

Ponencia: ¿Qué está cambiando en las prácticas culturales?

Antonio Ariño, sociólogo y vicerrector de la Universidad de Valencia

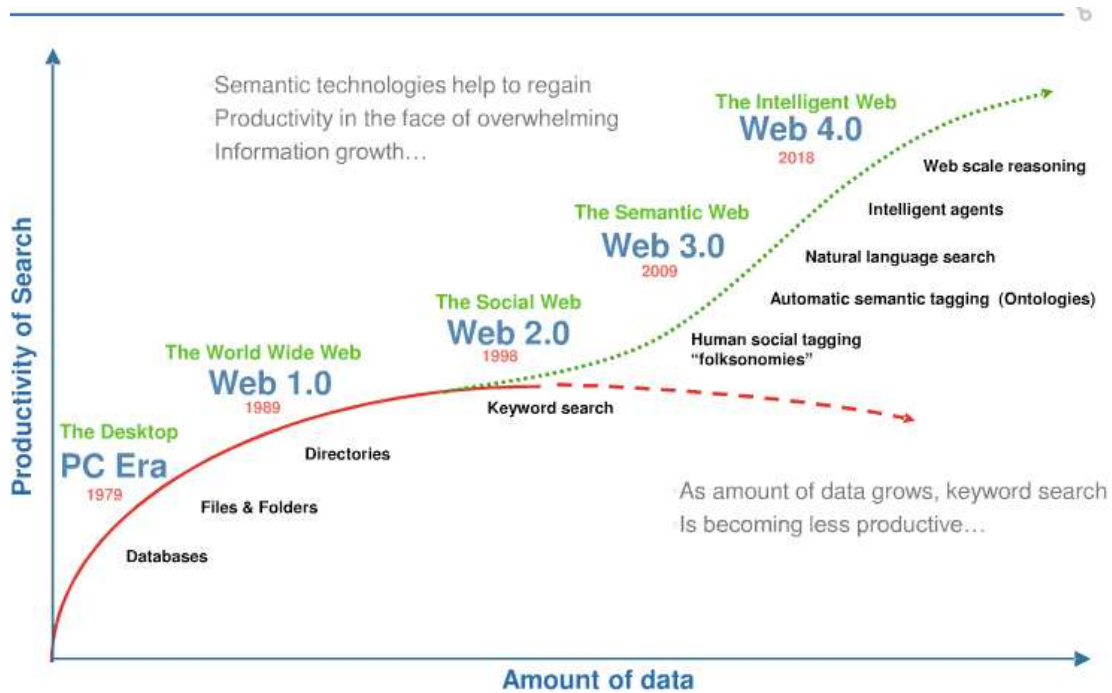
Sesión plenaria 1: Prácticas culturales y conocimiento de los públicos. Una mirada comparada internacional.

La pregunta lleva implícita la convicción de que todo no está cambiando: de que hay cambios y permanencias. Y así es sin duda, aunque también se podría añadir que todo está cambiando porque las permanencias se están reorganizando bajo la hegemonía de un nuevo régimen de comunicación.

Un enfoque sistemático supondría abordar al menos cinco aspectos del cambio, que son en realidad cinco dimensiones de la cultura: el lenguaje, la práctica (y por consiguiente, los públicos), el contenido, la organización y las formas de capital. Me detendré exclusivamente en las tres primeras.

1. La cultura es un lenguaje. Siempre consiste en un sistema de información y de comunicación. La pregunta pertinente es qué hay de nuevo hoy, en 2010, al respecto. Y ciertamente hay mucho. En las dos últimas décadas, hemos asistido a un cambio en el régimen de comunicación, que históricamente ha pasado de ser oral, primero, y luego letrado y audiovisual, y hoy es predominantemente digital.

En la última década, en particular, hemos conocido la instauración de la hegemonía del régimen de comunicación audiovisual-digital en la vida cotidiana y la globalización de los flujos de significado, mediante la permanente y ubicua conectividad. Baste señalar como anécdota relevante que en 2009 un 73% de las niñas de 10 a 15 años tienen en España teléfono móvil (y ya sabemos que un teléfono móvil es mucho más que un teléfono fijo que se ha desprendido del hilo); en 1975 sólo un 34% de los hogares tenía teléfono fijo.



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

Este fenómeno –conectividad, movilidad y globalización de los flujos de signos- afecta y afectará de forma decisiva a todos los aspectos de la vida social y a la organización y producción del significado. Lo estamos viendo con la web 2.0, pero en realidad lo vamos a vivir y experimentar de una manera más radical en las nuevas etapas de desarrollo de la red de redes¹, conocidas como Web semántica (o Web 3.0) y Web ubicua (o Web 4.0). En su primera etapa la web conectaba informaciones y documentos; en la segunda, la web social, está conectando personas que crean comunidades, foros y blogs, gracias a las aplicaciones Wiki. La Web semántica es un conector que localiza contenidos, mediante máquinas de búsqueda que utilizan algoritmos personalizados y documentos enriquecidos de metadatos. La Web 4.0 se supone que tendrá la capacidad de conectar todo con todo gracias a la intervención de agentes virtuales inteligentes, que simularán las operaciones de la mente humana.

Esta hegemonía del lenguaje digital supone un desafío y socavamiento de muchos mitos sobre los que se ha asentado el concepto de cultura (por ejemplo, la centralidad de la comunicación letrada y del libro) y la transformación de las pautas de acceso a los bienes y servicios culturales (movilidad) o la distinción entre producción y consumo (emergencia de los prosumers). Al mismo tiempo, produce: desdiferenciación de espacios y campos (información, entretenimiento, comunicación), nuevas realidades y objetos como las redes, comunidades virtuales e hipertextos, y, por encima de todo, la metacultura.

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

¿Qué entiendo por metacultura? Denomino con este término a la resultante de un proceso de creciente integración, propiciado por Internet, de todas las formas culturales, pasadas y presentes, que ahora se encuentran (real o potencialmente) accesibles al individuo mediante conexión en cada pantalla. Al hablar de integración no me refiero a la creación de una estructura interrelacionada en el sentido que la primera antropología dio al concepto de cultura como sistema integrado o totalidad de sentido, ni tampoco a la idea imperante durante el auge del nacionalismo estatal de que a un Estado le correspondía una sociedad y una cultura nacional, sino a un fenómeno infinitamente más extenso pero también más difuso e inconexo, menos unificado; más informal, pero no menos real, derivado de que el medio virtual es el espacio de la realidad, de toda la realidad, ya que es un hiperespacio constituido por la confluencia de los diversos medios. Tal vez esa nueva metáfora de “la nube” o la *cloud computation* constituye una certera aproximación simbólica a esa realidad de la que aquí se habla.

Hablamos de *meta*-cultura en diversos sentidos: a) es una poscultura o una resultante que está más allá de las etnoculturas (culturas de los pueblos) y de las socioculturas (culturas de las sociedades naciones), sin ser tampoco una síntesis de todas ellas; b) constituye una amalgama magmática, sustentada en una especie de efecto *collage* no predeterminado por nadie en concreto y resultado de la acción de todos, sin ser una suma de acciones individuales; c) alcanza una dimensión de absoluta inconmensurabilidad para el sujeto individual y, por tanto, eleva a su máxima expresión la tensión entre la cultura subjetiva y la cultura objetiva; d) opera en su base con un lenguaje –el lenguaje digital– que es incomprensible para la inmensa mayoría de los sujetos; y e) en el magma de la metacultura, cada componente cultural puede ser seleccionado y apropiado por cada sujeto como un producto único, separado, discreto, dislocado de las tradiciones o nichos originarios, y mezclado o recombinado con elementos muy dispares.

La metacultura designa el universo más extenso que pueda imaginarse de acumulación de cultura objetivada y constantemente reproducida y renovada (mediante la inteligencia colectiva). Tiene una extraordinaria capacidad de reorganización global de las formas de comunicación. En la metacultura, la producción del significado no se da en el ámbito de la escritura-lectura, sino en el territorio fluido y ubicuo, ineludible, del multimedia o, como ya se suele conocer, en el hipermedio. Por todo ello, este universo resulta inconmensurable para el sujeto y su cultura subjetiva (el concepto es de Simmel), y genera ambivalencias, contradicciones y dinámicas específicas.

Algunas implicaciones de esta hegemonía:

- a) Genera un nuevo tipo de capital cultural (Bourdieu distinguía tres tipos: incorporado, objetivado, institucionalizado). Hemos de incluir ahora un *capital técnico* específico del régimen audiovisual-digital, que se plasma en la competencia de operar en y con la inteligencia colectiva en el mundo virtual (Gap Digital Intergeneracional).
- b) Hace posible la convergencia multimedia (de lenguajes y contenidos) y la transformación de los hogares, de los cuerpos y del acceso y las modalidades de participación cultural. Los flujos de signos permiten la movilidad, la interconectividad, nuevas formas de diversidad (más que la preconizada homogeneidad).
- c) De un lado, conlleva desterritorialización, dado el carácter inmaterial del lenguaje digital, pero de otro adquiere una nueva importancia la localidad, en el sentido de la relevancia que tienen los nichos socioecológicos culturales (de la creatividad, de la innovación, de la tolerancia) donde uno elige el espacio social donde se asienta con sus afines. (Véase Richard Florida: ¿quién es tu ciudad?)
- d) Se produce una transformación entre la esfera pública y la privada, como queda patente en las contiendas generadas en torno a la propiedad intelectual (Copyright), la autoría colectiva y la libre circulación de los flujos de significado propugnada por el movimiento Open. La pregunta aquí es: existe una política europea para la metacultura, un modelo cultural europeo capaz de potenciar la nueva esfera pública y los flujos de significado como bienes públicos o queda todo en manos del mercado con su actual estructura dominada por las grandes corporaciones.

Ahora bien, una cosa es describir las oportunidades que abren el lenguaje digital y la reorganización de las formas de comunicación y otra bien distinta suponer que la utilización del ordenador, de Internet, de los artilugios móviles, se halla generalizada, equitativamente distribuida, y todos realizan el mismo uso de ellos y maximizan sus oportunidades, desde idénticos marcos de relevancia. Una simple ojeada a la *Encuesta de Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2009* (Ine), y sin adentrarnos en los usos, sino meramente en la posesión de equipamientos en los hogares y su utilización genérica muestra una penetración claramente diferenciada por la edad, los ingresos y el nivel educativo.

En la tabla 1 se observa la correlación inversa con la **edad**, de manera que son las cohortes más jóvenes las que ofrecen tasas de uso más elevadas y de cohorte en cohorte se produce un descenso de la utilización tanto del ordenador como de Internet.

Tabla 1: Personas por edad y tipo de uso de TIC			
(Unidades: Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales)			
Edad	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses
De 10 a 15 años	94,5	85,1	--
De 16 a 24 años	93,7	92,3	86,0
De 25 a 34 años	83,6	80,1	72,3
De 35 a 44 años	72,3	68,2	59,8
De 45 a 54 años	59,1	54,9	48,5
De 55 a 64 años	32,9	29,1	25,8
De 65 a 74 años	13,2	11,0	9,3
Total personas	63,2	59,8	53,6

La penetración del ordenador y de Internet están relacionadas directamente con los **ingresos netos del hogar**, como puede constatarse en la tabla 2:

Tabla 2: Equipamientos de viviendas con ordenador y acceso a Internet en función de los ingresos netos del hogar		
(Unidades: Nº de viviendas (con al menos un miembro de 16 a 74 años) y % horizontales)		
Ingresos mensuales netos del hogar:	Viviendas con algún tipo de ordenador	Viviendas que disponen de acceso a Internet
Menos 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
Más de 2.700 euros	94,6	87,3
Total de viviendas	66,3	55,0

Fuente: Ine, 2009

Finalmente, la tabla 3 muestra la relación existente entre el tipo de uso de las TIC y las variables **educación y ocupación**. A mayor nivel educativo mayor utilización del ordenador y de Internet. Por otra parte, la utilización de las TIC está relacionada muy directamente con la ocupación de estudiante y de manera importante aunque menos destacada con la población activa ocupada. Son aquellas personas que se dedican a las labores del hogar o que son pensionistas las que ofrecen porcentajes más reducidos, hallándose estas categorías muy

relacionadas con la edad madura y avanzada y por tanto quedando explicadas sus reducidas tasas por el efecto generación.

Tabla 3: Personas por sexo, características socioeconómicas y tipo de uso de TIC

(Unidades: Número de personas (16 a 74 años) y porcentajes horizontales)

	Total personas	Personas que han utilizado el ordenador en los 3 últimos meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses
Analfabetos	588052	1,0	0,6	0,3
Primaria	8358116	20,5	17,2	13,2
Primera etapa de Secundaria	8306486	59,7	54,2	45,2
Segunda etapa de Secundaria	7329613	81,9	78,3	70,7
Formac. Prof. de Grado Superior	3363472	87,8	85,1	77,8
Educación Superior	6706824	93,7	92,4	88,3
Otros	15814	11,5	11,5	11,5
Activos ocupados	18936760	76,4	72,7	66
Activos parados	3941882	62,0	58,6	48,9
Estudiantes	2596156	99,0	98,4	95,3
Labores de hogar	3896104	25,7	22,2	15,6
Pensionistas	4335086	19,6	16,9	14,6
Otra	962392	59,9	54,6	46,7
Trabajadores TIC	782335	99,7	99,1	98,7
Total Personas	34668378	63,2	59,8	53,6

¿En qué medida esta penetración de las TIC y este nuevo régimen de comunicación están reorganizando las prácticas culturales?

Olivier Donnat ha realizado un análisis de las principales configuraciones culturales francesas en la última década, con la perspectiva que permite la serie de encuestas realizadas en Francia, y concluye que se produce una dualización de la cultura mediática (entre la televisión y las otras pantallas). El análisis combinado de las prácticas televisivas, de ordenador, de lectura de

libros y de visita a equipamientos culturales, permite constatar la existencia de cinco configuraciones culturales bien diferentes, según la combinatoria de prácticas, que responden a perfiles sociales notoriamente distintos:

Configuración	Perfil
Hegemonía de la televisión (teléfagos): apenas leen libros, frecuentan poco equipamientos y no suelen tener ordenador	Escaso capital cultural Ingresos moderados Personas de edad avanzada
Poca televisión (Omnívoros): Utilizan mucho el ordenador, leen muchos libros y frecuentan equipamientos	Cuadros y profesiones intelectuales Estudiantes
Combinación de las dos pantallas: Escaso interés por los libros	Masculino Liceos de medios populares Adultos con escaso capital cultural Buscando empleo
Hegemonía del libro: Pero también mucha televisión y poco uso del ordenador	Femenino De edad Medio social intermedio
Poco interés por las prácticas analizadas	Más indiferenciado y heterogéneo, Personas de edad; personas que tienen poco tiempo libre; cultivadores de un hobby o afición.

Estas configuraciones a su vez mantienen relaciones particulares con cuatro generaciones. Especialmente los menores de 35 años, las jóvenes generaciones, están relacionadas con una menor audiencia de televisión y de radio, menor afición a la lectura de libros y periódicos²; mayor preferencia por las películas y las músicas anglófonas y una entrega apasionada a Internet y las tecnologías móviles.

De la mano de Donnat, nos hemos introducido ya en el dominio de las prácticas.

2. La cultura es una práctica

La cultura, sin duda, consiste en un conjunto de significados (un sistema significante como sostiene Geertz), sea cual sea el nivel de desarrollo de los mismos (creencias o ideologías) o el grado de integración que presenten. Pero, antes de mirarla desde dicha perspectiva, conviene

² Tras varios decenios, cada nueva generación llega a la edad adulta con un nivel de compromiso con la lectura de textos impresos inferior a la generación que la precede sin que el avance en edad modifique esta realidad de partida" (Donat, 207.208).

verla como el conjunto de prácticas, que permiten a la gente organizar la vida social, darle sentido al mundo y a la existencia personal. La antropología ha dado cuenta de esta dimensión mediante numerosísimas monografías locales.

En las sociedades contemporáneas, una forma de abordar esta dimensión se halla en la realización de encuestas de hábitos y prácticas culturales. Este enfoque –parcial- responde a lo que podríamos denominar una visión administrativa-académica de la cultura. Se trata de una limitación importante, pero responde a una visión de las sociedades complejas como estructuradas en campos especializados. Por otra parte, dichas encuestas son las principales fuentes de datos que tenemos a mano sobre muestras masivas de población.

¿Qué hace la gente según esas encuestas y qué variables ayudan a comprender la forma de distribución de las prácticas, hábitos y preferencias?. Cuando se interpretan estos datos se suelen dar dos planteamientos y explicaciones, claramente insuficientes:

a) Clasismo. La interpretación clásica de Bourdieu sostiene que existe una clasificación jerárquica de las preferencias y prácticas culturales que se corresponde con la estratificación social basada en la clase. Los distintos campos de preferencias y prácticas tienen una estructura homóloga con la estratificación de clase.

b) Individualismo. Desde el ámbito del marketing se ha subrayado la idea de la soberanía del consumidor que crea a placer sus gustos culturales: cada uno tiene los gustos que quiere; el mercado permite la realización de las preferencias personales.

Sin embargo, la abundante investigación producida en los últimos diez años sobre dichas bases de datos (Francia, Inglaterra, Australia, EEUU, Canadá, pero también en España)³, basada en el análisis de preferencias y gustos y de frecuencias de prácticas permite concluir que *éstas (preferencias y prácticas) siguen determinadas regularidades y aunque hay grandes variaciones individuales dentro de las distintas categorías resultantes, los gustos no son singulares (Bennett 2009; 250)*. En consecuencia, resultan insuficientes las teorías basadas en la homología y las fundadas en el individualismo.

Dichas regularidades obedecen a dos lógicas bien distintas: la de la **diversidad** y la de la **desigualdad**.

³ Ver también *Eurobarómetros* específicos y la base de datos *Compendium*.

“El consumo cultural –afirma Tak Wing Chan- se halla diferenciado por género, edad y otras variables sociodemográficas y se encuentra estratificado por la educación, los ingresos y el estatus social” (2010: 233).

Así pues, dichas regularidades se explican o entienden mediante una diversidad de factores, siendo especialmente importantes: el sexo, la edad, el *ethnos*, el capital económico... pero sobre todo el capital educativo, el grupo de estatus y la clase.

El estudio de las variables que ayudan a entender las prácticas, permite aproximarnos también a diferentes públicos o mejor dicho a categorías diferenciadoras de públicos.

Variables	Diferenciación	Estratificación	Públicos	
	Edad			Edad avanzada
				Edad Madura
				Nativos digitales
	Sexo	Género		Mujeres
	Procedencia étnica	Racismo		Naciones dentro de Estados
				Enclaves etnoculturales
				Interculturalidad
		Nivel educativo		“Clase del conocimiento”
				“NiNi”
Estatus			Grupos de estatus	
Ingresos (Clase social)			Clases	

1. La transformación de la esperanza de vida con su consiguiente democratización y las rápidas transformaciones tecnológicas han generado una **sociedad de edades** (en el sentido de que la edad y la generación se convierten en un factor claramente diferenciador de las prácticas). En el último siglo cada oleada tecnológica ha marcado duraderamente a una generación: quienes vivimos en la infancia la escolarización universal hemos sido marcados por la cultura letrada y los nativos digitales desarrollan habilidades y competencias para las cuales nosotros no nos hallamos predispuestos. También en los gustos y prácticas musicales se hace visible la capacidad estructuradora de las preferencias de la **edad** y las **generaciones**.

En la sociedad de edades emergen generaciones claramente diferenciadas: En primer lugar, aparecen las personas de **edad avanzada** que se encuentran con tiempo,

muchos de ellos con buena salud, ante un territorio vital que no estaba socialmente definido y que han de definir sobre la marcha (continuidad e innovación).

En el otro extremo, las generaciones **más jóvenes** viven inmersas en el universo de la cultura móvil, cuya característica principal desde la perspectiva de la intergeneracionalidad se halla en que son la primera generación que dedica más tiempo de su vida a actividades que se ubican fuera del marco de la supervisión adulta. Tercero: La generación de los babyboomers que están aproximándose a la edad de la jubilación y han vivido experiencias sociales, generacionales y personales que les han marcado como la primera generación centrada en la autorrealización y la autonomía personal. Son las cohortes maduras.

2. La variable estadística **sexo** y la categoría sociológica **género** permiten analizar tanto la existencia de pautas que obedecen a una lógica de la diversidad de preferencias como a otras que responden a la construcción social de desigualdades de género. Las mujeres son culturalmente más activas que los varones y más omnívoras. El incremento de su nivel educativo (su presencia numérica por ejemplo en la Universidad) y su progresiva incorporación al mercado de trabajo conllevan cambios en preferencias y prácticas, que rompen restricciones previas al acceso a la cultura.
3. Un tercer elemento de transformación de la sociedad contemporánea se halla en los **flujos migratorios** y la creación de un mundo multicultural. Hace cuarenta años España era un país de emigración y todavía en 1991 la población extranjera empadronada representaba tan sólo el 0,9% del total: 360.000 personas. El escenario cambió con celeridad a partir de entonces y en el año 2001, dicha población suponía el 3,8%. Contra toda previsión, en 2010, de acuerdo con los datos provisionales del padrón, ofrecidos por el INE son ya 5.700.000 personas y representan el 12,2 % del total. Obviamente, tienen orígenes y marcos culturales de referencia muy distintos, pero sus pautas residenciales y su distribución territorial generan tantos enclaves etnoculturales específicos como un desafío a la interculturalidad.

	CV	España	UE15	UE27
Población extranjera (%)	17,5	12,1	7,7	6,4

4. El consumo cultural se halla estratificado por el **nivel educativo, los ingresos y el estatus**.Cuál de ellos es más determinante resulta ser una cuestión controvertida, si

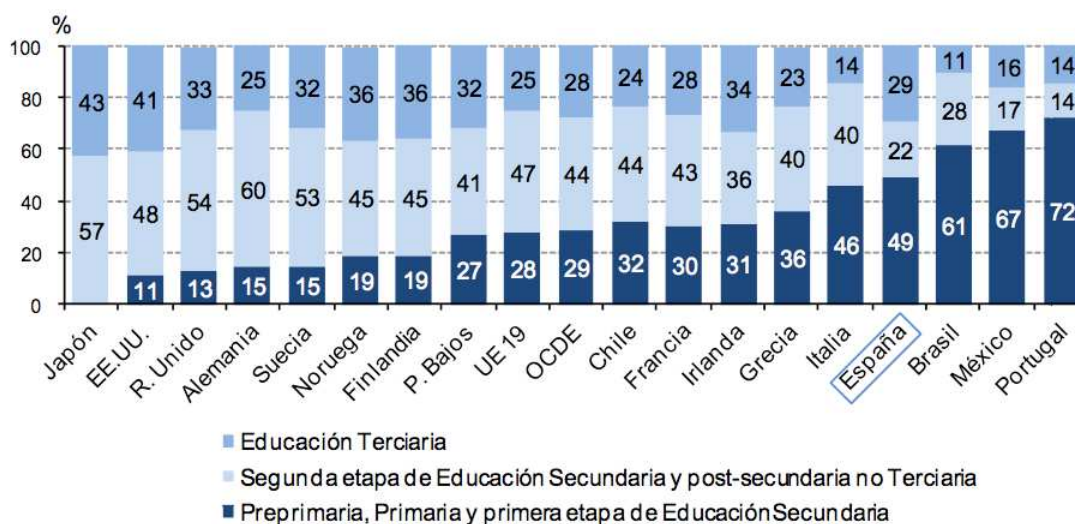
bien hay cierto consenso en dar a la clase social una importancia menor que en el pasado. Chan y Golthorpe sostienen que “en las artes visuales, al igual que en otros dominios, las pautas de consumo se hallan estratificadas, y lo están en primer lugar de acuerdo con el estatus y la educación. Los individuos que nosotros clasificamos como inactivos, o no-consumidores- suelen ser de manera significativamente destacada de niveles más bajos de estatus o de niveles más bajos de cualificaciones educativas que los paucívoros o los omnívoros” (2007: 184, *Poetics*). Lo que, sin duda, es incuestionable es que el consumo cultural está muy lejos de ser una mera expresión del gusto y de la elección individual.

5. A mi entender en las sociedades con **sistemas educativos maduros**, y por ejemplo, las nuestras son sociedades donde la esperanza de vida escolar media a los cinco años es de 17-18 años, la **educación** opera como el principal factor de discriminación de los estilos y prácticas culturales. El análisis factorial de correspondencias múltiples que he realizado en mi libro *Prácticas Culturales en España* muestra que sea cuál sea la práctica y preferencias analizadas siempre aparece un eje vertical determinado por el nivel educativo.

Por tanto comprender cómo se distribuye el capital educativo es un elemento crucial para entender el universo de las prácticas culturales y las pautas de participación.

En el caso de la sociedad española hay que señalar una situación particular respecto a los países de nuestro entorno que podemos denominar de **dualización del capital educativo**, pues combina una alta tasa de educación terciaria con una no menos alta de abandono y fracaso escolar temprano.

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



El porcentaje de población española que tiene educación superior entre los 25 y 64 años supera ligeramente a la media de la OCDE y de la UE19. Sin embargo, solamente un 22% ha completado la Educación Secundaria Postobligatoria, frente al 44% de la OCDE y un 49% se encuentra en las etapas previas.

En España el abandono temprano, es decir, el porcentaje de población de 18 a 24 años que no ha completado el nivel de educación secundaria de segunda etapa y no sigue ningún tipo de educación-formación es del 31%⁴. Esta tasa es el doble que la de la Unión Europea (15%).

Existe, pues, de un lado una importante clase del conocimiento con educación superior; pero también existe un porcentaje elevado de abandono temprano, con reducido capital educativo. Este es un contexto en el que las desigualdades en el capital educativo tienen una extraordinaria capacidad de producir y reproducir desigualdades en los distintos campos de preferencia y práctica cultural⁵.

6. En el revisionismo de la teoría de Bourdieu, algunos autores retoman el concepto weberiano de estatus. El orden de **estatus** expresa una jerarquía social de superioridad, igualdad o inferioridad, percibidas y a veces aceptadas, se halla relacionado con los estilos de vida y con la identidad personal, con lo que se podría denominar sentido de confortabilidad en los encuentros y espacios sociales (“En la ópera no espero encontrar gente como yo”; “los conciertos de música clásica no son para gente como yo”). Por ello, el consumo cultural distintivo, y especialmente en las artes visuales, es un medio de establecer y mantener el estatus que resulta favorecido por agrupaciones ocupacionales generalmente dentro de las clases mas avanzadas

⁴ Mientras que en la Unión Europea de los veintisiete es del 14,8%. En cuanto a la esperanza de vida escolar en el sistema educativo español a los cinco años es de 17,2 años (curso 2005-2006). Ver 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>

⁵ “Els mecanismes educatius, que acostumen 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 hay que tener el coraje de decir que la escuela, que debería favorecer la igualdad, tiende a reforzar la desigualdad al multiplicar los obstáculos en el camino de los que proceden de medios “desheredados” y de minorías culturales, como lo muestra, en el caso francés, el escaso número de niños surgidos de la inmigración que alcanzan puestos elevados en la sociedad” (Touraine, 89).

cuyo balance de recursos culturales y económicos es desigual (Chan y Golthorpe:186). Además, les caracteriza una orientación política liberal y tolerante.

En conclusión, cuando estudiamos la estratificación social y su relación con el consumo y la participación cultural aparece una pluralidad de universos de valor, porque los bienes culturales tienen una naturaleza singular, que les diferencia de otros tipos de bienes: no son rivales, el consumo de un bien (una pieza de música, la mirada al David de Miguel Ángel) por una persona no impide el consumo del mismo bien por parte de otra. De ahí que existan muchos universos culturales alternativos, complementarios o concurrentes.

Pero además de diversidad, también hay **desigualdad**, basada en el estatus, en la ocupación, en la clase y muy singularmente en el nivel educativo. Los estudios recientes muestran más bien que aunque existen configuraciones y divisorias culturales éstas dependen de múltiples factores.

Omnivoridad y ley del cúmulo, eclecticismo y nivel educativo:

En este contexto, la forma de distribución de las prácticas se viene explicando por la teoría de la omnivoridad. El consumo cultural de la sociedad contemporánea ha experimentado un desplazamiento desde un eje vertical fundado en la distinción entre alta cultura y cultura popular hacia un eje horizontal basado en la combinación de géneros y prácticas clasificados en niveles diferentes. Esta capacidad nueva de los actores para mezclar formas distintas en un único menú (música clásica y ópera, de un lado, y rock o folk, de otro; asistencia al teatro y al karaoke; práctica de la lectura de novelas y del deporte; etc.) es lo que ha sido definido como omnivoridad. Peterson argumentó a principios de los noventa que se había producido un desplazamiento entre las élites desde los gustos restrictivos hacia unas preferencias más abiertas y eclécticas y que se estaba dando una tendencia general hacia una mayor tolerancia en la mixtura de prácticas.

La teoría de la omnivoridad ha generado un amplio debate y ha sido sometida a verificación empírica con datos procedentes de diversas encuestas, la mayoría de los cuales llegan a la conclusión de su pertinencia interpretativa, si bien con tres matizaciones importantes: a) la apertura y tolerancia culturales son un valor consensuado en la sociedad contemporánea; b) existen muchos tipos de omnivoridad, y uno de ellos tiene un perfil definido por el capital educativo y los ingresos medios altos, de manera que esta apertura omnívora y multicultural proporciona un sentido de la distinción a las clases medias altas o más especialmente a la clase

del conocimiento (no toda la élite es omnívora)⁶; c) de ello no se deriva, que en la sociedad contemporánea no haya fronteras y gustos estigmatizados, pero no son fronteras de clase y no cuentan con una vigilancia policial muy estricta. Éste ha sido el planteamiento de Bennett en *Culture, Class, Distinction*; o el de Chan y Golthorpe en diversos artículos y más recientemente en *Social Status and Cultural Consumption*.

Otros autores, como Erikson hablan de apertura a la diversidad cultural; Bernard Lahire de eclecticismo (combinación de prácticas disonantes) y Olivier Donnat de la Ley del Cúmulo. Los términos distintos refieren fenómenos parcialmente diferentes, pero designan la flexibilidad de los gustos, la existencia de combinatorias y la acumulación. Un hecho es indudable, entre la clase obrera con niveles educativos bajos no encontramos preferencias omnívoras.

Por mi parte, no lo desarrollaré aquí pero creo que hay que avanzar hacia un concepto más amplio como es el de régimen de práctica cultural y estudiar los tipos de regímenes predominantes. Lo que importa no es sólo qué es lo que se consume (ingredientes del menú) sino la organización y modalidad del consumo.

4. La cultura es contenido y no meramente un lenguaje y una práctica.

Con frecuencia al explotar los datos de encuestas sobre participación cultural, lo hacemos como si las prácticas fueran actividades discretas e inconexas y como si el marco nacional (cada marco nacional) fuera capaz de autocontenerlas. Pero la realidad es que en el mundo de los flujos de signos y de los flujos de personas (migraciones y multiculturalidad), la geografía cultural también se torna compleja y el mapa de códigos culturales predominantes es una resultante de la combinación de diversas dimensiones.

Manuel Castells mantiene la hipótesis de que el proceso de transformación cultural en nuestro mundo contemporáneo evoluciona a través de dos grandes ejes bipolares: “la oposición entre globalización e identificación y la brecha entre individualismo y comunalismo” (2010: 180ss). Estos polos son definidos en función de las creencias y valores de individuos y grupos. Así la globalización conlleva la aparición de un conjunto de valores y creencias específicos que en gran medida se comparten en todo el mundo y tiene tres grandes manifestaciones: cosmopolitismo, consumismo y multiculturalismo; por su parte, la identificación designa

⁶ “Los graduados y quienes tienen nivel educativo terciario –aunque no quienes tienen calificaciones de nivel más bajo– son omnívoros con una probabilidad mayor o paucívoros que los que no tienen calificación” (Chan y Golthorpe, 182). Los omnívoros se extraen de los estratos altos, pero no dejan de ser una minoría en dichos estratos (187). No forman una elite social.

valores y creencias en los que se reconocen determinados grupos (bien de adscripción bien de elección); el individualismo hace referencia a creencias y valores que dan prioridad a las necesidades, deseos y proyectos de cada individuo; mientras que el comunalismo comporta la superioridad de la comunidad y su imposición como instancia de mediación con cualquier poder.

La combinación de estos dos ejes produce cuatro modelos culturales básicos de la sociedad global: consumismo (representado por las marcas), individualismo en red, cosmopolitismo (ya sea político, ideológico o religioso) y multiculturalismo.

La identificación de los dos ejes que efectúa Castells proporciona una herramienta hermenéutica poderosa, porque distingue entre un eje espacial y otro social, si bien los términos utilizados para designar los polos no son totalmente adecuados, pues el cosmopolitismo y el consumismo también son formas de identificación. Por ello, nosotros proponemos designar los polos con los términos local y mundial, de un lado, e individuo y comunidad, de otro.

Marcos generales de significado

	LOCAL		
INDIVIDUO	LOCALISMO Autonomía personal Redes Nueva ruralidad Círculos de estatus		COMUNITARISMO Nacional, religioso, estético Enclaves etnoculturales: derechos del grupo
		Marcos generales de significado	
	INDIVIDUALISMO consumista Mercado Cultura como mercancía		COSMOPOLITISMO Globalización Humanidad como comunidad imaginada Nueva definición de la esfera pública
	MUNDIAL		COMUNIDAD

Este planteamiento basado en las interrelaciones y concurrencias de los códigos culturales permite extraer una importante conclusión. En un universo cultural compuesto de estos marcos de referencia, se produce una impugnación del universalismo abstracto de los derechos, en que se han basado las políticas de asimilación cultural, y reclama un universalismo concreto, tal vez de mínimos, que sea capaz de integrar la pluralidad. Es obvio que no compartimos una cultura común, pero podemos funcionar pragmáticamente mediante la cultura del compartir, de la mediación, de los protocolos. Esto es la Internet.

Y del mismo modo, una concurrencia de estos marcos de referencia comporta una redefinición de la pertenencia local, social, comunitaria, que debe permitir y fomentar la autonomía personal. Las normas del grupo no pueden sofocar la libertad individual.

De aquí se deriva una consecuencia política: es decir, una redefinición de las políticas de democratización y de democracia cultural; la lucha contra las desigualdades y la defensa del reconocimiento han de ser compatibles.

Pero aún cabe extraer otra consecuencia para las prácticas culturales: cuando se habla de hipertexto, de hipertexto, como lugares de convergencia de modos y canales de comunicación, se tiende a olvidar que dicha convergencia se produce, como ha señalado Richard Jenkins, en las mentes de los sujetos que son capaces de integrarlos en sus rutinas cotidianas y en sus pautas de interacción.

Así la pregunta qué está cambiando en las prácticas culturales tiene a mi juicio una sólo respuesta válida. Está cambiando todo, por dos razones: a) porque el régimen de comunicación digital reconfigura la forma de acercarnos a cualquier práctica e integrarla en nuestra vida cotidiana (convergencia y autocomunicación); b) y el proceso de globalización ha creado un escenario de códigos culturales coexistentes, concurrentes, interconectados, competidores, que no pueden funcionar sin una interpelación constante de unos a otros, sin conflictos y dilemas.