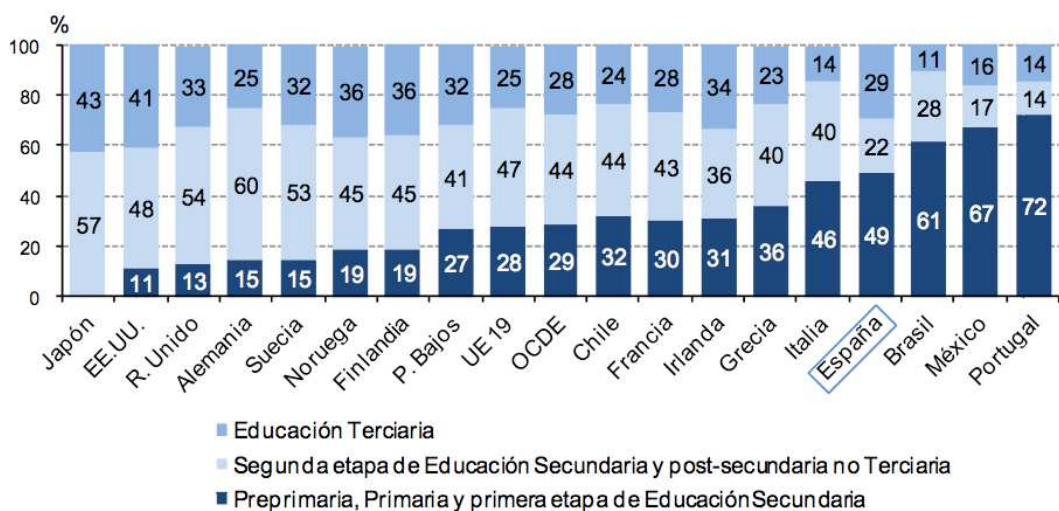
2. La variable estadística **sexe** i la categoria sociològica **gènere** permeten analitzar tant l'existència de pautes que obeeixen a una lògica de la diversitat de preferències com a d'altres que responen a la construcció social de desigualtats de gènere. Les dones són culturalment més actives que els homes i més omnívores. L'increment del seu nivell educatiu (la seva presència numèrica per exemple a la Universitat) i la seva progressiva incorporació al mercat de treball comporten canvis en preferències i pràctiques, que tranquen restriccions prèvies a l'accés a la cultura.
  
3. Un tercer element de transformació de la societat contemporània es troba als **fluxos migratoris** i la creació d'un món multicultural. Fa quaranta anys Espanya era un país d'emigració i encara en 1991 la població estrangera empadronada representava només el 0,9% del total: 360.000 persones. L'escenari va canviar amb rapidesa a partir de llavors, i l'any 2001, d'acord amb les dades provisionals del padró, oferts per l'INE són ja 5.700.000 persones i representen el 12,2% del total. Òbviament, tenen orígens i marcs culturals de referència molt diferents, però les seves pautes residencials i la seva distribució territorial generen tants enclavaments etnoculturals específics com un desafiament a l'interculturalitat.

	CV	Espanya	UE15	UE27
Població estrangera (%)	17,5	12,1	7,7	6,4

4. El consum es troba estratificat pel **nivell educatiu, els ingressos i l'estatus**. Quin d'aquests és més determinant resulta ser una qüestió controvertida, encara que n'hi hagi un consens per donar a la classe social una importància menor que durant el passat. Chan i Golthorpe sostenen que "en les arts visuals, a l'igual que en d'altres dominis, les pautes de consum es troben estratificades, i ho són en primer lloc d'acord amb l'estatus i l'educació. Els individus que nosaltres classifiquem com a inactius, o no-consumidors acostumen a ser de manera significativament més destacada de nivells més baixos d'estatus o de nivells més baixos de qualificacions educatives que no pas els paucívors i els omnívors" (2007: 184, *Poetics*). Això que és inqüestionable, sense dubte, és que el consum cultural es troba molt lluny de ser una mera expressió del gust i de l'elecció individual.

5. Al meu parer, en les societats amb **sistemes educatius madurs**, i per exemple, les nostres són societats on l'esperança de vida escola mitjana als cinc anys és de 17-18 anys, **l'educació** opera com el principal factor de discriminació dels estils i pràctiques culturals. L'anàlisi factorial de correspondències múltiples que he realitzat en el meu llibre *Prácticas Culturales en España* mostra que sigui qual sigui la pràctica i preferències analitzades sempre apareix un eix vertical determinat pel nivell educatiu.
- Per tant comprendre com es distribueix el capital educatiu és un element crucial per entendre l'univers de les pràctiques culturals i les pautes de participació.
- En el cas de la societat espanyola s'ha de senyalar una situació particular respecte als països del nostre entorn que podem anomenar de **dualització del capital educatiu**, ja que combina una alta taxa d'educació terciària amb una no menys alta d'abandonament i fracàs escolar primerenc.

**Gráfico A1.1a (extracto de la Tabla A1.1a)**  
Nivel de formación de la población adulta (25-64 años) (2008)



El percentatge de població espanyola que té educació superior entre els 25 i els 64 anys supera lleugerament a la mitjana de l'OCDE i de la UE10. Tanmateix, només un 22% ha completat l'Educació Secundària Postobligatòria, davant el 44% de l'OCDE i un 49% es troba en les etapes prèvies.

A Espanya, l'abandonament primerenc, és a dir, el percentatge de població de 18 a 24 anys que no ha completat el nivell d'educació secundària de segona etapa i no segueix cap tipus d'educació-formació, és del 31%<sup>2</sup>. Aquesta taxa és del doble de la de la Unió Europea (15%).

Existeix, doncs, per un costat una important classe del coneixement amb educació superior; però també existeix un percentatge elevat d'abandonament primerenc, amb reduït capital educatiu. Aquest és un context en el qual les desigualtats en el capital educatiu tenen una extraordinària capacitat de produir i reproduir desigualtats en els diferents camps de preferència i pràctica cultural<sup>3</sup>.

6. En el revisionisme de la teoria de Bourdieu, alguns autors reprenen el concepte weberianà d'estatus. L'ordre d'**estatus** expressa una jerarquia social de superioritat, igualtat o inferioritat, percebudes i de vegades acceptades, es troba relacionat amb els estils de vida i amb la identitat personal, amb la qual cosa es podria anomenar sentit de confortabilitat en les trobades i espais socials ("A la òpera no espero trobar gent com jo"; "els concerts de música clàssica no són per a gent com jo"). Per això, el consum cultural distintiu, i especialment en les arts visuals, és un mitjà per establir i mantenir l'estatus que resulta afavorit per agrupacions ocupacionals generalment dins de les classes més avançades, el balanç de recursos culturals i econòmics de les quals és desigual (Chan i Golthorpe: 186). A més, les caracteritza una orientació política liberal i tolerant.

---

<sup>2</sup> Mentre que a la Unió Europea dels vint-i-set és del 14,8%. Pel que fa a l'esperança de vida escolar al sistema educatiu espanyol als cinc anys és de 17,2 anys (curs 2005-2006). Veure en Ministerio de Educación, 2009, *Las cifras de la educación en España. Estadísticas e Indicadores*, en: <http://www.educacion.es/mecd/jsp/plantilla.jsp?id=3131&area=estadisticas&contenido=/estadisticas/educativas/cee/2009/cee-2009.html>

<sup>3</sup> "Els mecanismes educatius, que acostumem a considerar relativament igualitaris, permeten la promoció cultural d'una minoria procedent de la classe baixa, però alhora serveixen amb gran eficàcia de mecanisme de legitimació de les posicions privilegiades de la classe alta. (Enquesta Metropolitana de Barcelona, Marina Subirats). "No cal tenir valor per afirmar que l'escola, que hauria d'afavorir la igualtat, tendeix a reforçar la desigualtat al multiplicar els obstacles en el camí dels que procedeixen de mitjans "desheretats" i de minories culturals, com ho mostra, en el cas francès, l'escàs número de nens sorgits de la immigració que assoleixen llocs elevats a la societat" (Touraine, 89).

En conclusió, quan estudiem l'estratificació social i la seva relació amb el consum i la participació cultural, apareix una pluralitat d'universos de valor, perquè els bens culturals tenen una naturalesa singular, que les diferencia d'altres tipus de bens: no són rivals, el consum d'un ben (una peça de música, la mirada al David de Miguel Angel) per una persona no impedeix el consum del mateix ben per part d'una altra. D'aquí que existeixen molts universos culturals alternatius, complementaris o concurrents.

Però a més de diversitat, també n'hi ha **desigualtat**, basada en l'estatus, en l'ocupació, en la classe i molt singularment en el nivell educatiu. Els estudis recents mostren més aviat que encara que existeixin configuracions i divisions culturals, aquestes depenen de múltiples factors.

### **Omnivorietat i llei del cúmul, eclectisme i nivell educatiu:**

En aquest context, la forma de distribució de les pràctiques s'explica per la teoria de la omnivorietat. El consum cultural de la societat contemporània ha experimentat un desplaçament des d'un eix vertical fundat sobre la distinció entre alta cultura i cultura popular cap a un eix horitzontal basat sobre la combinació de gèneres i pràctiques classificats en nivells diferents. Aquesta capacitat nova dels actors per barrejar formes diferents en un únic menú (música clàssica i òpera, per un costat, i rock o folk, d'un altre; assistència al teatre i al karaoke; pràctica de la lectura de novel·les i de l'esport; etc.) és allò que ha estat definit com a omnivorietat. Peterson va argumentar a principis dels anys noranta que s'havia produït un desplaçament entre les elits dels gustos restrictius cap a unes diferències més obertes i eclèctiques i que s'estava donant una tendència general cap a una major tolerància en les barreges de pràctiques.

La teoria de l'omnivorietat ha generat un ampli debat i ha estat sotmesa a verificació empírica amb dades procedents de diferents enquestes, la majoria de les quals arriben a la conclusió de la seva pertinència interpretativa, encara que amb tres matisacions importants: a) l'obertura i tolerància culturals són un valor consensuat en la societat contemporània; b) existeixen molts tipus d'omnivorietat, i un d'ells té un perfil definit pel capital educatiu i els ingressos mitjans alts, de manera que aquesta obertura omnívora i multicultural proporciona un sentit de la distinció a les classes mitjanes altes o especialment a la classe del coneixement (no tota l'elit és omnívora)<sup>4</sup>;

---

<sup>4</sup> "Els graduats i els que tenen un nivell educatiu terciari – encara que no els que tenen qualificacions de nivell més baix – són omnívors amb una probabilitat superior, o paucívors, que aquells que no tenen qualificació" (Chan i Golthorpe, 182). Els omnívors s'extreuen de les estrats alts, però no deixen de ser una minoria en aquests estrats (187). No formen una elit social.

d'allò no es deriva, que en la societat contemporània no hagi fronteres i gustos estigmatitzats, però no són fronteres de classe i no compten amb una vigilància policial molt estricta. Aquest ha estat el plantejament de Bennett en *Culture, Class, Distinction*; o el de Chan i Golthorpe en diferents articles i més recentment en *Social Status and Cultural Consumption*.

D'altres factors, com Erikson parla d'apertura a la diversitat cultural; Bernard Lahire d'eclectisme (combinació de pràctiques dissonants) i Olivier Donnat de la Llei del Cúmul. Els termes diferents es refereixen a fenòmens parcialment diferents, però designen la flexibilitat dels gustos, l'existència de combinatòries i l'acumulació. Un fet és indubtable, entre la classe obrera amb nivells educatius baixos no trobem preferències omnívores.

Per part meua, no ho desenvoluparé aquí però crec que s'ha d'avançar cap a un concepte més ampli com és el del règim de pràctica cultural i estudiar els tipus de règims predominants. Allò que importa no és només això que es consumeix (ingredients del menú) sinó l'organització i modalitat de consum.

#### **4. La cultura és contingut i no merament un llenguatge i una pràctica.**

Amb freqüència, quan explotem les dades d'enquestes sobre participació cultural, ho fem com si les pràctiques fossin activitats discretes i inconnexes i com si el marc nacional (cada marc nacional) fos capaç d'autocontenir-les. Però la realitat és que en el món dels fluxos de signes i dels fluxos de persones (migracions i multiculturalitat), la geografia cultural també es torna complexa i el mapa de codis culturals predominants és una resultant de la combinació de diferents dimensions.

Manuel Castells manté la hipòtesi de que el procés de transformació cultural en el nostre món contemporani evoluciona a través de dos grans eixos bipolars: "la oposició entre globalització i identificació i la bretxa entre individualisme i comunalisme" (2010: 180ss). Aquests polos són definits en funció de les creences i valors d'individus i grups. Així la globalització comporta la aparició d'un conjunt de valors i creences específiques que en gran mesura es comparteixen en tot el món i té tres grans manifestacions: cosmopolitisme, consumisme i multiculturalisme; per la seva part, la identificació designa valors i creences en els que es reconeixen determinats grups (ben d'adscripció, ben d'elecció); l'individualisme fa referència a creences i valors que donen prioritat a les necessitats, desigs i projectes de cada individu; mentre que el comunalisme comporta la superioritat de la comunitat i la seva imposició com a instància de mediació amb qualsevol poder.

La combinació d'aquests dos eixos produeix quatre models culturals bàsics de la societat global: consumisme (representat per les marques), individualisme en xarxa, cosmopolitisme (ja sigui polític, ideològic o religiós) i multiculturalisme.

La identificació dels dos eixos que efectua Castells proporciona una eina hermenèutica poderosa, perquè distingeix entre un eix espacial i un altre social, tot i que els termes utilitzats per designar els polos no són totalment adequats, ja que el cosmopolitisme i el consumisme també són formes d'identificació. Per allò, nosaltres proposem de designar els polos amb els termes local i mundial, per un costat, i individu i comunitat, per un altre.

### Marc general de significat

	LOCAL		
INDIVIDU	LOCALISME Autonomia personal Xarxes Nova ruralitat Círcols d'estatus		COMUNITARISME Nacional, religiós, estètic Enclavaments etnoculturals: drets del grup
		Marcs generals de significat	
	INDIVIDUALISME consumista Mercat Cultura como a mercaderia		COSMOPOLITISMO Globalització Humanitat como a comunitat imaginada Nova definició de l'esfera pública
	MUNDIAL		COMUNITAT

Aquest plantejament basat sobre les interrelacions i concurrències dels codis culturals permet extreure una important conclusió. En un univers cultural compost d'aquests marcs de referència, es produeix una impugnació de l'universalisme abstracte dels drets, en la qual s'han basat les polítiques d'assimilació cultural, i reclama un universalisme concret, potser de mínims, que sigui

capaç d'integrar la pluralitat. És obvi que no compartim una cultural comuna, però podem funcionar pragmàticament mitjançant la cultura del compartir, de la mediació, dels protocols. Això és l'Internet.

I de la mateixa manera, una concurrència d'aquests marcs de referència comporta una redefinició de la pertinència local, social, comunitària, que ha de permetre i fomentar l'autonomia personal. Les normes del grup no poden sufocar la llibertat individual.

D'aquí es deriva una conseqüència política: és a dir, una redefinició de les polítiques de democratització i de democràcia cultural; la lluita en contra de les desigualtats i la defensa del reconeixement han de ser compatibles.

Però encara cal extreure una altra conseqüència per a les pràctiques culturals: quan es parla d'hipermèdia, d'hipertext, com a llocs de convergència de maneres i canals de comunicació, es tendeix a oblidar que aquesta convergència es produeix, com ha senyalat Richard Jenkins, en les ments dels subjectes que són capaços d'integrar-los a les seves rutines quotidianes i en les seves pautes d'interacció.

Així la pregunta que està canviant les pràctiques culturals té al meu parer una sola resposta vàlida. Està canviant tot, per dues raons: a) perquè el règim de comunicació digital reconfigura la forma d'apropar-nos a qualsevol pràctica i integrar-la a la nostra vida quotidiana (convergència i autocomunicació); b) i el procés de globalització ha creat un escenari de codis culturals coexistents, concurrents, interconnectats, competidors, que no poden funcionar sense una interpel·lació constant d'uns als altres, sense conflictes i dilemes.