

# Cultura Digital: la 'nueva' cultura clásica

POR ENRIQUE BUSTAMANTE RAMÍREZ

Ante un récord de propuestas de artículos en respuesta a nuestro llamamiento para componer este Dossier sobre Cultura Digital, hemos seleccionado aquí los más novedosos sobre cultura clásica en la Red, que ejemplifican cómo el arte legitimado se adapta a las tecnologías y las redes digitales. La "nueva" cultura clásica contiene así la paradoja de una integración en las industrias culturales digitales, superando su *handicap* de original único, en pro de una nueva y más sostenible vida social y económica.

El presente Dossier de Telos se ha dedicado a la Cultura Digital, según un llamamiento a colaboraciones que rezaba sintéticamente así: «Los soportes y redes digitales están transformando a la cultura en todos sus parámetros, desde la creación, edición y distribución hasta las demandas y usos sociales. Por una parte, las actividades de la cultura clásica (artes plásticas y escénicas) se transforman en auténticas industrias culturales, al sustituir el original único por la distribución masiva de copias múltiples inmateriales. Por otro lado, las industrias culturales (disco, cine, libro...) se transforman profundamente en sus estructuras, en sus modelos de negocio y en la relación entre creadores y usuarios, dotados de nuevos campos de autonomía y participación ... [y añadía que] El objetivo de este Dossier es realizar un balance de las investigaciones sobre los procesos más recientes de la digitalización de la cultura moderna, especialmente los que se desarrollan en conjunción con Internet y los que se modifican a través de las redes sociales».

Este *call for papers* y el Dossier resultante que editamos en el número 88 de *Telos* exige algunas precisiones añadidas:

En primer lugar, hemos optado por el concepto ambicioso de Cultura (cultivo de la mente) como apelación insustituible, por mucho que el uso y el abuso la hayan convertido en una palabra comodín, plagada a veces de connotaciones confusas (la cultura corporativa, de las cárceles, de las drogas, de las tribus urbanas...). A pesar de todo ello, la Cultura sigue siendo irremplazable para designar todavía una actividad especializada, destinada exclusivamente

a la creación, transmisión y recepción de valores simbólicos, sin otras connotaciones funcionales, centrada en el tiempo de no trabajo, causante de la inmensa mayoría de los valores ideológicos que compartimos en las sociedades contemporáneas. Cultura pues en su doble significación ineludible en la contemporaneidad, que acarrea también una doble singularidad en la sociedad: sector descubierto como motor del crecimiento, los beneficios y el empleo, por encima muchas veces de actividades clásicas de la industria y los servicios, pero de insoslayable especificidad respecto al resto de la economía (valor de la originalidad, de la creación, de la aleatoriedad de su demanda y su producción, de sus lógicas productivas, de experiencia del usuario); pero Cultura siempre, y cada vez más, como alma de la sociedad moderna, de sus valores compartidos, sus resortes de participación democrática, sus afanes de redistribución e igualdad de oportunidades (al menos teóricas, de educación y conocimiento), sus proyectos de futuro sobre un territorio (a su vez más cultural que físico) y un tiempo determinados. Es decir, Cultura como plataforma vital e irreemplazable del desarrollo en todos los sentidos posibles.

Descartamos así, por omisión, otros términos hoy en boga en diversos países y ambientes, siempre marcados por valores e intereses más o menos explícitos, como el estadounidense 'industrias del entretenimiento y del ocio', que evacúa la cultura de sus objetivos únicos de negocio, como el tecnólogo 'contenidos digitales', que confunde el contenido con el continente, agrupando a los contenidos simbólicos por la tecnología de almacenamiento y transmisión; así como el más moderno de Industrias Creativas, que reconoce justamente el valor de la creatividad humana, para fijarse solo en los procesos de industrialización, capitalización y mercantilización que la integran en la economía capitalista. Todos ellos y sus connotaciones y consecuencias prácticas han sido analizados en un *reader* reciente de autores europeos publicado en 2011, lo que nos exime de desplegar aquí los argumentos necesarios<sup>1</sup>.

## Entre la 'vieja' y la 'nueva' Cultura

Asociando este gran concepto de Cultura con el calificativo de Digital, queríamos no tanto designar una tecnología como una técnica, un saber hacer, cultural él mismo determinado por la relación dialéctica entre innovación tecnológica y transformación social, que abarca desde los nuevos modos de creación simbólica hasta sus procesos de almacenamiento, difusión y uso social. Así considerada, la Cultura Digital no implica necesariamente una 'nueva' cultura, radicalmente diferenciada de la anterior, pero tampoco resulta una mera prolongación de la cultura analógica. Aunque las raíces de la creación artística siguen residiendo en la capacidad mental del ser humano contemporáneo, y de sus mentalidades e interacciones sociales, no cabe duda de que su imbricación con los enormes saltos tecnológicos de las últimas décadas ha implicado transformaciones profundas en la oferta y la demanda de contenidos simbólicos. El objetivo último de este Dossier era pues profundizar en esos cambios, aun a sabiendas de que este campo está adquiriendo una enorme complejidad y de que, en una clara etapa de transición y coexistencia entre la 'vieja' y la 'nueva' cultura, no es posible ni verosímil adelantar -profetizar- con exactitud los desarrollos futuros estables.

La respuesta al llamamiento ha desbordado todas las previsiones y los antecedentes de

anteriores Dossiers: treinta y ocho propuestas de textos llegaron a la redacción de *Telos*, sin contar los Puntos de Vista encargados, una cantidad que aun reducida por las valoraciones anónimas realizadas por nuestro Consejo de Redacción, seguía dando un abanico muy diverso de perspectivas y sectores. La opción adoptada fue primar la originalidad de los artículos respecto a sus objetos de estudio y sus puntos de vista, fijándonos en las primeras líneas sugeridas del llamamiento, lo que apuntaba claramente a las transformaciones digitales de la cultura clásica en diversos campos de actividad, desde las artes escénicas a las plásticas, incluyendo el cine -séptimo arte legitimado- en su naturaleza de espectáculo colectivo.

Naturalmente, hay textos aprobados valiosos que tratan sobre los cambios notables experimentados por las Industrias Culturales, que iremos editando en próximos números de *Telos*. Pero la revista ha dedicado ya desde hace años una notable atención a estos campos, desde la industria fonográfica al libro, desde el cine y la producción audiovisual hasta la prensa escrita. Más abundantes todavía han sido los análisis de la cultura de flujo, la radio y la televisión, cuya centralidad en la cultura contemporánea como espacio de producción cultural y no solo de difusión y promoción ha requerido y exigirá en el futuro una notable atención.

Esta profusión de autores y trabajos de investigación sobre las Industrias Culturales como respuesta a nuestro *call for papers* es ya significativa de la expansión académica de este campo en la última década. Un avance muy importante visto retrospectivamente, desde el ambiente que rodeó a la pionera obra que coordiné con Ramón Zallo en los años ochenta (Bustamante y Zallo, Coords., Akal. 1988), recibida con perplejidad e incompreensión por muchos críticos de la cultura. En los años 2000 hemos continuado con esta labor en equipo, atendiendo prioritariamente a los cambios mayores que se estaban sucediendo en las industrias culturales digitales, con dos libros que, a pesar de los años transcurridos y la aceleración de la innovación tecnológica, continúan en mi opinión teniendo un valor emblemático de las potencialidades y riesgos de esa transformación: *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España* (Bustamante, Coord., Gedisa, 2002, 2004) y *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital* (Bustamante, E., Coord., Gedisa, 2003), referido al contexto internacional. De hecho, la síntesis de sus conclusiones publicada en la revista *Media Culture & Society* de Londres<sup>2</sup> ha tenido un eco notable desde entonces (en número de consultas y descargas) y todavía este año ha sido solicitada para su edición en sendos *readers* de la India y Turquía.

## La cultura clásica digital

El valor principal de estos textos, aun con todos los cambios que se han sucedido desde entonces y que no eran previsibles hace una década, como la aparición y expansión de las redes sociales, era el de realizar investigaciones empíricas, apegadas al trabajo de campo, las industrias culturales analógicas y digitales, sin concesiones a la especulación o la utopía, pero guardando una perspectiva crítica de los cambios en curso, y una sinceridad plena ante los interrogantes futuros abiertos. El problema es que en una etapa de transición, los cambios se suceden no siempre en una orientación clara ni con escenarios previsibles, lo que exige análisis periódicos. Con un equipo de investigadores especializados, hemos procurado

en los últimos años, con el apoyo generoso del Cabildo de Tenerife, actualizar esos análisis en tres seminarios profesionales reflejados en otros tantos libros: *Cultura y comunicación para el siglo XXI* (2007), *El audiovisual digital* (2009) y *Las industrias culturales audiovisuales e Internet* (IDECO, La Laguna-Tenerife, 2011).

Felizmente, estos esfuerzos no son ya una excepción. En los últimos años, en congresos, revistas, libros, etc., se han multiplicado estos análisis a cargo de numerosos autores jóvenes y de equipos de investigación, casi siempre orientados a los mayores sectores industrializados por su peso económico o su influencia. Aunque muchos textos recientes se limitan a la simple descripción acrítica de los hechos, cayendo a veces en la estela especulativa y determinista de los gurús y predicadores múltiples surgidos al calor del protagonismo de las TIC, lo importante es que esta masa creciente de investigadores refleja la ruptura con una teoría de la comunicación que había mutilado durante años a los medios masivos de su matrimonio indisoluble con la cultura, y que se mostraba cada vez más estéril e incapaz en sus formulaciones funcionalistas reiteradas de dar cuenta ni de la cultura ni de la comunicación digital. Muchas de estas nuevas formulaciones parten de los centros académicos ligados a las Ciencias de la Comunicación, aunque cada vez más se producen aportaciones desde disciplinas diversas. Y si la economía política de la comunicación ha renovado sus tradiciones en estas nuevas vetas de análisis, en el análisis del usuario especialmente, hay una importante apertura de otros campos, entre ellos estudios culturales con sentido crítico y preocupados por el lugar del poder.

Las líneas anteriores no son un mero justificante de la orientación mayoritaria de los textos seleccionados para este Dossier. Frente al crecimiento de los estudios citados sobre Industrias Culturales, la reflexión y la investigación sobre los cambios experimentados por la cultura clásica en la era digital ha sido mucho más tardía, escasa e incompleta, aunque se pueda pensar en pioneros aislados notables, como el gran estudioso Juan Antonio Ramírez, del que tanto aprendimos de arte durante años y desgraciadamente desaparecido recientemente. Quizás por las resistencias mentales que despertaba la violación del sacrosanto principio del original único, de su radical valor de prototipo cuya sola idea de reproducción masiva destruía todo valor (¿de uso?, ¿de cambio?); probablemente también por el mito de la mínima intervención técnica en la creación humana, que las tecnologías digitales inevitablemente destruyen tanto en la creación como en la difusión y el uso.

Sin embargo, la realidad -digital- es tozuda y no permite la pervivencia de muchos prejuicios del pasado. Porque, por ceñirnos solo a estas últimas fases del proceso cultural, Internet y las redes digitales están transformando la propia esencia de la obra de arte clásica (que ya había sido modelada por su adaptación al mercado hace años). Museos y exposiciones en la Red e incluso muestras que solo existen ya virtualmente; conciertos, representaciones teatrales, óperas difundidas en centenares de salas de cine u ofrecidas a demanda en Internet; edificios y centros urbanos históricos mostrados en tres dimensiones o visitados virtualmente; pero también fotografías artísticas mostradas en salas virtuales y cuyos 'originales' son vendidos a distancia. Las obras de las artes clásicas se convierten así en auténticas industrias culturales digitales, en las que el 'aura', el tiempo y el espacio que cobijaron y explicaron su nacimiento, desaparece para ser suplantada por la reproducción inmaterial y la difusión masiva. Las fronteras que marcamos durante años entre las artes clásicas y las industrias culturales se difuminan, articulando cada vez más cada actividad

cultural con las restantes.

## Notas

1 Bustamante, E. (Ed.), Bouquillion, P, Garhnam, N., Miège, B., Mieglin, P., Richeri, G., Schlesinger, P., Zallo, R. 2011 . *Industrias Creativas. Amenazas sobre la Cultura Digital*. Barcelona : Gedisa.

2 Bustamante, E., 2004. Cultural Industries in the Digital Age: some provisional conclusions. *Media Culture & Society*. Vol. 26. Londres.

Por supuesto, como ocurrió hace décadas con las industrias culturales, habrá numerosas voces que se eleven contra esta 'tergiversación' del arte. Pero, como entonces, habría que recordar que la expansión y socialización de sus públicos merece correr ese riesgo, especialmente en actividades culturales que se habían ido haciendo cada vez más minoritarias y elitistas o que se enfrentaban a estructuras de costes inviables en la economía capitalista (el síndrome de Baumol expandido). En último caso, muchos artistas y críticos clamaron durante décadas por un arte menos separado de la vida cotidiana, más integrado en la propia sociedad, más participativo por parte de los usuarios, metas todas ellas que las tecnologías y las redes digitales posibilitan por primera vez en la historia. Por otro lado, sería un grave error confrontar la fruición del original en vivo y en directo con su contemplación a distancia en forma virtual. Porque, como está demostrando la crisis de los modelos tradicionales de la industria fonográfica, las descargas de música en todas sus formas están por el contrario potenciando la experiencia directa en los conciertos.

La buena noticia, como muestran las propuestas numerosas de textos llegados para este Dossier sobre estos campos culturales, es que la investigación sobre tales transformaciones se está activando. Y ello desde múltiples perspectivas disciplinares, desde la comunicación pero también desde la sociología, la economía, la antropología..., e incluso desde las facultades de Bellas Artes o los estudios de museología, una auténtica encrucijada fructífera que acompañó también el inicio de los estudios sobre cultura y comunicación, y que promete igualmente un florecimiento de conclusiones y propuestas a corto y medio plazo.

Unas líneas más para resaltar el valor de los contenidos de este Dossier. El primer texto editado es el de Iván Lacasa e Isabel Villalonga (Universidad Internacional de Cataluña, UIC), sobre 'La digitalización de la ópera', adjetivada como 'nuevos medios, usos, públicos', que responde perfectamente a las consideraciones anteriores. Sin dejar de exaltar la inigualable experiencia emocional colectiva de este espectáculo en directo, se valora la proliferación de sus productos secundarios (cines, DVD, Internet, televisión) y terciarios (fragmentos) que destacan sin reducir la grandeza de la ópera.

El examen de la digitalización de las salas de cine en España y la Unión Europea pero también en Latinoamérica demuestra cómo el cine digital, sin abandonar su carácter de espectáculo colectivo, puede encontrar nuevas cadenas de valor y nuevas vías de diversidad, revitalizando la cooperación y el acceso entre cinematografías nacionales hoy marginadas a condición de un giro adaptativo de las políticas públicas en esos ámbitos. Cristina Paz

(Universidad de Vigo) concluye así que estamos en un momento trascendental para la propia supervivencia del cine en su ventana original.

Aida María de Vicente Gómez (licenciada en Humanidades y Periodismo) aborda después las aportaciones de la digitalización a las artes plásticas, tanto en su estudio y conservación como en su creación y difusión. Sin caer en posiciones maravilladas y aun sopesando los posibles efectos negativos de esta creciente interacción entre artes 'visuales' y tecnologías digitales, se aboca a escenarios de enormes potencialidades para las artes plásticas.

El análisis detallado que hace Jaime García Cantero (analista independiente) sobre la adecuación digital de diez grandes exposiciones realizadas en España a finales de 2010, tiene la utilidad al mismo tiempo de un análisis formal de un tiempo de transición todavía incompleto y de una lección prospectiva sobre los caminos inevitables de la cibercultura, que impone una transformación a las nuevas realidades artísticas y culturales del propio público.

Por otra parte, los cuatro Puntos de Vista complementarios del Dossier han sido encargados a perfiles expertos muy diferentes que enriquecen sobremanera la monografía. Laura Fernández y Marcos García (Medialab Prado), con la experiencia ganada en una labor pionera y emblemática, revisan el funcionamiento y las posibilidades de los laboratorios de innovación cultural, basados en prototipos realizados de forma colaborativa, por comunidades de recursos compuestas por creadores, técnicos y públicos. A continuación Ramón Zallo, prestigioso investigador en Economía de la Cultura (Universidad del País Vasco), dibuja una compleja panorámica sobre las 'paradojas' de la cultura digital, poniendo de relieve en diversos planos el contraste entre las oportunidades brindadas por las tecnologías digitales y las incapacidades del sistema político y económico para potenciarlas.

El Punto de Vista de Javier Celaya (revista y portal *dosdoce.com*) es ejemplar para un conocido activista en el campo de la cultura digital que no se permite confundir sus deseos con una realidad, la de las redes sociales, a las que critica como ni tan colaborativas, ni tan participativas, ni tan originales ni de tanta calidad. Su reivindicación de un pensamiento más crítico en torno a la cultura en Internet representa la presencia creciente de una visión que se aleja de los predicadores dominantes hasta ahora para promover una regeneración de la cultura digital. Finalmente, publicamos un texto de Tíscar Lara (Escuela de Organización Industrial, EOI), que ha preferido centrarse en la importancia de una nueva formación basada en el trabajo en red, la interacción y la producción de conocimientos en un entorno abierto.

Sin afanes imposibles de exhaustividad, creemos que este Dossier abre nuevos caminos importantes para el conocimiento de la Cultura Digital, pero también para las políticas públicas y las estrategias privadas que tienen que basarse en él para navegar con éxito por las nuevas redes.