

ACERCA: Cultura Comunicación y Desarrollo. Relaciones entre Comunicación y Cultura: su impacto en el desarrollo.

Angel Mestres
amestres@transit.es

En primer lugar agradecer a la AECl y a la OEI la invitación a participar con esta conferencia en el programa ACERCA y a todos ustedes por su asistencia.

El espacio de reflexión que me han propuesto desde la organización y que yo he intentado preparar para ustedes es, desde mi punto de vista, un interesante territorio que se produce en la intersección entre tres ámbitos (de trabajo, de profesionales, de teóricos, de la praxis, de proyectos...) entre **la Cultura, la Comunicación y el Desarrollo**. Durante mi intervención me centraré especialmente en los dos primeros, donde estoy desarrollando mi experiencia profesional (trabajo del día a día) y académica (docencia e investigación aplicada). Por tanto, aunque intentaré dar algunas referencias teóricas, voy a abordar el tema (mediante ejemplos, ilustraciones, comentarios) desde una praxis profesional.

La Cultura.

No entraré a definir el concepto de cultura como punto de partida de ésta exposición... cultura es una de las palabras más polisémicas que tenemos. Cada filósofo, antropólogo, historiador que se ha planteado su definición ha generado la suya propia. De todas formas, podemos hacer una clasificación global y presentar las siguientes "tendencias" a la hora de definir cultura:

Desde la **perspectiva identitaria**, asignando cultura a una civilización o una época. Así hablamos por ejemplo, de "cultura griega" o "la cultura del Renacimiento"

Desde una **perspectiva sociológica**, hablando así de las formas de ver, describir e interactuar de una clase o grupo social. De ahí que hablemos, con la Escuela de Birmingham, de "alta cultura", "cultura popular", "subcultura", etc. Desde la lógica de la escuela de Birmingham tiene sentido entonces hablar de culturas asociadas a nichos específicos, que tradicionalmente habían estado excluidos del mundo de la cultura, así podemos hablar de "cultura de club" o "la cultura del video-juego". Aunque hablemos de objetos

(el club o el video-juego) en realidad nos referimos al subgrupo que ha convertido esos objetos en una de sus formas centrales de expresión.

Desde una **perspectiva psicológica**, asociada a los procesos creativos. De esta forma es cultura todo aquello que se hace de forma reflexiva, inspirada, en lugar de hacerlo mecánicamente.

Desde una **perspectiva contentual**, hablamos de cultura como un conjunto de objetos que para un colectivo humano se han utilizado como garantes de significados y tienen por tanto un valor simbólico. Este concepto va normalmente asociado a la idea de preservar cultura, de patrimonio, de archivo.

Esta visión de la cultura se puede complementar con lo que tradicionalmente hemos citado como las lógicas de la política o en definitiva la acción cultural, estaríamos hablando de :

1. La identitaria.
2. La democratización de la cultura
3. La democracia cultural
4. La búsqueda de la excelencia.
5. El desarrollo económico
6. La sostenibilidad social.

Estás seis lógicas, las podemos encontrar enumeradas así o en dos subclases: **intrínsecas** (de la 1 a la 4) y **extrínsecas** (la 5 y la 6) pero en definitiva van “mutando de denominación” y en la actualidad quizás hablaríamos de: **“empoderamiento, gobernanza y proximidad”** como tres lógicas que deberían ser “dominantes” en la acción cultural en nuestros días, pero en todo caso nos estaríamos remitiendo a las 6 anteriores de una u otra forma.

Propongo analizar distintos proyectos que parten de la cultura como **Zexe**¹ del artista digital catalán **Antoni Abad** o el **DeseArte Paz de CEPS-Colombo Americano** en Medellín para mostrar como funcionan estas diferentes lógicas, y después profundizar en los conceptos de empoderamiento, gobernanza y proximidad. En el primer caso el concepto es muy sencillo: Primero, Abad selecciona un colectivo social determinado que se encuentre socialmente discriminado por una razón u otra; ha trabajado con discapacitados, taxistas, prostitutas o, más recientemente, con los motoboys (mensajeros) de Sao Paulo. Después Abad entrega a unos representantes de este colectivo móviles con cámara invitándoles a registrar parte de sus vidas, aquello que les parezca más interesante o significativo. Algo que ayude a cimentar la comunidad, estableciendo relaciones más fuertes entre ellos y que funcione en paralelo como una explicación para los que están “fuera” de la realidad social y cultural del colectivo. Finalmente, Abad crea una infraestructura digital en la web en la que el material obtenido mediante los

¹ www.zexe.net

móviles puede verse y consultarse.

El segundo ejemplo es el proyecto Desearte Paz², en activo desde 2005 que tiene lugar en Medellín (Colombia) y está co-producido por CEPS Projectes Socials³ y el Centro Colombo-Americano⁴. En este proyecto, artistas locales colaboran con artistas de otros países en residencia para desarrollar proyectos de acción directa sobre la ciudad, buscando favorecer la situación de los socialmente excluidos. El proyecto se apoya en siete **laboratorios** que estudian los temas y formatos de actuación que resulten más útiles para la comunidad a la que se dirigen. Cada laboratorio se ocupa de un tema específico: desplazamiento forzado, fracturación de las identidades afrocolombianas, invisibilidad de las discapacidades físicas, explotación infantil, derechos sexuales y reproductivos, exclusión de la juventud en la construcción comunitaria y la violación de los derechos humanos en los centros de detención.

Desearte Paz busca sobre todo favorecer el desarrollo artístico y cultural de la ciudad de Medellín, reforzando la articulación de las actividades culturales, implicando tanto a los centros locales como a los internacionales, generando redes para conseguir la sostenibilidad del proyecto, vinculándolo también con los circuitos formales e institucionales, facilitando así la difusión de la obra artística creada durante el proyecto.

De esta forma podemos también sensibilizar gracias al arte, y dar visibilidad a algunas problemáticas sociales detectadas en Medellín, tanto en el contexto del colectivo artístico, como en el conjunto de la ciudadanía o de los medios de comunicación a nivel local y global.

Es importante recordar que los laboratorios culturales no son simplemente herramientas ad hoc para un proyecto actual, sino que son vectores que apuntan hacia el futuro, posibilitando que adaptemos nuestros proyectos y acciones en función de cómo cambian los tiempos, posibilitando así la innovación en el proceso de creación, valoración y revisión de las políticas culturales. Los laboratorios primero nos permiten actualizar nuestro conocimiento, redefinir los contextos de actuación y saber responder a las peticiones cambiantes del territorio. Después podemos convertir esta información en acción: crear metodologías, programas, eventos, campañas, etc que respondan a estas necesidades y cambios de contexto detectados. DeseArte paz mantiene un feedback entre información y actuación que no puede perder nunca si quiere ser realmente funcional.

Una vez descritos estos dos casos podríamos ejemplificar algunas de las lógicas culturales ⁵en las cuales se identifican dichos proyectos⁶, potenciándolas.

² www.estudioagite.com/catalogo/ (dirección provisional)

³ www.asceps.org

⁴ www.colomboworld.com

⁵ Agradezco las aportaciones y reflexiones de Ana Vilaroya y Xavier Fina en el desarrollo de este apartado.

1. La identitaria.

“Se trata, pues, no ya del derecho a ser como los otros, sino a ser otro”⁷

Claramente, el proceso cultural aquí va ligado a una cultura específica, y ello tiene implicaciones en el producto final que las diferentes comunidades generan. Así, si la primera versión del ejercicio, planteada a los taxistas de México, funcionaba más como un relato y un mecanismo de contacto entre ellos, en el caso de los discapacitados de Barcelona el ejercicio reivindicativo era el más importante, de ahí que el resultado final fuera un mapa de los "puntos negros" de la accesibilidad en Barcelona, creado directamente por los discapacitados implicados en el proyecto. Este aspecto identitario estaría menos presente en Desearte Paz, que apuesta más por una función socializadora del arte desde una perspectiva más global.

2. La democratización de la cultura

Al seleccionar determinados colectivos sociales no incluidos socialmente, Abad pone claramente de manifiesto la necesidad de democratizar el arte y la cultura y acercarlos a estos colectivos. Así, el título de la web es bien significativo: "Mensajeros, inmigrantes, personas discapacitadas, prostitutas, gitanos y taxistas transmiten desde teléfonos móviles". Todos ellos, colectivos que, en general, tienen difícil el acceso al capital cultural. Desearte Paz obedece a una lógica similar, al intentar acercar el arte a espacios de la ciudad de Medellín caracterizados por su alto grado de exclusión y problemática social.

3. La democracia cultural

Como comentábamos en el ejemplo de Abad en Barcelona, supone una capacidad de hacer llegar propuestas de diferentes grupos a determinados estamentos (opinión pública, medios de comunicación, mundo digital, estamentos técnicos y políticos)

De la misma forma, al mover el contexto del arte contemporáneo y la galería a los barrios de Medellín podemos también utilizar la comunicación cultural para hacer llegar esas propuestas concretas a estamentos similares. Vemos aquí claramente como la comunicación es un elemento clave en todo este tipo de proyectos. Si no hay comunicación de resultados, objetivos, planteamientos, proyectos,

⁶ En este texto trabajo a partir de los dos casos citados, pero podríamos hacer el mismo ejercicio con otros ejemplos: radios comunitarias, televisión educativa, sinfónicas juveniles, la muestra de arte invisible presentada en Arco, viveros de industrias culturales, escuelas taller...

⁷ Touraine, A. Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy. Barcelona 2005. Paidós.

realidades sociales, etc. los proyectos con este tipo de filosofía social, de desarrollo cultural comunitario, dejan de tener sentido.

“Promover una democracia cultural es sin duda reconocer unos **derechos culturales** de las comunidades. El paso de los derechos políticos (la creación de repúblicas) a los derechos sociales (convenios laborales) y después a los culturales ha extendido la reivindicación democrática a todos los aspectos de la vida social, y por consiguiente al conjunto de la existencia y la conciencia individuales⁸”.

4. La búsqueda de la excelencia

El hecho de que el proyecto deseArte Paz trabaje con artistas que se ponen en contacto con colectivos que trabajan con los niños de los barrios de Medellín, significa que se está promoviendo un proyecto que busca trabajar el arte a partir de considerarlo una técnica que debe desarrollarse con la misma capacidad de reflexión y discurso, como la reflexión y el discurso que desarrollan los pedagogos y educadores que trabajan en esos colectivos.

5. El desarrollo económico

En el caso de Abad hay un componente directo relacionado con la tecnología, estos colectivos utilizan un medio tecnológico para su uso, se familiarizan con este instrumento y después lo pueden usar para su labor cotidiana.

Y en el deseArte Paz ha significado que un centro que en principio trabajaba sólo ofreciendo clases de inglés haya creado lugares de trabajo para mantener este tipo de proyectos y haya podido diversificar su actuación encontrando otras fuentes de financiación. Al mismo tiempo la Universidad de Antioquia ha lanzado un conjunto de iniciativas de formación para poder promover un conjunto de pequeñas empresas relacionadas con la creación.

6. El componente social

Zexe se plantea por un lado, potenciar la comunidad a la que se dirige, ayudándola a su autoafirmación y a facilitar la comunicación entre ellos, y generar a la vez un proceso reivindicativo para que el público de clase media, conozca las realidades de los diferentes colectivos a los que se dirige el proyecto.

El DeseArte Paz ha supuesto la recuperación de los canales de dialogo entre diferentes colectivos (Educadores, Artistas, Escuelas, Universidades, los propios participantes, familias, estamentos técnicos de la administración y políticos), a la vez que ha recuperado algunos espacios (tanto espacios públicos como privados) como lugares de intercambio y encuentro donde se desarrollan actividades

⁸ ID 7.

barriales, asambleas de vecinos...

Ya a principios de los 90 Néstor García Canclini⁹ añadía este componente de **cohesión social** en muchas de sus ideas. Incluso al abordar el tema del patrimonio nos recuerda a Williams¹⁰ :

“Arcaico es lo que pertenece al pasado y es reconocido como tal por quienes hoy lo reviven, casi siempre de modo “deliberadamente especializado”. En cambio lo residual se formó en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro de los procesos culturales. Lo emergente designa los nuevos significados y valores, nuevas prácticas y relaciones sociales.

Después de este planteamiento casi idílico en la descripción de las 6 lógicas podemos afirmar que, al plantear en la universidad estos conceptos de “lógicas de la acción cultural”, los alumnos no tardan mucho tiempo en denunciar que éstas, en general, no se cumplen... y de hecho podríamos enumerar elementos críticos en cada una de las seis lógicas. Como ejemplo he escogido en primer lugar un proyecto que a algunos les puede parecer elitista (el arte contemporáneo en muchos casos se puede considerar como minoritario mas que elitista) pero me sirve para poder ejemplificar las seis lógicas como también me ha servido para el mismo fin el DeseArte Paz.

Aún así es cierto que muchos de los proyectos/acciones culturales suponen una cierta contradicción con las seis lógicas: La democracia cultural no supone entender que yo mañana puedo actuar en Teatro de la Ópera de mi ciudad, la lógica identitaria no supone en algunos casos ninguna virtud de las políticas culturales, o hasta qué punto el precio de la entrada a un concierto es excluyente y por tanto se rompen las lógicas...

Podemos decir que estamos describiendo la capacidad de responder o dar coherencia a estas lógicas a partir de algunos ejemplos: un concierto, la intervención de un artista, una biblioteca, un festival. Pero **la cooperación cultural no es organizar un concierto, o recuperar el patrimonio o realizar un festival... aunque nada de eso está prohibido.**

Cuando las acciones culturales apuestan por potenciar la **identidad comunitaria, ideas como empoderamiento y gobernanza** toman fuerza, y también la de proximidad, no tanto conectada a unos límites geográficos determinados, sino, sobretodo, a la idea de un territorio simbólico, en el que una comunidad manifiesta su cultura de una determinada forma, estableciendo unos símbolos y creando contextos de significación. Son estos fines los que validan las diferentes acciones culturales que queremos desarrollar en un territorio concreto.

Hasta ahora he intentado describir unas bases que deberían fundamentar la acción cultural. El presente es más amenazador que las críticas de los

⁹ García Canclini, N. Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Barcelona 2001 (edición actualizada). Paidós.

¹⁰ Williams, R. Marxismo y literatura. Barcelona. 1980. Península.

alumnos de la universidad, o que las conclusiones a las que llegaríamos en un trabajo conjunto ustedes y yo si esto fuese un seminario más largo.

Cada vez más, la lógica de la acción cultural se **krensifica**¹¹. Un proceso de krensificación cumple los siguientes principios:

1. Es una **franquicia global**.

Se opta por procesos “probados” y que se identifiquen con marcas “consideradas potentes” No es el caso único del Guggenheim. Podemos encontrar otros nombres: Hay Festival, Rock & Rio, Fringe off Festival, Louvre en los Emiratos Árabes, Sonar festival...

2. Se sigue una política de **seducción y apuesta**.

Se intenta convencer a un núcleo (generalmente de políticos) para que arriesguen con promesas de muchos asistentes, muchas visitas, muchas entradas vendidas.

3. **Gentrificación**.

La cultura ha servido para justificar: cambios urbanísticos, nuevos itinerarios para turistas, rutas de “alta cultura”... que no admiten a determinados vecinos.

4. **Actos estridentes**.

En estos momentos buscamos notoriedad, presencia en los medios, poder estar presentes en un número de resultados de Google cada vez mayor...

5. **Reacciones de los actores culturales del propio territorio**.

Reacciones de verse excluidos, o ignorados. Un ejemplo muy claro en este sentido es cómo Chillida puede ser protagonista de una excelente exposición en el Guggenheim de N.Y., pero en ningún caso vendería para hacer la misma exposición en el Guggenheim de Bilbao.

6. En definitiva se piensa y se invierte en cultura desde una lógica cada vez más cercana a jugar a ser wall street.

Estos 6 apartados, se reproducen a microescala en nuestras decisiones diarias, cuando estamos diseñando acciones culturales. Cuando planteamos un proyecto cultural parecido a los descritos anteriormente (Zexe y DeseArtepaz), puede parecer que la lógica de la krensificación quede lejos, pero seguro que podemos reflexionar sobre hasta qué punto, de una forma más o menos tímida, abordamos alguno de los apartados anteriores (en especial los apartados 1,2,4 y 5, ya que el 3 y el 6 son procesos más macros); siguiendo las ideas de J. Zulaika, podemos afirmar que el Guggenheim krensifica y nosotros muchas veces **microkrensificamos** (buscamos asociarnos a entidades de renombre, planteamos actividades masivas para poder justificar más afluencia de público, planteamos campañas de comunicación estridentes...).

¹¹ Zulaika, J. Guasch, A.M. Aprendiendo del Guggenheim Bilbao. Madrid 2007. Akal.(Para ampliar el concepto de krensificación)

Zulaika, Joseba. “Crónica de una seducción”. Madrid 1997. Editorial Nerea. (Para analizar toda la gestación del proyecto Guggenheim)

Dejemos por un momento, sólo a nivel descriptivo, ya que, como señalaré más adelante, no lo podemos hacer a nivel conceptual, la profundización en la descripción de la cultura, sus lógicas y sus peligros.

Y... ¿qué pasa cuando abordamos el concepto comunicación?

La Comunicación.

T.S. Eliott nos decía:

¿Dónde está la sabiduría que perdimos en el conocimiento?

¿Dónde está el conocimiento que perdimos en la información?

Por lo tanto podemos marcar una primera distinción entre normativo y funcional, entre comunicar e informar. Cuando abordamos la dimensión normativa estamos hablando de: dialogar, informar, compartir, de comprenderse... en definitiva, de estar dentro de un mismo paradigma y, por lo tanto, (incluso hablando en distintos idiomas) de no necesitar traducción. Pero existe una dimensión funcional, necesitamos información para el desarrollo de nuestro quehacer diario, podemos estar informados, podemos elaborar dossiers y dossiers de información pero no hay comprensión mutua. De hecho, si analizamos la etimología del concepto comunicar, veremos que hasta el siglo XIV significaba compartir y es más adelante donde adopta la dimensión de transmitir y difundir.

En definitiva como nos señala Wolton¹²: “cuanto más se mundializan los mensajes, más se afirman las diferencias culturales... .. las herramientas (de comunicación) son idénticas, los modelos culturales y sociales son diferentes. Por tanto el fin de las distancias físicas pone de manifiesto la increíble amplitud de las distancias culturales.

Las anteriores afirmaciones de Wolton nos llevan a otro elemento de análisis de la relación de la comunicación y la primera de las lógicas de la cultura descritas anteriormente: la lógica identitaria.

Siguiendo las ideas de Castells¹³ en el segundo volumen de la trilogía sobre la Sociedad de la Información llamado "El Poder de la Identidad" la globalización genera dos mecanismos de creación de identidad incompatibles. Por un lado, apostar por facilitar la difusión, conexión y mezcla de diversos contenidos, permite la construcción de una cultura global en la que ciudadanos de Barcelona, Pakistán, Guatemala y Sudáfrica ven las mismas películas de Hollywood o se crean "culturas de fusión", como el cruce del pop con la rumba centroafricana, pongamos por caso. Pero, por otro, para evitar la disolución de lo propio en un océano multicultural, la globalización

¹² Wolton, D. Salvemos la Comunicación” Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial. Gedisa. Barcelona 2006.

¹³ Castells, M. (2004). *El poder de la Identidad. Volumen 2 de La era de la información*. Madrid, Alianza.

genera discursos identitarios cada vez más radicales, incluso agresivos. En su texto Castells muestra cómo grupos tan diferentes como los nacionalismos sin estado, los fundamentalismos religiosos, movimientos alternativos como el Ejército Zapatista de Liberación Nacional y la secta AUM en Japón tienen en común oponer un fuerte sentido identitario a los procesos unificadores de la globalización.

Si admitimos que la lógica identitaria y la comunicación son dos pilares que sustentan la modernidad, al mismo tiempo podemos plantearnos si dicha modernidad está fracasando. Si estamos abordando el futuro desde la perspectiva de que en un mundo abierto, lleno de herramientas de comunicación es necesario establecer un cierto orden y consenso, pues las diferencias son visibles. La realidad es que el tándem identidad – comunicación puede incrementar el sentimiento de amenaza a lo que nos es propio y de un cierto desorden.

Nos encontramos con la gran paradoja que mueve a los intelectuales con vocación política –de Habermas a Ramoneda, pasando por Finkelkraut o Victòria Camps-: ¿Cuáles son los límites de la tolerancia? ¿A partir de que momento las diferencias culturales chocan con nuestra tolerancia? ¿Los valores de la modernidad son siempre compatibles con la diversidad cultural? Y si no lo son, ¿qué debe prevalecer? Quizás con cuestiones como la ablación de clítoris es fácil encontrar consenso. Pero, ¿qué pasa con el famoso velo? ¿Hay que aceptar el poco respeto por la propiedad intelectual en China en aras de nuestro respeto a las diferencias culturales?

Además esta sensación de desorden se ve incrementada por el hecho que facilitar los canales, la transmisión, la expresión, no es garantía de comunicación. Como nos dice Dominique Quessada¹⁴ ésta concepción supone que el verdadero protagonista de la comunicación es el receptor; pero este receptor está continuamente bombardeado por información y en general nos encontramos con que la llegada del sonido, los datos, los textos o las imágenes no producen una comprensión significativa e incluso pueden estar ubicados en paradigmas distintos. Seguramente es una de las paradojas más marcadas de la revolución informática aplicada a la comunicación. Creo que queda perfectamente recogida en el siguiente dictum malicioso: Internet es un océano de sabiduría... de tres centímetros de profundidad. Así nos sentimos muchas veces “navegando” por la red: en el momento en que realmente queremos profundizar en un tema nuestra cabeza choca inevitablemente con la arena de la playa, que no nos deja avanzar más.

Wolton¹⁵ clasifica en **5 tipos la información** que llega al receptor, para así evidenciar el conflicto continuo y persistente entre información-recepción-comunicación. Veamos los cinco tipos muy brevemente:

¹⁴ Quessada, D. La Era del siervoseñor. La Filosofía, la publicidad y el control de la opinión, Barcelona 2006. Tusquets.

¹⁵ Id 12.

*“**Información-prensa**, vinculada a la actualidad, proporcionada por los medios, caracteriza nuestra condición de ciudadanos.*

***Información-servicio**, en plena expansión. Cada vez más lo hacemos todo nosotros mismos, a partir de un Terminal...*

***Información-datos**, vinculada al auge de las bases y bancos de datos, que requieren un mínimo de conocimientos.*

***Información-entretenimiento**, en plena expansión, como la información, servicio, juegos e interacciones...*

***Información-militante**, también en crecimiento. Está vinculada, en particular, al uso de Internet en los regímenes dictatoriales, o a las ONG, o a los movimientos militantes críticos en las democracias.”*

Siguiendo de nuevo a Wolton, hay una crisis de legitimidad entre tres esferas relacionadas: **información, conocimiento y acción**, lo cual implica establecer **espacios simbólicos** diferentes para cada espacio, generando referencias complementarias y contradictorias. Continuando con las ideas de Castells, buena parte de estas contradicciones se generan en buena parte como resultado de la dialéctica global/local que los procesos de globalización producen. Por un lado, queremos comunicarnos con todo el mundo, facilitar los puentes para transmitir la información. Sin embargo, cuando uno considera la identidad propia, el conocimiento que tenemos de nosotros mismos, necesitamos construir una identidad que se genera cada vez más como rechazo a las tendencias de la globalización. Sea de forma consciente o inconsciente, la identidad sólo puede construirse matizando y oponiéndose a ciertos aspectos de la globalización cultural; en caso contrario quedamos absorbidos por la potencia de las ideas globales, una potencia que nos lleva a encontrar, en medio de un poblado de África, a un niño con la camiseta del Real Madrid.

Y ello, claro está, crea referencias contradictorias en el proceso de establecer la acción. ¿Qué tendencias sigo? ¿Mis conocimientos identitarios, que intentan separarme del resto de la masa global? O, por el contrario, ¿las posiciones informativas de la globalización que harán mi comportamiento más universalista? ¿Y qué sucede cuando la norma identitaria de acción choca frontalmente con las propuestas de sociedad abierta de la globalización? ¿Hay que mantener costumbres ancestrales aunque sean inconsistentes con los valores de la Modernidad?

Al cargar contra el concepto "**sociedad red**", quiero destacar la gran confusión que existe en la literatura a la hora de hablar del tema, confundiendo las redes sociales con las redes telemáticas. Así, se tiende a pensar en Castells como un experto en Internet cuando en realidad Castells es un experto en el tipo de Sociedad Red que la mundialización crea y en la que Internet es un instrumento útil, pero no el objeto de estudio ni mucho menos.

También el concepto de "**digital**" ha dejado de ser significativo en el contexto cultural cuando, sin ir más lejos, el último disco de Shakira tiene mil veces más tecnología que en el disco más experimental de Kraftwerk. Confusión

sistemática entre los instrumentos que se usan para producir algo y los resultados que crean esos instrumentos.

Confundir tecnología con sociedad es el primero de los errores de una visión demasiado simplista de lo que implica comunicarnos, empoderar a determinados colectivos excluidos o en riesgo de exclusión. No podemos abordar conceptos como la sociedad red sin pararnos a reflexionar a propósito de algunos aspectos que sin duda son críticos. Un primer aspecto es remarcar que la información (y también las herramientas de comunicación) cada vez se encuentra más concentrada en grandes grupos mediáticos que nos hacen pagar por su uso. Existe “a la vez un discurso fantástico sobre Internet y la sociedad de la información como símbolo de libertad, y una concentración industrial sin igual”¹⁶. Un segundo aspecto es que mientras la radio, la prensa y la televisión tienen aún un público (y por tanto un diseño de contenidos) muy generalista, en Internet se fomenta la “segmentación y en mayor medida el individualismo”. Y un tercer aspecto se podría resumir con “demasiada información mata la información”, es decir, es difícil legitimar determinados mensajes en un océano de información (como decíamos, de tres centímetros de profundidad en muchas zonas).

Estas contradicciones se hacen todavía más manifiestas en el mundo cultural. Ya hemos mencionado antes la confusión entre “cultura digital” y su soporte, imaginando que, por el simple hecho de poner unos cuantos ordenadores de por medio, se convierte una obra cultural tradicional en una “digital”, cuando en realidad lo digital implica sobre todo un determinado estado mental, una forma concreta de poner de manifiesto las tensiones entre tecnología y sociedad, o de analizar las formas alternativas de percepción que las nuevas tecnologías nos ofrecen: “las de la intuición” no son cultura digital y “Autobahn” sí, aunque la primera canción tenga de hecho mucha más tecnología que la segunda.

Igualmente, dentro del discurso del **arte social** hay una insistente narrativa sobre la libertad que Internet nos ofrece, y existen literalmente miles de proyectos que buscan el empoderamiento en una cierta combinación de desarrollo cultural comunitario y nuevas tecnologías. Sin embargo, la concentración de medios es todavía más patente en la cultura, y la misma facilidad de creación de proyectos sociales en Internet –demasiada información mata la información- hace que sólo los que disponen de alcance mediático sean capaces de conseguir una transformación social.

Lo mismo puede decirse de la utopía de un arte sin intermediarios, en el que artistas pondrían su obra directamente al alcance del usuario, sin necesidad de comisarios, directores de museos o marchantes de arte. La realidad es que hay tanta oferta cultural en los medios digitales que hace que la figura del intermediario sea todavía más importante. Como en el viejo adagio Zen acerca de un árbol que cae pero no hace ruido porque no hay nadie para oírlo, esa página web que podría revolucionar cierto aspecto de la cultura no va a revolucionar nada si no cae bajo la mirada inquisitiva de un comisario.

¹⁶ Id. 12

Y llegamos al punto de encuentro de los dos discursos elaborados hasta el momento. ¿Cómo podemos garantizar la identidad cultural de una sociedad? y al mismo tiempo ¿Cómo favorecemos procesos “sanos” de mestizaje o cosmopolitismo generalizado? La globalización no suprime las identidades culturales, pero quizás ¿las fortalece en y las lleva hacia posturas más radicales? ¿Cómo respetamos la diversidad cultural, y garantizamos el diálogo y la creación intercultural?

Son preguntas que nos llevan a un concepto descrito por Wolton¹⁷ como el **triángulo infernal: identidad, cultura** (distinción entre espacios simbólicos y culturales), **comunicación** (la visibilidad no es sinónimo de acercamiento).

Wolton señala una respuesta hacia ese triángulo infernal. Un triángulo virtuoso: **identidad - diversidad cultural - derechos humanos**.

Pero en este caso proponemos un **triángulo “virtuoso propio”**: **comunidad** (potenciando por tanto la comunicación entre individuos; pues en una comunidad hay un proyecto común, unos valores compartidos) **interculturalidad** (la comunidad no está cerrada a otras culturas, sino bien abierta, siempre y cuando se respeten una serie de principios generales, por eso no es multicultural si no intercultural) y **empoderamiento/participación** (asegurar que los diferentes actores tienen derecho a presentar su visión del asunto y, hasta cierto punto, decidir.)

Comunidad.

Para algunos será hablar de un nuevo espacio público, un cierto retorno a lo social. Si llevamos a un extremo el concepto de comunicación podemos afirmar que “comunicar, finalmente es convivir”¹⁸. Y para convivir es necesario reconocer las dificultades de comprender al otro y a la vez de que me comprenda. Y por muchos cables y tecnología que tengamos a nuestro alcance, éstos no son capaces de traducir los diferentes universos simbólicos que debemos compartir para convivir.

Interculturalidad.

Si hablamos de que los medios de comunicación aceleran los procesos de reafirmación identitaria al visualizar de forma casi inmediata las diferencias culturales, debemos fomentar procesos que no promuevan una identidad cultural entendida como un concepto de autarquía, que supone retroalimentarse con lo que nos es propio y ser absolutamente distantes del resto del mundo. Es posible, y necesario, promover una **sociedad relacional** donde diferentes protagonistas (individuos, estados, ONG, empresas...) trabajen con objetivos comunes pero con funciones diferentes. Una visión identitaria relacional, que parta de respetar al otro cuando los intercambios no

¹⁷ Id.12

¹⁸ Id.12

son equitativos. No entendamos la identidad como un valor sólo patrimonial sino como una capacidad que nos lleva a dialogar/crear con otros.

Empoderamiento/participación.

Todos los que trabajamos en proyectos de cooperación, tenemos el objetivo de reducir los mecanismos de exclusión que produce el fenómeno de la globalización (económica y cultural). Estos procesos de exclusión se explicarán cada vez más por la dificultad de acceder al **capital cultural** que por la dificultad de acceder al capital económico. Por lo tanto, no podemos desarrollar ningún proyecto si no centramos nuestra acción en el empoderamiento de sus protagonistas: darles herramientas no es suficiente es necesario elaborar procesos de formación, de participación, de acceso a la cultura, de saber encontrar la información, de saber si esa información es legítima...

En ningún caso, cuando hablo de empoderar un territorio, me refiero al **desarrollo cultural** como un aumento cuantitativo de la producción y consumo cultural, sino a ver cambios en los grados de sostenibilidad social, económica y cultural de esos territorios; a pesar de que, como dice Teixeira,¹⁹: “de cualquier forma, siempre será posible apostar por la lógica hegeliana según la cual una alteración en la cantidad conlleva siempre una alteración en la calidad” (de vida, añadido).

Despedida sin cierre.

Algunas cuestiones para el debate dicho lo dicho.

¿Cultura es desarrollo y desarrollo es cultura? ¿La cultura reafirma el sentimiento de autoestima, crea responsabilidad social, construye integración y cohesión social?

¿Comunicar es vender?... y ¿confundimos estos dos términos por presiones económicas, tecnocráticas, políticas o de nuestro propio... ego?

Cooperación cultural no es conservar el patrimonio, ni hacer una exposición, ni un festival, ni producir una película... pero nada de eso está prohibido. ¿Entonces en qué procesos hemos de investigar?

Es necesario innovar en los procesos de conceptualización, diseño, desarrollo y evaluación de nuestros proyectos. ¿Cómo podemos conseguir que un proyecto cualquiera deje de ser cualquier proyecto?

Entre la diplomacia y el comercio, se desliza un tercer participante que son las ONGs, que deben ser críticas y renovar la reflexión de ese triángulo descrito: Identidad-Cultura-Comunicación. De hecho ¿el movimiento

¹⁹ Teixeira Coelho, J. Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario. México 2000. Iteso/CONACULTA/Secretaría de Cultura Gobierno de Jalisco.

antiglobalización no es fruto de la aldea global y de la globalización de la información?

¿La revolución digital ha convertido los intermediarios culturales en obsoletos? ¿O los ha hecho todavía más necesarios? ¿Puede haber realmente comunicación cultural sin intermediarios que filtren lo interesante de lo trivial?

Y una última pregunta, esta vez formulada (reconozco que de forma extensa) por George Yúdice²⁰:

“... el problema no es tanto que la gente no se asocie, basta mirar el gran número de grupos identitarios que se han formado en las últimas décadas en EE.UU...el problema se vincula más bien con la emergencia de una sociedad del espectáculo (quizás krensificada según Zulaika), con la decadencia de los sindicatos, con la privatización de los servicios (que daba o nunca dio) el Estado Benefactor e, irónicamente, con el surgimiento de una derecha radical que se ha apropiado de las tácticas de los movimientos sociales.... donde la sociedad política ha perdido toda legitimidad. ¿Puede la cultura revertir la situación?

El reto es nuestro. Un cambio necesario y posible. Y hay que mirar el futuro con una buena dosis de optimismo (el director del Teatro Colón me recordaba que un optimista bien informado es un pesimista).

Quiero concluir con la siguiente cita de Lipovetsky²¹:

“No son tanto las disposiciones ético-mediáticas como las iniciativas de innovación e imaginación, de diversificación y experimentación aplicadas a las maneras de aprender lo que nos hará avanzar por la vía de una mayor vía responsable de los individuos- Invoquemos menos la virtud, convoquemos más las inteligencias reformadoras: **todo está todavía por hacer.**”

Buenos Aires / Barcelona /Sant Pere de Ribes 2007

²⁰ Yúdice, G. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona 2002. Gedisa.

²¹ Lipovetsky, G. Metamorfosis de la cultura liberal. Ética medios de comunicación, empresa. Barcelona 2003. Anagrama.