



---

# 1. Les definicions de la cultura

## 1.1. La definició humanística, antropològica i sociològica de cultura

---

Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals

**Joaquim Rius Ulldemolins**

# La definició humanística i antropològica de cultura

- L'origen d'aquesta polifonia és el mateix procés de gènesi de la modernitat:
  - **L'ascens d'uns determinats grups socials** que van desenvolupar el vocabulari de la cultura (la noblesa de roba, la burgesia, la bohèmia, etc.), que expressen així la seua consciència de grup.
  - Un altre procés, una mica més tardà, és la **presa de consciència de la diversitat cultural** i de la dignitat humana de totes les societats, vinculats al procés del colonialisme i l'imperialisme (que arranca en el s. XVI —“la caiguda de l'home natural” amb la conquesta d'Amèrica— i perdura fins al segle XX) i que imposaven la seua suposada superioritat civilitzadora.
  - El procés de **diferenciació funcional i especialització professional**, mitjançant el qual la societat és entesa com a constituïda per camps d'acció específics regits per principis i valors diferenciats (emergència de les ciències socials, especialment la sociologia en el segle XIX).

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ Necessitat de desconstrucció del concepte cultura:

- El terme cultura té multitud de significats i usos: Ministeri de Cultura, activitat cultural, persona culta, agricultura.
- L'etimologia ens remet al llatí *colo*=cultivar, que fa referència al procés pel qual s'extrau la potencialitat de les llavors. Per extensió metafòrica, s'aplica al cultiu de l'esperit (Ciceró) i a partir del Renaixement adquireix un sentit substantiu:
  - Un estat o hàbit de la ment, una virtut.
  - El producte del procés, obres d'art.
  - Estat o grau de desenvolupament d'una societat (sin. civilització).
- L'antropologia decimonònica introdueix el concepte per a designar les diferents formes de vida de les diferents societats, considerant-les en la seua globalitat.

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ La concepció humanística

- L'origen i el sentit bàsic de la cultura se situa en la concepció humanista, que **funda i constitueix** el món institucional de la "cultura". Es tracta d'una ideologia de l'excel·lència que és utilitzada com a estratègia de distinció social.
- Aquesta concepció és la que s'expressa en la idea d'adquirir cultura: la cultura aquí representa un valor superior, un valor especial, i és una cosa que s'adquireix amb esforç.
- Aquesta noció de cultura té una llarga història, que es remunta a referents de cultura en principi molt allunyats (Aristòtil). El cert és que, com han assenyalat Williams o Elias, és a finals del segle XVIII i principis del XIX quan s'imposa aquesta concepció mitjançant el terme cultura.

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

- **Cultura com a civilització vs. ànima del poble**

- Civilització: concepció apareguda en el Renaixement:
  - Hàbit de la ment (individu-educació).
  - Resultat d'un procés (objecte artístic-creativitat).
  - Reflecteix el desenvolupament d'una societat.
    - El terme civilització és adoptat pels filòsofs il·lustrats per a designar la idea del desenvolupament de l'enteniment i la depuració dels costums i de les lleis de regulació social d'acord amb una raó suposadament universal.
- Concepció de la cultura com a ànima del poble (Volksgeist):
  - En lloc d'un curs històric universal i unívoc, es conceben cursos diferencials de cada "nació" o poble, com a desenvolupaments de maneres d'obrar, pensar i sentir pròpies de cada un.
  - En aquest context, la idea de cultura representa un ideal de perfecció basat en el sentiment, la franquesa, la "naturalitat" (i això vol dir les formes de vida tradicionals, d'arrel popular).

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ La cultura en el marc de la Revolució industrial

- Segons el sociòleg Raymond Williams, la idea i la paraula cultura apareix en llengua anglesa en el marc de la revolució industrial: l'ús de cultura com a criança o cultiu (cultura de quelcom) es transforma en el segle XVIII i principis del XIX en una **cultura com una cosa en si mateixa**.
- Els autors romàntics del segle XIX, comparteixen algunes característiques significatives i una visió homogènia de la cultura:
  - Tenen un estatus professional similar (lligat al món de les lletres).
  - Efectuen una crítica de l'utilitarisme (el que Chiapello anomena, la crítica artística al capitalisme), especialment de les classes altes i mitjanes hegemòniques de l'època (*épater le bourgeois*).
  - Contraposen la cultura (espiritual) al progrés (material) de la civilització.
  - Proposen la cultura com a solució, bé en mans d'un agent històric (elit, l'artista-geni, l'intel·lectual) o bé en mans d'una política institucional (sistema educatiu).

## Quadre – La concepció humanista de la cultura

Procés de cultiu espiritual (XVI ->)

(Aspecte valoratiu)



Manera de ser l'esperit d'una col·lectivitat (XVIII)

(Distinció valorativa de la manera de vida)



Variant il·lustrada:

noció de "civilització"

Forma de vida col·lectiva  
materialment conformada

Fonament en la raó humana universal

Variant romàntica:

noció de "cultura"

Forma col·lectiva  
espiritualment conformada

Fonament en l'esperit  
d'una nació (Volksgeist)

Desenvolupament romàntic (XIX)

Activitats espirituals i artístiques  
Reducte de perfecció, saviesa i bellesa

Crítica artística a la societat burgesa i  
industrial



VNIVERSITAT  
D VALÈNCIA



---

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ Resum de la concepció humanística (1/2)

- La cultura és **processual**, s'adquireix a partir d'un llarg procés d'entrenament o educació.
- La cultura és **selectiva**. Només algunes activitats són realment creatives i són investides amb l'aura (Benjamin).
- La cultura és **normativa o canònica**: només els resultats d'algunes activitats mereixen una qualificació de cultura. I unes obres són millors que altres, i es pot determinar per valors objectius quines tenen un valor superior i universal (el cànon). Es poden, per tant, valorar i classificar les produccions de persones, grups i societats.
- La cultura és **carismàtica**: les manifestacions culturals expressen qualitats extraordinàries de l'artista.

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ Resum de la concepció humanística (2/2)

- ❑ La cultura és **jerarquitzada i legitimadora**: la noblesa, el prestigi i l'excel·lència de l'activitat o de l'obra consagren la noblesa i l'estatus de l'individu i del grup social que la produeixen i la consumeixen. P. ex. els compositors i el "geni alemany", el Liceu o el Teatro Real i el prestigi de la burgesia barcelonina o madrilenya.
- ❑ La cultura és **crítica**, s'oposa a les normes predominants en l'ordre social.
- ❑ La cultura és **fràgil i vulnerable**, pot resultar degradada per l'estructura econòmica. Per això ha de ser preservada.
- ❑ La cultura és **restrictiva**: només algunes activitats, algunes obres, algunes persones constitueixen l'autèntica cultura. Segons aquesta visió, més enllà d'aquesta esfera, entrem en la pseudocultura.

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ **Concepció antropològica de la cultura**

- ❑ L'antropologia naixent de l'últim terç del segle XIX passat enllaça, per contra, amb la disjuntiva anterior, entre les nocions de cultura i civilització, reassumint els continguts de tots dos termes en el seu nou concepte de cultura.
- ❑ Primera definició de Tylor (1871): “La cultura o civilització, en sentit etnogràfic ampli, és tot aquell complex que inclou el coneixement, les creences, l'art, la moral, el dret, els costums i qualsevol altres hàbits i capacitats adquirides per l'home com a membre de la societat”. La definició ha evolucionat, però continua essent essencialment la mateixa.
- ❑ L'aportació més destacable com a **ciència de la diferència i de l'“altre”** (inicialment dels pobles llunyans, seguidament de les minories, actualment de tots els col·lectius, però sempre amb una tendència a enfocar-se en el que és socialment desviat o no majoritari) ha estat l'afirmació de la **dignitat equivalent** de totes les pautes i formes de vida dels grups humans en mostrar que tots estan constituïts culturalment.

# La definició humanística i antropològica de cultura

- **Evolució de la noció antropològica de la cultura**
  - Clifford Geertz debat aquesta visió, fent un símil entre la cultura com un sistema que produeix i és producte de la interacció social, com un programa d'ordinador o una recepta de cuina, però assenyalant que la cultura és productora de canvis i no només la seua reïficació.
  - En l'etapa postcolonial, tot i compartir els trets bàsics de la visió antropològica (caràcter constitutiu, dignitat equivalent, concepció com a sistema significant), operen una reformulació de l'objecte.
    - En centrar-se en l'estudi de grans ciutats o bé de comunitats sotmeses a un procés d'integració a un procés de destrucció per haver estat incorporades a un Estat-nació i/o als processos de globalització, els antropòlegs es veuen obligats a desprendre's del concepte de cultura com a totalitat integrada i coherent.
    - Actualment, l'antropòleg ha d'ocupar-se d'un objecte que s'escapoleix i és conflictiu, amb fronteres que s'entrecreuen en un camp a la vegada fluid, travessat per la desigualtat i l'exercici de dominació.

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ Crítiques a la noció antropològica de cultura

- ❑ Rosaldo critica la idea tradicional de comunitat, segons la qual cada individu només pot pertànyer a una cultura discreta, absent d'ambigüitats i solapaments. Molt sovint un es troba amb una pluralitat de comunitats parcialment disjuntives, parcialment solapades que s'entrecreuen.
- ❑ A aquesta crítica epistemològica i teòrica cal afegir-n'hi una de política. La insistència en una cultura homogènia, estable, interdependent en els seus elements afavoreix el que Pierre-Andre Taguieff ha anomenat "fonamentalisme cultural".
- ❑ Podem veure com, per altra banda, els conceptes que ha creat la mateixa ciència social, tenen èxit socialment i alhora, en aquest procés, desenvolupen la seua pròpia dinàmica i han de ser considerats com un element més en el context: el relativisme cultural ha impregnat institucions com la UNESCO i condiona les polítiques culturals mundials (necessitat segona reflexivitat).

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ Resum de la concepció antropològica de la cultura:

- ❑ Cultura: **constitutiva**, simbòlica, universal i inclusiva, col·lectiva i pública, compartida, apresada, pràctica, plural, relativa, històricament particular, inserida en una societat.
- ❑ La cultura és **relativa**, sempre fa referència a un grup concret.
- ❑ Totes les cultures tenen una **dignitat equivalent** i són incommensurables.
- ❑ No obstant això, la seua natura constitutiva no explica la **diversitat**, cal investigar-la empíricament.
- ❑ La relació entre cultura i societat tendeix a ser interpretada com a **harmònica**.
- ❑ Alhora hi ha el debat sobre el **relativisme** cultural, un debat acadèmic i polític: un relativisme extrem pot deixar sense arguments enfront de fenòmens “indesitjables” (dominació, explotació, violació dels drets humans, etc.). No obstant això, per a Ariño poden existir altres criteris (tècnics, lògics, empírics, ètics i històrics) que limiten el relativisme.

---

## La definició humanística i antropològica de cultura

- **Definició humanística de la cultura. Segons aquesta concepció, la cultura és:**

- ❑ Processual i selectiva.
- ❑ Normativa i canònica.
- ❑ Carismàtica i jerarquizadora.
- ❑ Crítica i vulnerable.
- ❑ Hi ha una cultura veritable, la resta és pseudocultura.

- **Definició antropològica de la cultura. Segons aquesta visió, la cultura és:**

- ❑ Constitutiva i sistemàtica.
  - ❑ Universal, pública i compartida.
  - ❑ Apresa, arbitrària i convencional.
  - ❑ Pràctica, plural i relativa.
  - ❑ Totes les cultures tenen una dignitat equivalent.
-

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

- **La concepció sociològica de la cultura:**

- Les concepcions humanista i antropològica de la cultura són concepcions explícites i constitutives (construeixen socialment la cultura que designen...). La concepció sociològica, per contra, és **implícita i neutra**. Consciència del caràcter històric i canviant de la definició.
- La sociologia no desenvolupa un concepte nou de cultura, sinó que registra i analitza el que ja existeix **socialment i institucionalment** com a cultura.
- Alguns autors, com Raymond Williams en els seus treballs sobre cultura i societat, intenten traçar ponts entre una visió antropològica i una visió sociològica. Aquest autor defineix la cultura com un sistema significant establert i distingeix entre un sistema significant **manifest** i un sistema significant **latent o implícit**.



---

# La definició humanística i antropològica de cultura

- **Aportacions de la sociologia al concepte de cultura (1)**
  - La idea de l'existència d'una **esfera autònoma**, dins el context d'una especialització funcional de la societat característic de la modernitat.
  - La perspectiva d'una esfera jerarquizada, **estructurada** i amb institucions pròpies, segons unes normes i uns valors propis.
  - Estudi empíric dels processos macrosociològics a llarg termini i de les dinàmiques i estructures existents de camps i subcamps determinats (des del llenguatge al còmic) i de la relació entre modernització (econòmica, social i política), la construcció de l'Estat-nació i el desenvolupament de la noció de cultura moderna. Anàlisi de la relació dels elements anteriors en relació als factors de poder, estatus i domini econòmic.

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- Recordatori de l'oposició entre l'aproximació interna i externa

<b>Perspectiva interna (humanitats, estètica, història de l'art)</b>	<b>Perspectiva externa (sociologia, estudis culturals)</b>
Art = misteri Creació espontània d'un geni isolat.	Art = producció social (i reproducció)
Importància de l'aura de l'individu com a font del valor de l'art.	Importància de les comunitats i les xarxes en la creença de l'art.
Eternitat de l'art, permanència, bellesa, perfecció.	Canvi en els valors en diferents moments històrics.

---

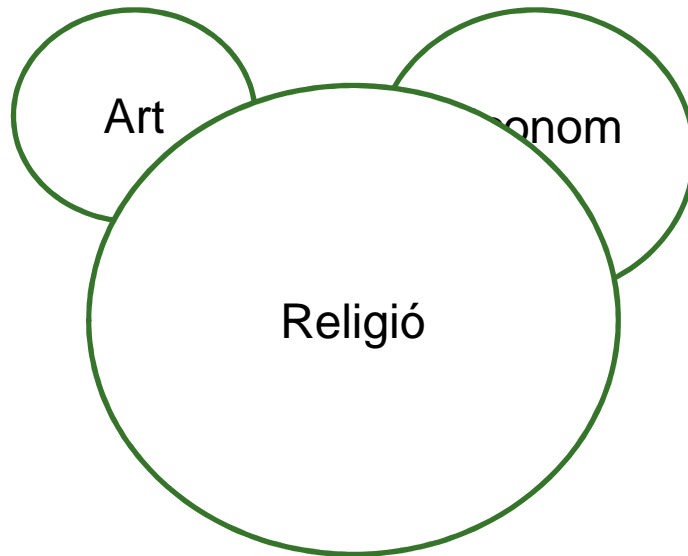
# La definició humanística i antropològica de cultura

## ■ Aportacions de la sociologia al concepte de cultura (2)

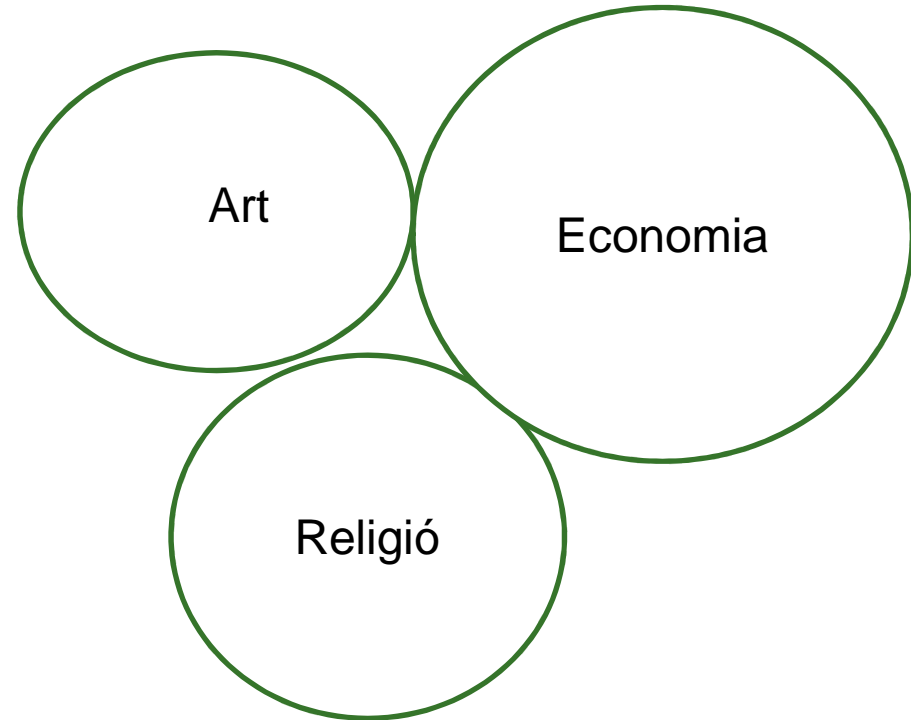
- No només perspectiva macro:
  - En una perspectiva més meso: estudi empíric dels camps artístics, de la modernitat des d'un punt de vista sociològic, assenyalant-ne la trajectòria històrica i caràcter construït socialment.
  - En una perspectiva més micro: institucions, rituals, rols i convencions de l'esfera cultural.
- Interrelació entre l'anàlisi intern propi de les humanitats (l'objecte artístic, el creador, el cànon) amb les anàlisis externes (condicionants econòmics, institucionals, normatius, etc.). Aquest és un dels punts més criticats de la sociologia per privilegiar en diversos casos la perspectiva externa (perspectiva dessacralitzadora).
- Interrelació entre els camps institucionals de la cultura i les pràctiques quotidianes (hibridació de la cultura, els artistes folk o naïf). Per tant, certa integració de la perspectiva humanística i antropològica.

# La definició humanística i antropològica de cultura

## Esferes socials (Weber)



Etapa premoderna  
Domini religiós



Etapa moderna  
Diferenciació d'esferes socials



---

# La definició humanística i antropològica de cultura

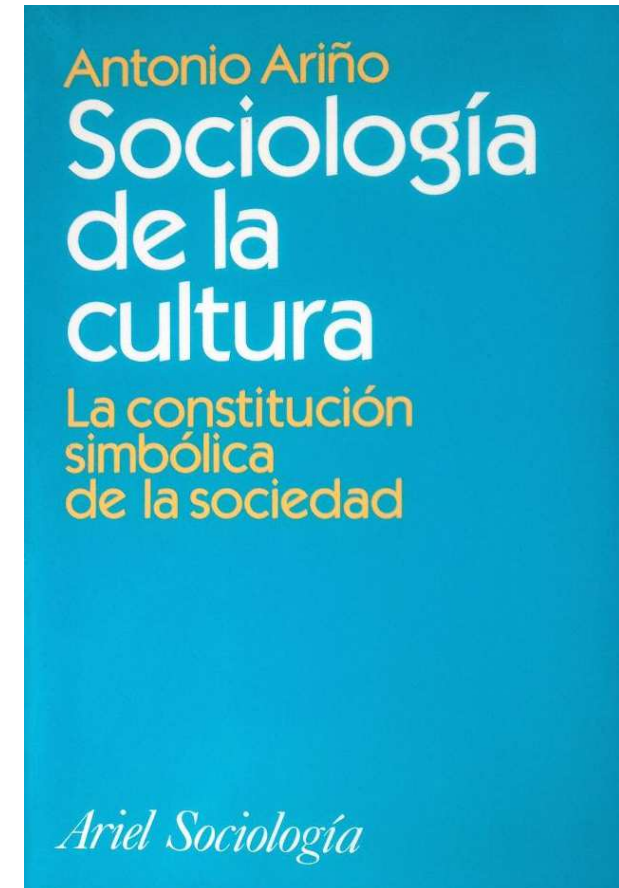
## ■ **Preguntes sociològiques al concepte de cultura i l'art**

- ❑ Com afecta el procés de modernització a la definició de la cultura i el d'una cultura legítima?
- ❑ El concepte de cultura dominant és definit per la classe dominant?
- ❑ Quin és el paper dels intel·lectuals (concepte nascut en el segle XIX) en la definició de la cultura?
- ❑ Quines contradiccions hi ha entre la definició de l'elit burgesa i el de l'elit intel·lectual (*bourgeois versus bohèmes*).
- ❑ Hi ha una sola cultura o cal parlar de cultures de classe?
- ❑ Es poden desenvolupar subcultures per part de grups subalterns que desenvolupen estratègies de resistència a la cultura de la classe dominant o la cultura de masses?
- ❑ Què és l'art i com es construeix aquesta noció al llarg del temps?
- ❑ Qui són els artistes, com es defineix i varia el seu caràcter carismàtic?

---

# La definició humanística i antropològica de cultura

- **Per a saber-ne més:**
- Antonio Ariño, *Sociología de la cultura*



---

# 1. Introducció

## 1.2 El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

---

Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ Aportacions de la sociologia de la cultura

- La visió de la societat moderna diferenciada en esferes d'activitat (tesi weberiana). La societat se secularitza i la religió no desapareix sinó que passa a ser una esfera diferenciada: del monopoli dels béns de salvació es passa a un mercat.
- L'estètica, la política, l'economia se separen de la religió i el bell, el just i l'eficient ja no es basen ni s'avaluen amb els principis de la religió, que és el sagrat.
- A través d'aquesta diferenciació:
  - Per una banda, es constitueix l'esfera de la cultura especialitzada, en adquirir autonomia davant de les altres esferes (les obres culturals són percebudes i valorades com a tals).
  - I per un altre, aquesta cultura (com a material simbòlic) passa a exercir un paper de diferenciació (individuació) i de distinció social (grups d'estatus).



---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **La concepció sociològica de la cultura com a esfera especialitzada en la societat capitalista**
  - Esfera d'activitat simbòlica especialitzada característica de la societat occidental moderna
    - És un desenvolupament institucional que s'inscriu dins del procés de modernització occidental (divisió del treball social, esferes d'activitat autònomes).
    - Es constitueix sobre els principis de valoració específics dels valors culturals que es funden en la idea humanística de la recerca de l'excel·lència espiritual.
    - Guanya autonomia en funció de l'afirmació dels valors culturals (separats respecte als religiosos, polítics, econòmics o socials).
    - Exerceix un rol en la producció de les elits i de la legitimació de les diferències socials en el marc d'una societat complexa.

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **De la història social de l'art a l'estudi del material social de l'art**
  - Segons Williams, es parteix d'una avaluació de les condicions socials de l'art, en les quals hi ha un èmfasi en els elements històrics i els elements psicològics, que condueixen a definir grans períodes a la història de l'art. No obstant això, el punt dèbil d'aquesta tendència rau en la **poca capacitat per a explicar la variabilitat i el canvi** en les formes artístiques, partint d'una antropologia universalista o de grans períodes històrics.
  - En una segona etapa, de major desenvolupament d'aquest corrent d'història social de l'art, s'estableix que les obres d'art constitueixen un reflex d'un període social: p. ex. l'anàlisi de Luckacs de l'emergència de la burgesia comercial en el segle XVIII i la novel·la realista.



# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **De la història social de l'art a la sociologia de les arts**
  - S'han desenvolupat algunes anàlisis més complexes. És el cas d'Alan Lomax que examina els paral·lelismes entre estructura social i estil de la interpretació (anàlisi d'obra i intèrprets). Algunes troballes:
    - Hi ha un contrast entre la forma d'interpretació dels pigmeus i els boiximans i les orquestres: 1) Els pigmeus amb una absència de jerarquies; les cançons s'interpreten de forma igualitària. 2) Els grups corals i les orquestres modernes, en un context molt més desigual, són molt jeràrquiques i estan dirigides per un director quasi dictatorial.
    - Existeixen formes dins el contínuum que formen els dos extrems: estil bàrdic amb solista i acompanyaments que interpreten segons un cànon impersonal típic de societats amb un alt grau de dominació. Per contra, en el model negre africà el solo i el cor són pràcticament igual, cosa que reflecteix el model igualitari del model tribal quasi acèfal.



ER  
LÈ

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ Els límits de la interpretació materialista

- Les anàlisis se centren en l'estudi d'aquells sectors en què es poden veure reflectits més les condicions socials, com la novel·la realista. Però com analitzar la música atonal o l'art abstracte?
- Aquesta interpretació sol exagerar l'homogeneïtat cultural de les societats, obviant l'existència de subcultures. Sol també adoptar la perspectiva de la sincronització dels rellotges (coincidència història cultural amb història social).
- Amb la irrupció de l'estalinisme, aquesta perspectiva deriva en una legitimació d'un "art de partit" i en una doctrina artística coneguda com a "realisme socialista". La conseqüència d'aquesta perspectiva serà l'exclusió com a "arts burgeses" o exercicis de "formalisme estètic burgès" de les disciplines o els corrents que s'allunyen d'aquest c



Començament de Klavierstück, Op. 11, No. 1, de Schoenberg

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

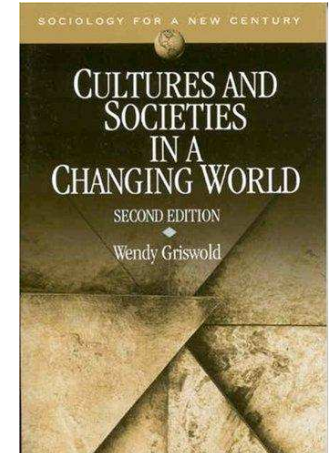
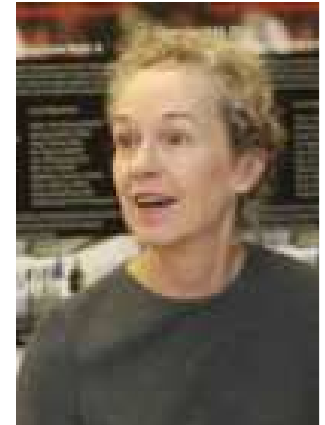
- **De la teoria del reflex a la idea de la mediació**
  - En una evolució cap a la complexitat en l'anàlisi el marc d'estudi s'estén cap a l'anàlisi de les relacions socials. En aquest sentit, es refina la idea segons la qual l'obra d'art és el reflex de realitat social i es passa a imaginar-la com a mediació; no reproduïx només la realitat social sinó que la representa i, per tant, la modifica. Aquesta mediació pot anar en el sentit de:
    - Projectar aspectes essencials de la societat que no són evidents
    - Expressa d'una manera objectiva els sentiments subjectius.
    - Revelen processos psicològics i crisis socials revelant l'alienació individual i general de la societat.
    - Posen al descobert la naturalesa conjunta d'una societat o d'un grup particular.



# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ Diamant cultural: producció, recepció, mediacions i marcs de la cultura

- Teoria desenvolupada per la sociòloga Wendy Griswold en *Cultures and Societies in a Changing World* (1994).
- Elements del diamant cultural que té quatre elements, quatre vèrtexs i sis enllaços:
  - Objectes culturals: símbols, creences, valors i pràctiques.
  - Creadors culturals: els individus, grups, organitzacions, institucions i sistemes que produeixen i distribueixen béns culturals.
  - Audiències culturals: els individus, grups, organitzacions, institucions i sistemes que experimenten la cultura i els objectes culturals.
  - Món social: el context en el qual es crea i s'experimenta la cultura.
- L'interès es focalitza en la interacció dels elements i no en l'obra en si mateixa com en la perspectiva humanística o en el reflex mecànic com en la perspectiva materialista.



---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## Activitat

- ❑ Escolliu una obra cultural de ficció (novel·la, pintura, còmic, pel·lícula, sèrie, etc.).
- ❑ Escriviu individualment quina relació es pot traçar entre l'obra i el context social.
- ❑ Analitzeu fins a quin punt es pot traçar una relació entre context social i l'obra o bé s'han de considerar altres elements.
- ❑ Exposeu a l'aula les conclusions.
- ❑ Debateu-ho en grup.

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

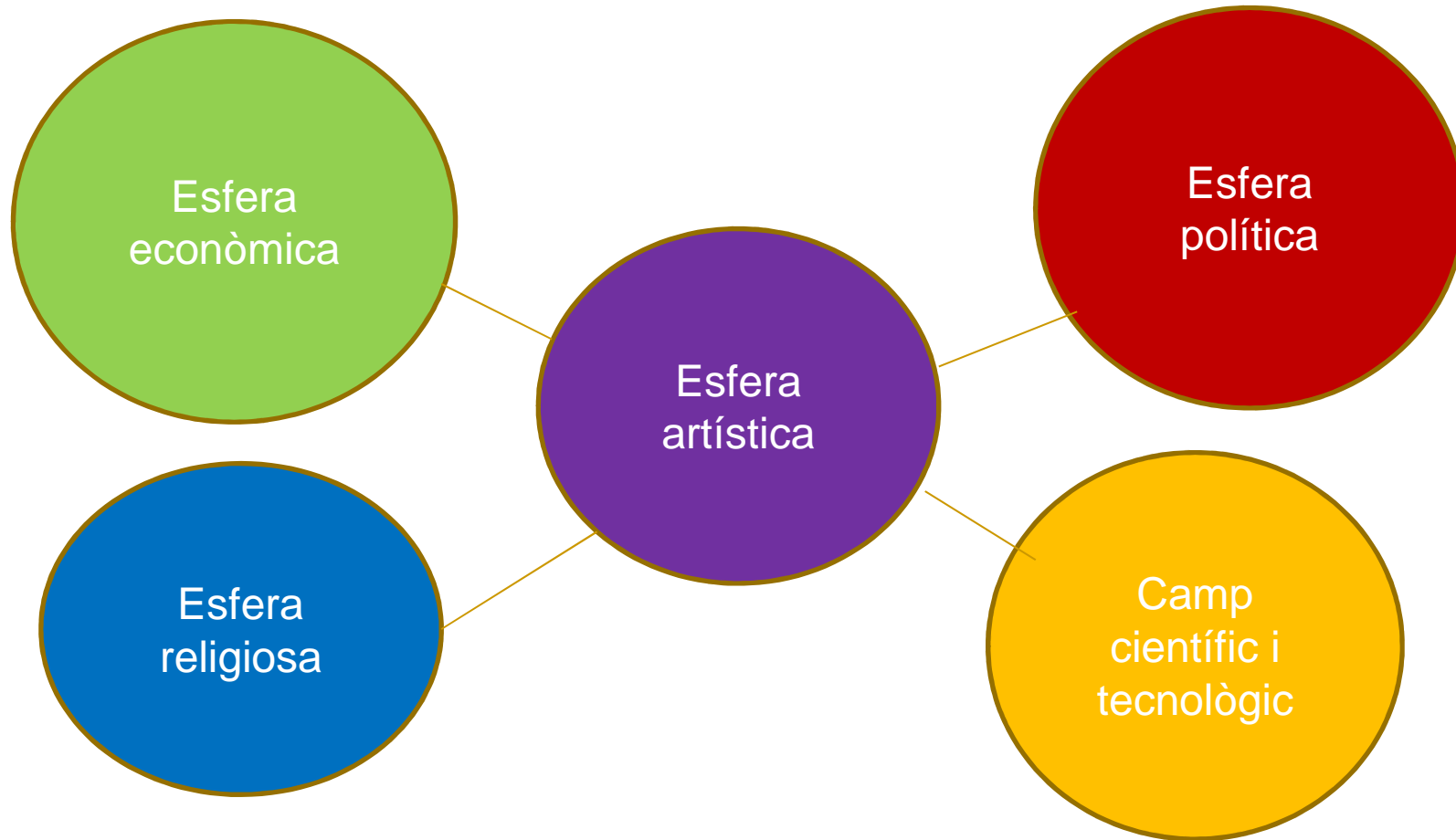
## ■ La concepció d'esfera cultural i l'autonomia relativa

- La qüestió de l'autonomia relativa i les influències mútues entre les esferes socials ha estat i és un dels debats centrals de la sociologia en general des del segle XIX. Com diu Daniel Bell és un dels aspectes més complexos de la sociologia.
- La teoria marxista parteix de la base que la infraestructura (els modes de producció) expliquen sempre “en darrer terme” els aspectes “supraestructurals” o ideològics... Aquesta visió es veu reflectida en la sociologia de l'art i la cultura desenvolupada fins als anys cinquanta, quan entra en crisi pels seus límits interpretatius.
- Aquesta visió es reprèn en certa manera especialment en Adorno i Horkheimer i en part per Benjamin, que fan una assimilació entre societat de masses i cultura de masses (veg. tema 3) o bé entre els crítics al postmodernisme que veuen una associació entre cultura postmoderna i capitalisme postfordista o en certes anàlisis de la política cultural com a màscara del neoliberalisme (Harvey).



---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura



---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **L'aportació de Weber a l'anàlisi sociològica de la cultura**
  - El procés de modernització comporta el sorgiment d'esferes socials relativament autònomes. Aquest procés és possibilitat per la combinació de l'anomenada secularització (separació entre l'esfera religiosa i les altres esferes i pèrdua del monopoli religiós), pel sorgiment d'una nova esfera social i pauta d'interacció social relativament dominant (l'esfera econòmica, el sorgiment del mercat i acció social orientada a la consecució d'un fi a través de mitjans racionals).
  - Des de certs punts de vista, l'esfera artística sorgeix com una "illa" en el desencantament del món i com un reducte de l'acció orientada a valors (*l'amour de l'art*) i de l'acció social carismàtica (la figura social de l'artista demiúrgic).
    - Les aportacions weberianes serveixen de base per a anàlisis del món artístic no deterministes.

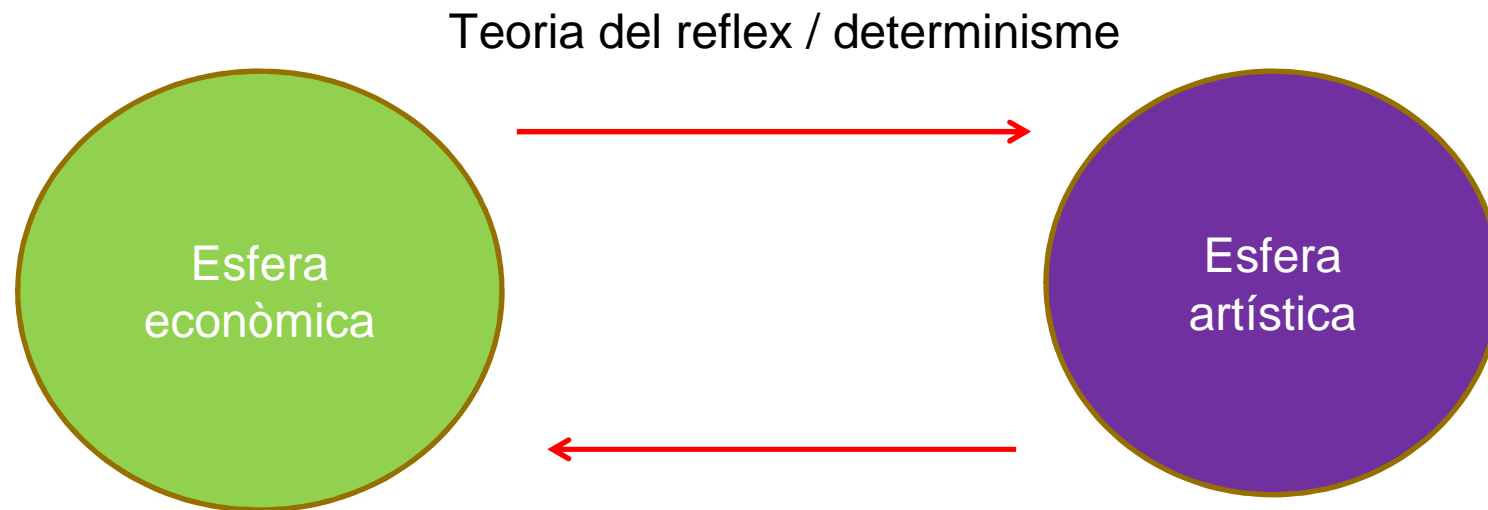
# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **Esfera artística i altres esferes socials (econòmica i política): autonomia relativa i influències**
  - Diversos autors han partit de l'herència weberiana per a plantejar l'evolució de la relació entre les esferes socials en termes no deterministes, assenyalant relacions ambidireccionals, o bé destacar la influència de l'esfera cultural sobre les altres esferes.
  - Aquest és el cas, almenys, de diversos sociòlegs, especialment a partir dels anys setanta, coincidint amb el que anomenem postmodernitat. Alguns casos destacats són:
    - Bell, *Les contradiccions culturals del capitalisme*.
    - Boltansky i Chiapello, *El nou esperit del capitalisme*.
    - Lash, *Sociología del Posmodernismo*.



---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura



Daniel Bell, *Les contradiccions culturals*  
Boltansky i Chiapello, *El nou esperit del capitalisme*

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **Bell, *Les contradiccions culturals del capitalisme***
  - Per a Bell la societat capitalista està dividida en tres esferes separades que es regeixen per principis diferenciats: l'economia, l'ordre polític i la cultura. El primer es regeix pel principi axial de l'eficiència, el segon, la política, pel principi de la igualtat i, el tercer, pel principi de l'autorealització (o l'autogratisficació).
  - Aquest autor assenyala que aquests àmbits no són congruents entre si, tenen diferents ritmes de canvi, segueixen normes diferents, que legitimen conductes diferents i fins i tot oposades. El nucli, però, de l'observació de les oposicions es dirigeix a la contradicció entre l'esfera econòmica i la cultural, que l'autor veu font de molts dels conflictes socials, com l'alienació, la despersonalització o l'atac a l'autoritat.

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **La contradicció entre esfera cultural i econòmica segons Bell: origen i conseqüències**
  - Bell fa una crítica considerada com a conservadora a l'esfera cultural com a generadora d'una conflictivitat social en desenvolupar uns valors autònoms (assenyalant especialment a les avantguardes, especialment les posteriors a la segona GM) i contradictoris amb els valors que fonamenten l'estructura econòmica i l'ordre social.
  - No obstant això, assenyala també que "l'estructura de caràcter heretada del segle XIX, amb la seua exaltació de l'autodisciplina, la gratificació postergada i les restriccions encara respon a les exigències de l'estructura tecnoeconòmica, però xoca violentament amb la cultura, on tals valors burgesos han estat reemplaçats per complet, en part, paradoxalment, per l'acció del mateix sistema econòmic capitalista".

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **Boltansky i Chiapello, *El nou esperit del capitalisme***
  - Boltansky i Chiapello vénen a recordar que efectivament a partir del segle XIX, amb el triomf de la burgesia i de la industrialització, es genera una oposició entre esfera artística i esfera econòmica i política.
  - Parteixen del fet que el capitalisme ha tingut dos “esperits”: el fundador, del capitalisme individualista i ascètic, el segon capitalista organitzat o burocràtic. Però van més enllà i analitzen el sorgiment d'un tercer i nou esperit del capitalisme, que se centraria a neutralitzar la crítica artística al capitalisme i a “cooptar” i readaptar el discurs de la creativitat i l'emprenedoria en el marc del nou capitalisme postfordista.
  - Analitzen aquest canvi a partir dels manuals de gestió empresarial i de recursos humans, que van adaptant aquesta perspectiva, en principi oposada a la gestió jeràrquica i disciplinària que analitza Bell. Per tant, vénen a dir que si hi havia contradicció, aquesta ha anat desapareixent i és el que explicaria gran part dels canvis en l'esfera econòmica i cultural.

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **Aportacions de la sociologia a l'anàlisi de la cultura**
- L'aportació de la sociologia i la seua perspectiva, ens permet avançar cap a un concepte de la cultura multidimensional. La cultura com a informació adquirida per aprenentatge social és al mateix temps:
  - **Genèrica:** constitutiva, universal, afirmadora de la comuna dignitat humana.
  - **Grupal:** plàstica i diversa segons el seu nínxol ètnic, afirmadora de la relativitat i la tolerància.
  - **Personal:** genial, orientada a fins, a la innovació, a la creativitat.
  - **Estructural:** camp autònom que comporta la formalització de tasques i processos d'especialització en funcions, afirmadora d'una competència funcional.
    - L'estudi multidimensional permet una anàlisi de la trajectòria dels artistes, del sorgiment de mons artístics, de la sociogènesi de les institucions culturals, dels conflictes entre grups artístics, dels canvis de sistema cultural, etc.



---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ La noció sociològica de la cultura: desigualtat i dominació

- El concepte sociològic de cultura introdueix la variable de la desigualtat dins de l'estructura social: els béns simbòlics operen com un recurs (capitals) que es distribueix de manera desigual entre els membres d'una societat, d'acord amb diverses variables.
- Si bé la cultura és constitutiva de l'ésser humà, possibilita la seua comunicació i és un sistema significant que aporta informació pragmàtica formant un sentit comú i una consciència pràctica, un *habitus*, que és comú a tots els homes i les dones. Ara bé, existeix una diversitat intercultural i una diversitat intracultural que pot ser la base de la desigualtat, que pot ser intercultural (distinció entre cultes i vulgars) o bé intracultural (que donaria a lloc a un etnocentrisme amb la distinció de civilitzats i vulgars).
- Tot i que hi ha alguns corrents antropològics que es neguen a parlar de desigualtat entre les cultures, el cert és que han existit i persisteixen formes de classificació de les cultures, inscrites en les categories mentals i en les institucions culturals.

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **El triomf del políticament correcte i la persistència de formes de jerarquitzaació cultural**
  - Podem parlar d'un triomf per tant d'un discurs “políticament correcte” en el qual es planteja que totes les cultures tenen igual valor (i malgrat que hi ha alguns usos derivats potencialment perillosos com el fonamentalisme cultural o bé un relativisme “impotent” enfront de les vulneracions dels drets humans).
    - Conferència Mundial sobre les Polítiques Culturals (UNESCO) de 1982.
    - Informe Nuestra Diversidad Creativa (UNESCO) de 1997.
    - Agenda 21 de la Cultura (Xarxa de Ciutats, Fòrum d'Autoritats Locals) de 2004.
  - No obstant això, han existit i persisteixen formes de classificació de les cultures, inscrites en les categories mentals i en les institucions culturals: s'ha abandonat les formes que negaven la qualitat de cultural a les formes no occidentals o no distingides de cultura, però són encara vigents les classificacions d'alta i baixa cultura. Alhora algunes nocions com subcultura, són ambigües, ja que denoten diversitat cultural però alhora denoten també subordinació.

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **No obstant això, existeixen nombroses formes de jerarquització intercultural**
  - Les enciclopèdies, els llibres d'història de l'art i el tractament que fan de cada país.
  - Els llibres escolars i la selecció de clàssics.
  - Els cànons de música clàssica: les col·leccions de discs, els repertoris “best of”, etc.
  - Els premis Nobel.
  - Altres premis disciplinàriament importants: Pulitzer en arquitectura, els del festival de Cannes en el cine.
  - Els pavellons de les exposicions universals (hereus de la noció de cultura com a civilització).
  - Cotitzacions de les subhastes d'art.
  - Llistes de vendes de música.
  - Llistes de vendes de literatura.

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ Dificultats i reptes a l'anàlisi sociològica de la cultura

- Hi ha una discussió sobre si en l'etapa de la fundació de la sociologia l'art va ser ignorat o no. En tot cas, en el que sí que hi ha acord és que per a alguns autors com Marx o Durkheim, les arts ocuparien un lloc marginal perquè posarien en evidència els límits o les dificultats de les seues teories per a descriure els fets i els valors artístics (Menger, 1992).
  - Com entendre des del punt de vista durkheimià que una producció individual siga adoptada com a símbol col·lectiu?
  - Com explicar des d'aquesta perspectiva per una banda la singularitat de la producció de les obres d'art i alhora la universalitat del seu significat i plaer estètic?
  - Per a Marx el valor d'una mercaderia prové bàsicament del factor treball i dels materials utilitzats. Com explicar, per tant, que el valor de les obres d'art que no té relació amb aquests factors esmentats?
  - Alhora Marx fa referència a l'eternitat de l'art grec clàssic malgrat ser el producte d'una etapa històrica concreta.
  - Per a Weber, les arts vénen a significar l'excepció a la racionalització i a la burocratització de la societat moderna, i explica amb la noció de carisma que, això no obstant, no deixaria de ser una caixa negra dins la seua teoria.

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ **Desenvolupament de l'anàlisi sociològica i principals corrents:**

- ❑ Si bé Marx i Durkheim han tingut influència sobre les anàlisis posteriors del món de l'art, és sobretot Weber qui té un pes més gran en el sorgiment de la sociologia de les arts com a disciplina. En part perquè les idees weberianes sobre les arts no tenen l'obligació normativa de contribuir a l'explicació de la fusió comunitària (Durkheim) o la demostració de l'existència de la lluita de classes (Marx). I en part perquè la seua noció d'autonomització permet aproximar-se empíricament al procés d'intel·lectualització, de professionalització o de racionalització de les activitats artístiques.
- ❑ No obstant això, la sociologia de l'art resta com una preocupació marginal fins a la segona meitat del segle XX (Crane). P. ex. Durkheim no presta atenció a l'*Année Sociologique*. Hi ha excepcions heterodoxes com Simmel, Veblen, Adorno, Benjamin, etc.
- ❑ A partir dels clàssics es desenvolupen fonamentalment dos corrents que Menger anomena estructuralista (de tipus més determinista i unicausal) i interaccionista (una sociologia de tipus més relativista i multicausal).

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ La construcció de la sociologia de la cultura

- ❑ És una especialitat nova dins de la sociologia, però que beu dels clàssics i progressivament forma part dels debats centrals dins la sociologia i les ciències socials en general. Importants sociòlegs contemporanis han ajudat a desenvolupar-la directament o indirectament: Pierre Bourdieu, Jeffrey Alexander, Peter Berger, Randal Collins, etc.
- ❑ Des de diversos punts de vista podem veure com la sociologia contemporània tendeix a mostrar el joc / oposicions / aliances entre les diverses esferes socials i no a analitzar-ho com un tot o com un mer reflex mecànic, com és el cas de l'antropologia, almenys la clàssica o algunes teories sociològiques anteriors.
- ❑ Hi ha una confluència de sociologies de camps concomitants: sociologia de la comunicació, sociologia de les religions, sociologia de l'educació, sociologia política, teoria sociològica, etc.



# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura



Richard A. Peterson



■ Vera Zolberg



Paul DiMaggio



Diana Crane

Anys setanta, eclosió de la sociologia de la cultura, especialment a França i als EUA.



Raymonde Moulin



Pierre-Michel Menger



Jean-Claude Passeron



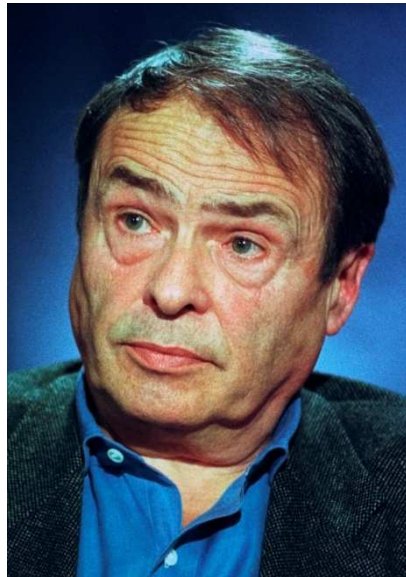
Natalie Heinich

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **Una nova sociologia de les arts, dos corrents**

- Estructuralista: revelar les estructures del camp artístic i les seues oposicions en part assimilables a antagonisme de classe.
- Interaccionista: investigar sobre les institucions, els rols i les convencions dels mons artístics.



Pierre Bourdieu



Howard S. Becker



# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **Evolució de la sociologia de la cultura en el segle XX**
  - Treballs nord-americans sobre la cultura de masses al voltant de la II Guerra Mundial (hereus d'una problemàtica apuntada en l'Alemanya d'entreguerres).
  - Treballs europeus que segueixen a la institucionalització de la política cultural a partir dels 60 (consums culturals, condicions dels creadors, indústries culturals, política cultural...).
  - A partir dels anys 80 es consoliden models d'anàlisi (Bourdieu, Becker, Peterson, etc.).
  - En els últims temps aquesta tradició tendeix a redefinir la sociologia de la cultura:
    - Abastant ara noves problemàtiques (patrimoni i memòria col·lectiva, indústries creatives, globalització cultural, dinàmica cultural local, etc.).
    - Reorientant la seua perspectiva epistemològica: de la perspectiva de l'estructura (la determinació / producció social de l'objecte-actor cultural) a la **perspectiva de l'acció** (la producció cultural de la realitat social).

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

- **Perspectiva de la sociologia de la cultura: de la dessacralització d'una esfera “sagrada” i desbordament determinista**
  - Com observa Raymonde Moulin, la sociologia de les arts té un esperit “dessacralitzador” d'una esfera moltes vegades analitzada amb “cotó fluix” o bé a la qual es considera (cada vegada menys, però) que no es pot analitzar amb les eines objectivadores de les ciències socials.
  - El risc de l'objectivació sociològica és que es produïska un desbordament “determinista” que produïska un procés d'aplanament de l'anàlisi d'autors, obres o consums culturals sota discursos pretesament denunciatoris.
  - Per aquesta raó és essencial la construcció de l'objecte d'estudi en ruptura amb el sentit comú i els prejudicis.

---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

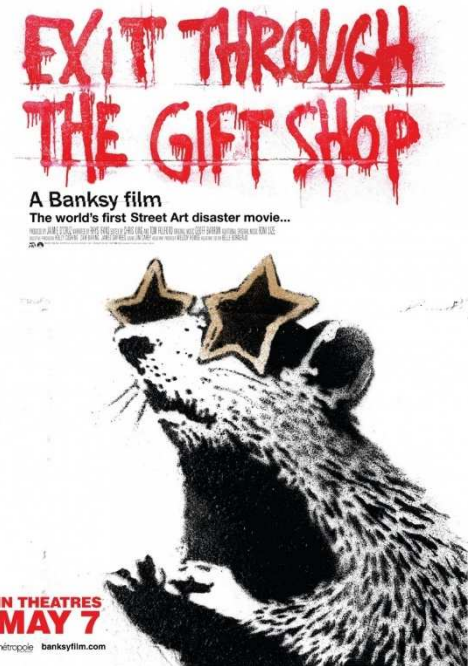
- **Per a saber-ne més:**
- Vera Zolberg, *Sociología de las artes*



# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ACTIVITAT

- *Exit Through the Gift Shop* és un documental britànic-nord-americà estrenat el 2010. Dirigit per Banksy, famós artista de carrer, constitueix el seu debut cinematogràfic. El documental té com a protagonista Thierry Guetta, un immigrant francès que viu a la ciutat de Los Angeles que desenvolupa una gran afició pel grafiti i documenta aquesta activitat amb la seua càmera.
- Treballem sobre:
  - Quina és la mirada sobre el món de l'art i les seues fronteres. Què aporta a les preguntes: Què és art? Qui és artista? Es pot aprendre a ser artista?
  - Sobre el grafiti: és considerat un art o només un art "menor"? Com s'entra en el món del grafiti? Quines regles hi ha? Quina recepció té el grafiti?
  - Sobre la mirada: quin interès pot tenir Banksy a fer un documental sobre Thierry? És un veritable documental? O ens trobem davant un artefacte per a defensar una posició al camp?



---

# 1. Introducció

## 1.3 El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

---

Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **El debat sobre la ideologia: les prenocios i malentesos**
  - Es tracta d'un debat que tracten tots els manuals de sociologia de la cultura, que va tenir el seu apogeu en els anys setanta (principalment impulsat per relectures del marxisme) i que darrerament sota l'impuls de l'anomenada “nova política” ha tornat a “posar-se de moda”. No obstant això, com afirma Ariño, és una temàtica que ha estat analitzada amb una notable imprecisió, essent “terra de tots i pàtria de ningú”.
  - Normalment el terme s'utilitza per a l'estudi de les ideologies polítiques des d'una perspectiva històrica, particularment centrat en els discursos explícits. És alhora utilitzat normalment per a **desacreditar les idees de l'adversari polític**. Un extrem és l'anàlisi del nacionalisme sense estat des d'altres nacionalismes banals o bé la qualificació per part d'un marxisme determinista de “falsa consciència” tot el que no corresponga amb la seua anàlisi de la noció de treball, modes de producció o relacions socials.

---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **El debat sobre la ideologia: genealogia del concepte**
  - El terme ideologia naix en el segle XVIII com la ciència de la formació de les idees. Destaca que sorgeix a) com una ciència positiva de les idees, i b) com una arma crítica per a ser usada contra les idees de l'antic règim i pel progrés de la humanitat. Segons aquesta concepció, una educació racional i laica només es podia fundar sobre una ideologia. Posteriorment, a França dins de la lluita política postrevolucionària va prendre un caràcter pejoratiu sinònim d'intolerància o bé una doctrina abstracta divorciada de la realitat.
  - Aquesta concepció va ser àmpliament difosa en el segle XIX. Per part de la dreta reaccionària és utilitzada com a sinònim de concepció del món revolucionària, irrealitzable i fanàtica. Per part de l'esquerra, el marxisme utilitza el terme d'ideòlegs per a criticar la seua concepció idealista i la consideració de la primacia de les idees.

---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **La concepció marxista: la ideologia com a distorsió**
  - En primer lloc, la ideologia és definida en relació amb la filosofia idealista que planteja totes les revolucions en el terreny del pensament pur. I sense fer una anàlisi sistemàtica d'aquest terme utilitza les metàfores de càmera obscura, ecos, fantasmes. En definitiva, subratlla que les representacions humanes no són cap fonament fiable. Engels va més lluny i, vorejant la “fantasia objectivista”, assenyala la determinació “en darrer terme” de la consciència humana i l’“autonomia relativa” de les idees.
  - Per una altra banda, la ideologia s'oposa a la ciència, a la qual anomena ciència “positiva i abstracta”. La ideologia és el coneixement il·lusori, enganyós i distorsionat de la realitat. Però d'on ix, segons Marx, aquesta distorsió? Hi ha dues respostes:
    - La ideologia alemanya.
    - La crítica a l'economia política liberal.



---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

"La consciència no pot ser mai altra cosa que l'ésser conscient, i l'ésser dels homes és el seu procés de vida real. I si en tota la ideologia dels homes i les seues relacions apareixen invertits com en una càmera obscura, aquest fenomen respon al seu procés històric de vida, com la inversió dels objectes en projectar-se sobre la retina respon al seu procés de vida directament físic.

Totalment al contrari del que passa en la filosofia alemanya, que baixa del cel a la terra, aquí es puja de la terra al cel. És a dir, no es parteix del que els homes diuen, es representen o s'imaginen, ni tampoc de l'home predicat, pensat, representat o imaginat, per a arribar, arrancant d'aquí, a l'home de carn i ossos; es parteix de l'home que realment actua i, arrancant del seu procés de vida real, s'exposa també el desenvolupament dels reflexos ideològics i dels ressons d'aquest procés de vida. També les formacions nebuloses que es condensen en el cervell dels homes són sublimacions necessàries del seu procés material de vida, procés empíricament registrable i subjecte a condicions materials. La moral, la religió, la metafísica i qualsevol altra ideologia i les formes de consciència que a elles corresponen perden, així, l'aparença de la seua pròpia substantivitat."

Marx i Engels, *La ideologia alemanya*.

---

## El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

"Les idees de la classe dominant són les idees dominants de cada època; o dit d'una altra manera, la classe que exerceix el poder material dominant en la societat és, al mateix temps, el seu poder espiritual dominant. La classe que té a la seua disposició els mitjans per a la producció material, disposa amb això, al mateix temps, dels mitjans per a la producció espiritual, cosa que fa que se li sotmeten, alhora, de mitjana, les idees dels que no disposen dels mitjans necessaris per a produir espiritualment. Les idees dominants no són altra cosa que l'expressió ideal de les relacions materials dominants, les mateixes relacions materials dominants concebudes com a idees; per tant, les relacions que fan d'una determinada classe la classe dominant són també les que confereixen el paper dominant a les seues idees."

(...) "En efecte, cada nova classe que passa a ocupar el lloc de la que va dominar abans d'ella es veu obligada, per a poder tirar endavant els fins que persegueix, a presentar el seu propi interès com l'interès comú de tots els membres de la societat, és a dir, expressant això mateix en termes ideals, a imprimir a les seues idees la forma de la universalitat, a presentar aquestes idees com les úniques racionals i dotades de vigència absoluta."

Marx i Engels, *La ideologia alemanya*.

---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

“Importa sempre distingir entre el trastorn material de les condicions econòmiques de producció —que s’han de comprovar fidelment amb ajuda de les ciències físiques i naturals— i les formes jurídiques, polítiques, religioses i artístiques o filosòfiques; en una paraula, les formes ideològiques, sota les quals els homes adquireixen una consciència d’aquest conflicte i el resolen.”

Marx, *Contribució a la crítica de l'economia política*

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

## ■ La concepció marxista: la ideologia com a dominació

- Segons Marx, la “ideologia alemanya” és una distorsió pura i separada de les condicions reals. Construeix una dimensió imaginària d'una situació històrica concreta. Alhora en un altre passatge ben conegut d'aquesta obra s'afirma que la ideologia expressa i afirma els interessos de la classe dominant.
- La classe dominant produeix idees dominants i que aquesta “fa quelcom” a les classes subordinades que produeix la seua submissió. Dues interpretacions possibles:
  - a) Existiria una cultura subordinada, **però només la cultura dominant seria públicament visible**. La cultura de les classes dominades no es podria percebre, ja que no té canals ni mitjans d'expressió.
  - b) **No pot haver-hi una cultura subordinada** perquè totes les classes estan integrades dins un mateix univers mental que és el de la classe dominant. Per tant, la cultura de la classe dominant és compartida per totes les classes.
- El mecanisme que produeix la dominació seria presentar com a interessos generals el que en realitat són interessos particulars i específics d'una classe dominant determinada.

---

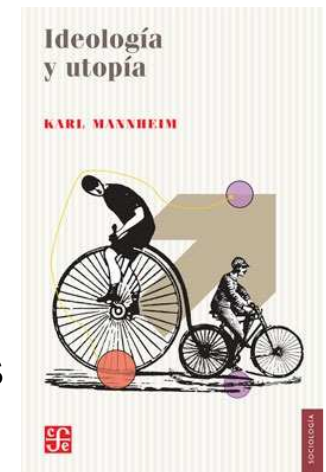
# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **El debat sobre la ideologia: ideologia com a eina de canvi**
  - Una tercera visió de la ideologia podria ser més neutral, podria significar el **mitjà a través del qual els homes i les dones fan la seua història** com a agents conscients. La ideologia s'identificaria en aquest cas com a consciència pràctica.
  - En aquest cas la ideologia no seria una distorsió, un instrument de dominació sinó que tindria una certa autonomia. En aquest cas faria referència, com Lenin o Gramsci, a un sistema d'idees propi d'una classe social, un factor essencial en la mobilització dels actors en lluita.
  - Tres factors caracteritzen la visió posterior:
    - Simplificació en identificar i reduir el concepte a falsa consciència (Engels i Lukács).
    - Neutralització de la dimensió crítica (Lenin i Gramsci).
    - Èmfasis en l'autonomia de les idees (Althusser).

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

## ■ L'aportació de Karl Mannheim

- ❑ Segons Mannheim, l'anàlisi ideològica s'ha centrat a desemmascarar les concepcions dels enemics polítics, assenyalant-ne el condicionament social i la vinculació a determinats interessos. És, per tant, una arma llancívola.
- ❑ Això no obstant, aquest mecanisme analític pot tornar-se contra qui l'utilitze, ja que també poden assenyalar el seu discurs com a socialment condicionat. Es passa, per tant, d'una concepció total especial de la ideologia a una concepció total general: totes les idees i totes les representacions socials constitueixen una perspectiva específica de la realitat.
- ❑ Finalment distingeix entre ideologia i utopia: a) ideologia, el pensament dels grups dirigents que pot comportar una incapacitat de diagnosticar correctament els problemes socials, i b) utopia, el pensament dels grups oprimits que pels seus interessos enfocarien el coneixement de la realitat com una eina per a legitimar el canvi social.



---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **Quatre problemàtiques que es plantegen sobre el concepte d'ideologia**
  1. La necessitat de produir un coneixement científicament fiable, així com la recerca sobre les condicions socials de producció i existència d'aquest i de la seua determinació social.
  2. La necessitat de descriure, comprendre, analitzar i explicar els plurals universos de significat en les societats modernes.
  3. La necessitat de legitimació secular de les noves formes de dominació.
  4. La necessitat d'invocar objectius i causes que mobilitzen les multituds per a l'acció social, construeixen identitats socials i les capaciten per a transformar les relacions socials

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

## ■ Definicions d'ideologia

- Segons Ariño, podem trobar quatre definicions d'ideologia:
  1. **Cognitiva crítica:** la ideologia consisteix en representacions falses i il·lusòries de la realitat (*avaluació epistemològica*).
  2. **Semiòtica neutra:** La ideologia com a conjunt de representacions, pressuposicions, creences i valors mitjançant els quals es produeix el significat de l'ésser en el món (*dimensió semiòtica*).
  3. **Política crítica:** La ideologia és aquell aspecte dels sistemes simbòlics que serveix per a ocultar les contradiccions socials i legitimar la dominació (*avaluació sociopolítica*).
  4. **Política neutra:** La ideologia és tot un repertori de significats mitjançant el qual es constitueixen subjectes col·lectius i se'ls mobilitza per a l'exercici del poder o per a la seua transformació (*dimensió social*).
- A continuació ens centrarem en la 2 i la 3 (avaluació sociopolítica i dimensió social de la ideologia). La 1 i la 4 són pròpies de la sociologia del coneixement.



---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **Definició político-crítica: la ideologia com a legitimació de la dominació (1)**
  - Per a aquesta visió de la ideologia l'important no seria la seua validesa lògica sinó la seua eficàcia social. Les ideologies no busquen demostrar sinó convèncer i persuadir, són instruments de l'acció social.
  - La ciència i la tècnica (i en general la racionalitat instrumental) poden operar com a ideologies. No existeixen creences que *per se* siguin intrínsecament ideològiques i alhora tots els sistemes simbòlics poden instrumentalitzar-se per a la dominació.
  - Aquesta teoria implica una teoria de la societat amb repartiment asimètric dels recursos, resultat de les relacions de dominació. Alhora la ideologia és un mecanisme d'ocultació de la dominació i una forma de fomentar el consentiment (**vegeu el concepte de violència simbòlica de Pierre Bourdieu**).

CUADRO 3.2. *Modos de operación de la ideología*

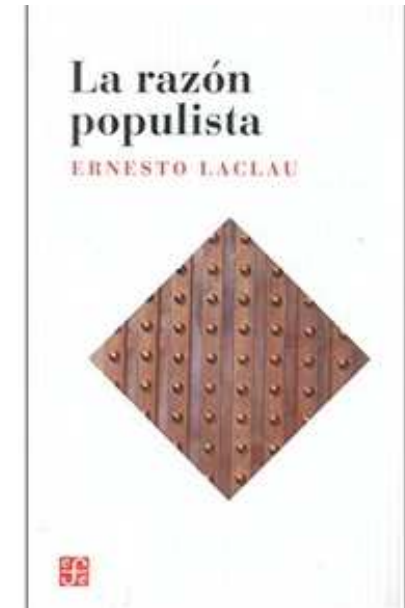
<i>Modos generales</i>	<i>Algunas estrategias típicas de construcción simbólica</i>
Legitimación	Racionalización. Universalización. Narrativización.
Disimulación	Desplazamiento. Eufemización. Tropos.
Unificación	Estandarización. Simbolización unidad.
Fragmentación	Diferenciación. Expurgación del otro.
Reificación	- Naturalización. Eternalización. Nominalización/pasivización.

FUENTE: Thompson, 1990: 60.



# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **Definició político-crítica: la ideologia com a legitimació de la dominació (2)**
  - ❑ Crítiques a aquesta postura: la concepció de la ideologia com a dominació no implica a priori una l'existència d'una ideologia dominant ni que aquesta siga l'única forma de consciència possible. Els teòrics de la ideologia dominant solen donar una imatge sobreintegrada de la societat.
  - ❑ Per a Gramsci, podem parlar de la relativa independència de la política i la ideologia, en què la dominació és per consens a través de l'hegemonia. Per altra banda, l'hegemonia mai és completa, sempre hi ha inestabilitat, conflicte i negociació.
  - ❑ Una derivació postmarxista d'aquest corrent són les teories de Laclau en què la política esdevé un camp de lluites per a definir els "significants flotants" o "buits", que no reflecteixen sinó que construeixen projecte i contraposicions.



---

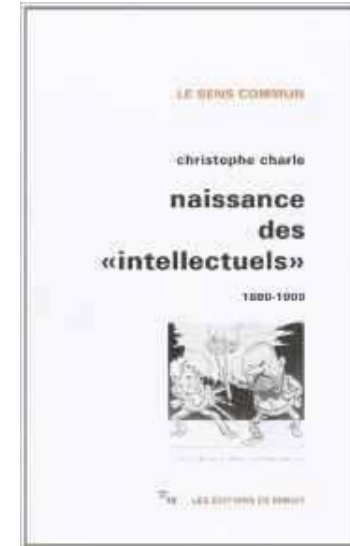
# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- **Definició político-neutra: la ideologia com a sistema de creences de l'acció política (3)**
  - Per a aquest corrent, en si heterogeni, la ideologia és un sistema de creences orientat a la legitimació del poder i a l'acció social i política. En aquest cas el poder és un fenomen generalitzat, com a capacitat d'actuar en la consecució dels objectius i interessos particulars.
  - La ideologia estaria restringida al camp autònom del que és polític i no seria equivalent a la cultura (com en la definició anterior), malgrat que hi mantindria influència, ja que configuraria les identitats i també l'organització de la societat.
  - Les ideologies compleixen la funció de defensar les institucions, racionalitzar els interessos dels grups: expliquen qui ha de governar, justifiquen l'estratificació i produeixen la conformitat individual.
  - Són ideologia no només les formes que legitimen la dominació sinó tot sistema d'idees que mobilitza per a la configuració de la societat, des de la ideologia dels menys afavorits i els seus moviments socials, fins als discursos dels privilegiats. És una concepció neutra.

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

## ■ Debat sobre ideologia: la sociologia dels intel·lectuals

- L'intel·lectual és una figura sorgida a finals del segle XIX. Alguns autors situen el seu naixement durant l'afer Dreyfus (1894-1906). A diferència del savi tradicional, l'intel·lectual parteix d'unes competències específiques en un camp del saber per a intervenir en l'esfera pública. Segons Pascal Ory i François Sirinelli, és un "home cultural, creador o mediador, en situació d'home de política, productor o consumidor d'ideologia".
- Els intel·lectuals són claus en el camp ideològic i de manera menys sistemàtica en el polític. Un dels mecanismes clàssics d'influència en el camp polític és el manifest, combinació de presa de posició des del camp intel·lectual envers el polític i de col·lecció de signatures prestigioses. Un primer exemple va ser el "J'accuse..." d'Émile Zola, publicat en el diari *L'aurore* que divideix el camp polític i cultural francès en dos bàndols, els *dreyfusards* i els *anti-dreyfusards*. Després d'aquest episodi durant el segle XX els casos d'intervencions d'intel·lectuals han estat nombrosos (Guerra de Vietnam o d'Algèria, descolonització, desarmament, etc.).



# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

## ■ Debat sobre ideologia: la sociologia dels intel·lectuals

- Segons la lògica de les definicions d'ideologia, es poden trobar diferents visions de la funció de l'intel·lectual. Reprement la tipologia d'Ariño sobre les quatre concepcions d'ideologia:
  1. **Cognitiva crítica:** Figura encarregada de produir un coneixement científicament fiable (Mannheim, intel·lectual flotant).
  2. **Semiòtica neutra:** Intel·lectual com a encarregat de descriure, comprendre, analitzar i explicar els plurals universos de significat en les societats modernes (figura intel·lectual no directament política).
  3. **Política crítica:** Anàlisi de la legitimació secular de les formes noves de dominació (intel·lectual visionari, Pierre Bourdieu).
  4. **Política neutra:** La necessitat d'invocar objectius i causes que mobilitzen les multituds per a l'acció social, construeixen identitats socials i les capaciten per a transformar les relacions socials (intel·lectual orgànic de Gramsci, *Cultural Studies*).
- Els primers dos terços del segle XX marquen el període daurat dels intel·lectuals pel que fa a la seua projecció i influència; el segle XXI és un període més dominat pels pensadors mediàtics o dependents dels *media*.



Bernard Henry-Levy

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- Xavier Costa, *Sociología del conocimiento y de la cultura*



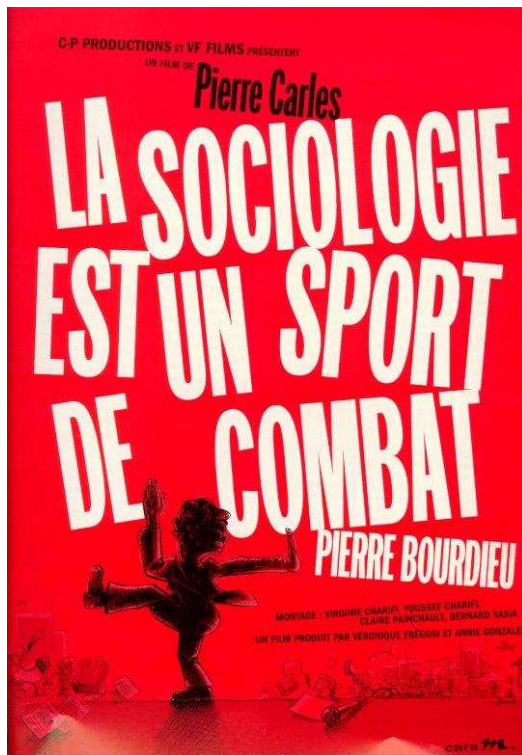
- Josep Picó i Juan Pecourt, *Los intelectuales nunca mueren*



---

# El debat sobre la ideologia i l'anàlisi de la cultura

- Pierre Carles, *La sociologie est un sport de combat*





---

# 1. Introducció

## 1.4 El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

---

Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

- **El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies***

- A Anglaterra sorgeix una altra tradició pròxima, però no pròpiament sociològica: els *Cultural Studies*. Deriven dels *English Studies* i parteixen d'una mescla d'estudis literaris, socials, filosòfics, etc. Es defineixen per una voluntat explícita de crítica social, i es diferencien així de la perspectiva sociològica que pretén ser neutral o objectiva.
- Aquesta voluntat crítica comporta centrar-se en fenòmens com les cultures subalternes i dominades o bé les subcultures o cultures de les minories i les seues resistències enfront de la cultura majoritària o la cultura dominant.
- D'arrel marxista, incorpora a l'anàlisi de la cultura dues perspectives, la de la cultura com a mecanisme de dominació i poder (Foucault) i com a terreny de lluita per l'hegemonia social (Gramsci).

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ El sorgiment dels *Cultural Studies*

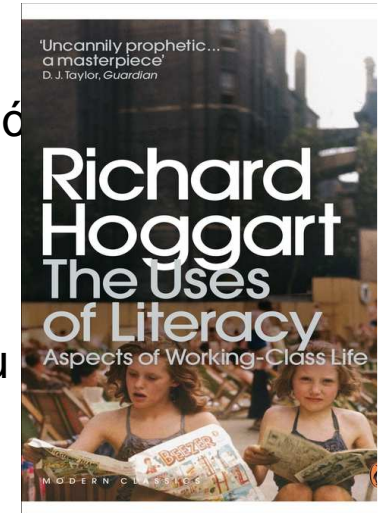
- Els estudis culturals són un camp acadèmic de la teoria crítica i la crítica literària introduït inicialment per acadèmics britànics el 1964 i posteriorment adoptat pels acadèmics a tot el món, especialment en el camp acadèmic anglòfon.
- El britànic Richard Hoggart va ser l'inventor del terme i va crear el Centre for Contemporary Cultural Studies a Birmingham. Els estudis culturals van nàixer com a estudis universitaris en els anys 70 als Estats Units i posteriorment es van estendre als campus de diversos països, sovint lligats a les carreres de teoria de la literatura, humanitats i sociologia.
- Es considera que els seus orígens es basen en l'obra *The Uses of Literacy* (1957) de Richard Hoggart, juntament amb *Culture and Society* i *The Long Revolution* de Raymond Williams o *The Making of the English Working Class* d'E.P. Thompson.



Raymond  
Williams

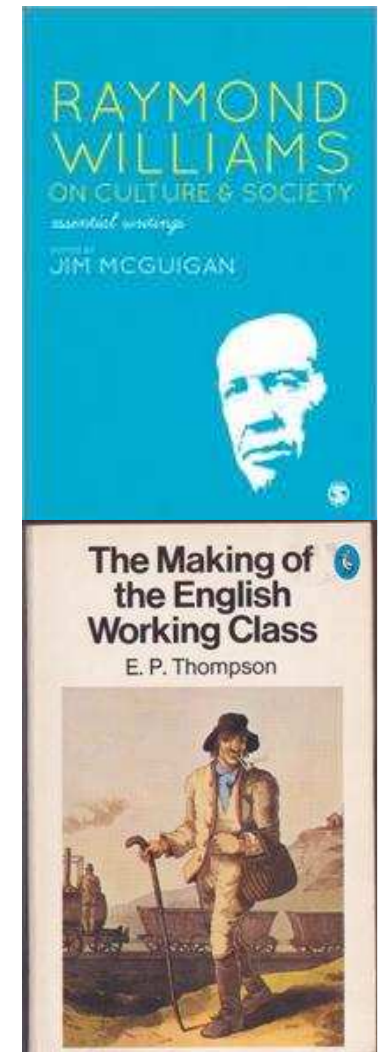
# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

- **La recepció de la cultura de masses i les classes populars: l'origen dels *Cultural Studies* (1)**
  - Atenció a la recepció de la cultura de masses: des dels anys cinquanta s'estudia l'**impacte sobre les classes populars**. Richard Hoggart (1957), *The uses of literacy* inicia una tradició que es consolida amb els *Cultural Studies* britànics.
  - Estudia l'impacte de la cultura comercial dels EUA en les tradicions "folk" (cultura de les classes populars, fr.), especialment al Regne Unit en les comunitats obreres. El seu treball és interpretat com un lament sobre la pèrdua de l'autèntica cultura popular i la imposició de la cultura de masses.
  - Estudia l'efecte dels fulletons literaris, els diaris i les revistes populars i el cinema. Destaquen la influència del context i la interpretació de la cultura de masses diferent de la que havien previst els creadors: els obrers britànics interpreten de manera diferent les pel·lícules nord-americanes segons els seus valors i no com havien previst els guionistes de Hollywood.



# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

- **La recepció de la cultura de masses i les classes populars: l'origen dels *Cultural Studies* (2)**
  - A *Cultura i Societat* (1958) Raymond Williams formula una teoria de la cultura com l'estudi de les relacions entre una forma de vida global. Williams retrata el desenvolupament de la idea de cultura a Occident des del segle XVIII fins al XX, en què la noció de cultura es va anar conformant en resposta a la Revolució Industrial i els canvis socials i polítics de l'època. La cultura es va eixamplant per a incloure-hi més sentits, àmbits i límits, que Williams analitza des d'una perspectiva marxista.
  - A *La formació de la classe obrera a Anglaterra*, E. P. Thompson estudia el creixement de la consciència de classe, especialment a través dels sindicats, les societats d'autoajuda obrera, els moviments educatius, les publicacions i tradicions intel·lectuals de la classe obrera.
  - Destaca d'aquesta tradició la manera en què els grups d'una classe dominada van crear la seua pròpia cultura i varen resistir a la cultura burgesa. Alhora hi ha la preocupació sobre el fet que aquesta estiga asfixiant la naturalesa activa de la cultura popular.



---

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ El desenvolupament dels *Cultural Studies*

- Els *Cultural Studies* amplien l'objecte d'estudi de la cultura a aquelles formes culturals que havien estat excloses per no ser considerades legítimes o dignes d'estudi (cultura obrera, *pulp fiction*, novel·la romàntica, etc.). Aquesta posició parteix, per tant, d'una crítica a la definició jeràrquica i humanística de la cultura, una dessacralització de les formes simbòliques consagrades i una reivindicació de la dignitat i l'interès de la cultura popular.
- Aquest corrent es basa, per tant, en quatre principis:
  1. Una aproximació antropològica a l'objecte, que reconeix l'autonomia de la cultura.
  2. Considera la cultura com inscrita en les pràctiques i símbols de la vida quotidiana.
  3. Una teoria semiòtica dinàmica i sociològica.
  4. Un desenvolupament d'una teoria de la resistència a l'hegemonia de la cultura dominant i a les indústries culturals.

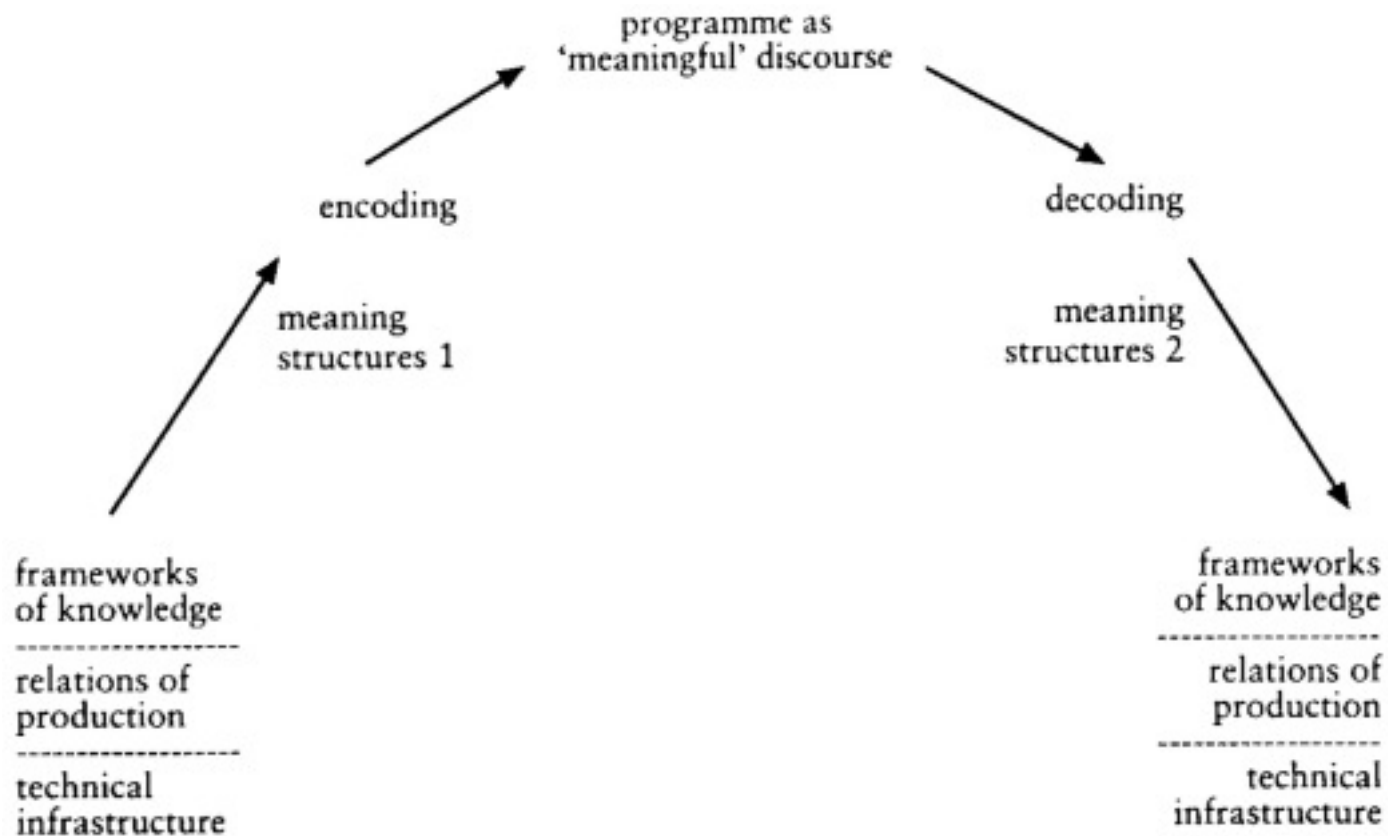
---

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ **Cultural Studies i la recepció dels media (1)**

- Sota l'impuls de Stuart Hall els *Cultural Studies* s'enfoquen a l'estudi de la recepció dels *media*, i aporten un nou punt de vista fora de la tradició acadèmica aleshores existent dels estudis d'audiència. A diferència d'aquests, els Cultural Studies parteixen de la idea que **els receptors posseeixen coneixements i competències culturals** adquirits en experiències socials prèvies que són actualitzades i utilitzades en el moment de la interpretació.
- El model *encoding/decoding* desenvolupat per Hall (1973) intenta combinar una lectura sociològica de la semiòtica, destacant la influència del context social en la producció i, sobretot, en la interpretació dels símbols i productes culturals en dos sentits: a) les obres culturals són polisèmiques i la interpretació pot ampliar els sentits de l'obra i, b) això no obstant, hi ha pautes orientadores d'aquesta interpretació, una interpretació preferida que els receptors poden **assumir (acceptar la proposta de l'emissor), negociar (interpretació pròpia) o rebutjar (contextualitza amb un marc de referència alternatiu)**.

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*



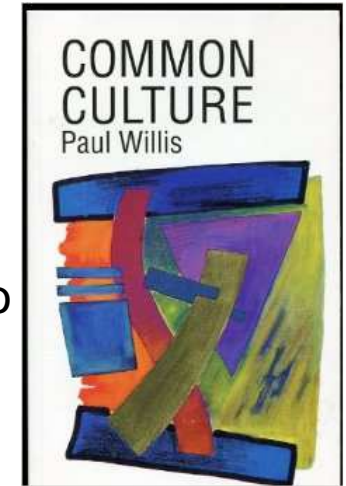
Font: Stuart Hall



# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ ***Cultural Studies* i la recepció dels media (2)**

- Altres autors van més enllà i critiquen la idea d'una interpretació preferida i destaquen la importància de lectures discrepants, aberrants o obertament dissidents. En aquesta direcció, Fiske i Willis elaboren una teoria de la cultura popular o de la resistència cultural.
  - Segons Fiske, les lectures resistents són molt comunes i no han d'apel·lar a narratives externes sinó que es basen en l'ambigüitat (calculada o no) de la pròpia obra (p. ex. novel·les romàntiques i públic femení).
  - La noció de cultura comuna proposa ampliar l'abast del terme cultura en un sentit antropològic i inclusiu, destacant la creativitat consubstancial al gènere humà que el sistema capitalista coarta. Willis destaca especialment la capacitat dels joves per a reinterpretar de manera creativa els continguts dels *media* i de crear noves formes culturals, sense ser víctimes passives del consumisme. Per contra, el mateix capitalisme proporciona materials per a la seua crítica.



---

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ El desenvolupament i politització dels *Cultural Studies*

- Reprenent i ampliant aquesta tradició, Stuart Hall dóna a la noció de cultura una dimensió més política. Ell afirma que la **cultura popular és un escenari de consentiment i resistència**. És en part on sorgeix l'hegemonia i on es garanteix aquesta. I no és un lloc on una cultura revolucionària pot formar-se, però és en part on una cultura contra-hegemònica podria iniciar-se i irradiar a la majoria de la societat. Per això, segons Hall, és tan important la “cultura popular”.
- Stuart Hall va desenvolupar una extensa carrera en l'estudi també de les representacions mediàtiques dels grups ètnics i dels gèneres, i va assenyalar el desenvolupament d'una cultura popular conservadora (el neoliberalisme thatcherià) que desenvolupa un populisme autoritari i un relat culpabilitzador de les minories ètniques.
- Un altre dels seus temes claus ha estat la hibridació de la cultura, per una fusió de formes diferents complexes i contradictòries. Les persones no posseeixen, segons Hall, una sola identitat sinó que es componen de diferents posicions segons etnicitat, gènere, sexualitat i classe. No obstant això, es generen formes de racisme per a defensar identitats homogènies.

---

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ ***Cultural Studies* i la perspectiva gramsciana i foucaultiana (1)**

- Els *Cultural Studies* parteixen del marxisme i s'enriqueixen amb altres paradigmes de pensament: aportacions de Gramsci i Foucault.
  - Per al pensador i polític italià Gramsci l'hegemonia designa el procés cultural i ideològic pel qual els grups dominants en una societat mantenen la dominació gràcies al consentiment dels grups subordinats. No obstant això, aquesta no està garantida i els significats estan subjectes a la negociació o disputa.
  - Gramsci modifica el marxisme clàssic en veure la cultura com un instrument clau de control polític i social. En aquest punt de vista, els capitalistes no utilitzen només la força bruta (policia, les presons, la repressió militar) per a mantenir el control, sinó que també utilitzen la cultura quotidiana per a exercir el domini.
  - En una perspectiva neogramsciana el debat ha passat de la confrontació política i pública articulada entorn de l'esfera de la producció, a una **teorització de la resistència cultural en l'esfera del consum o l'oci privat**. La mobilització de les subcultures pot oposar-se a la imposició per part dels dominants d'una cultura hegemònica.

---

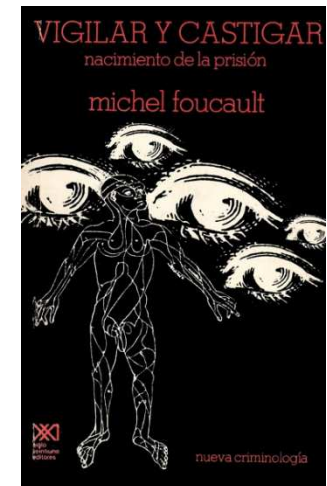
# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

- ***Cultural Studies* i la perspectiva gramsciana i foucaultiana (2)**
  - Gramsci permet als intel·lectuals del CCCS entendre les canviants circumstàncies polítiques de la classe, la política i la cultura al Regne Unit i la manca de resposta de les organitzacions de classe obrera enfront del neoliberalisme. Gramsci s'havia ocupat de qüestions similars: per què els obrers i camperols italians voten pels feixistes? En altres paraules, per què les persones que treballen varen votar per donar més control a les corporacions i veure els seus propis drets i llibertats abolits?
  - Gramsci aporta la idea central dels estudis culturals sobre la importància de l'hegemonia cultural. Segons Scott Lash, "Gramsci se'n va adonar i va assenyalar la importància del consentiment i la cultura. (...) L'auge dels estudis culturals en si es basa en la disminució de la importància de la política fonamentada en la classe-contra-classe i de la rellevància del debat ideològic. **Aquesta idea situa les institucions culturals, els *media* com a centres del debat polític i els intel·lectuals com a protagonistes de la lluita per l'hegemonia.**

# El desenvolupament de l'anàlisi sociològica de la cultura

## ■ **Cultural Studies i la perspectiva gramsciana i foucaultiana (4)**

- La incorporació de les aportacions de Foucault és posterior, dels anys vuitanta. La visió desenvolupada en *Vigilar i castigar* va començar a ser utilitzada per a analitzar les institucions culturals en tant que artefactes civilitzadors, normalitzadors i classificadors. Alhora la noció de governamentalitat es refereix a una racionalitat específicament moderna de control de la població per part de l'Estat.
  - Suposa la formació i govern cultural de los subjectes, desplegada a través d'una diversitat de tecnologies i programes.
  - Aquesta perspectiva centra l'interès en els espais institucionals i en els seus mecanismes, procediments, rutines i configuracions espacials, més enllà dels continguts transmesos.
  - Des d'aquest punt de vista la intervenció de l'Estat en l'esfera cultural apareix com un mecanisme de control i disciplinament de la població.



# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ Una perspectiva interdisciplinària

- D'enfocament interdisciplinari, els estudis culturals no són una teoria unificada, sinó un camp divers d'estudi que abasta molts enfocaments diferents, mètodes i perspectives acadèmiques. A diferència de l'amplitud, objectiu i metodologia de l'antropologia cultural i els estudis ètnics, els estudis culturals se centren en la dinàmica política de la cultura contemporània i els seus fonaments històrics, conflictes i trets definitoris.
- Ha rebut diverses crítiques per la seua inconsistència teòrica, per la manca d'una metodologia definida i rigorosa (preferència gairebé exclusiva per l'etnografia), per la seua manca de neutralitat valorativa i pels seus lligams esquerranosos (especialment amb el marxisme a GB) o bé per ser massa optimista respecte al paper actiu dels receptors (especialment als EUA).



---

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ Crítiques als *Cultural Studies* (1)

- Els *Cultural Studies* se centren a destacar el paper actiu de l'agència, cosa que condueix gairebé a descartar la possibilitat d'opressió i dominació, adoptant una postura força "romàntica" de la capacitat creativa de les classes populars i del potencial de la resistència cultural, sense tenir en compte la capacitat socialment desigual per a descodificar i interpretar significats o de la capacitat d'emetre significats alternatius.
- El sociòleg Scott Lash defensa la idea que els *Cultural Studies* han entrat en una nova fase, en coherència en el postfordisme, en què el poder és en gran mesura posthegemònic i que s'ha passat d'un "poder sobre" a un poder "des de dins", cosa que ahora complica la resistència al poder dels grups dominats. Internet hauria amplificat aquest fenomen.
- Des de la sociologia s'ha criticat la seua manca d'una metodologia establerta i plural (poc ús de les tècniques quantitatives), així com una tendència a centrar-se en una anàlisi interna dels productes culturals (els textos, les imatges, etc.), que menysté així la influència del context institucional de producció.

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ Crítiques als *Cultural Studies* (2)

- La resistència emfatitzada pels *Cultural Studies* a la cultura dominant sembla més aparent que real (elecció d'una opció però no elecció de les opcions disponibles). Les mostres d'estil com a símptoma de resistència poden ser una forma més d'adhesió a un sistema consumista.
- Finalment, una crítica a fer als *Cultural Studies* és en relació a l'àmbit geogràfic: la seua limitació als països anglosaxons (principalment GB, EUA i Commonwealth) i el seu oblit d'altres tradicions d'anàlisi cultural fora d'aquest àmbit de països o bé que s'expressen en altres llengües (francès, alemany, valencià, etc.).





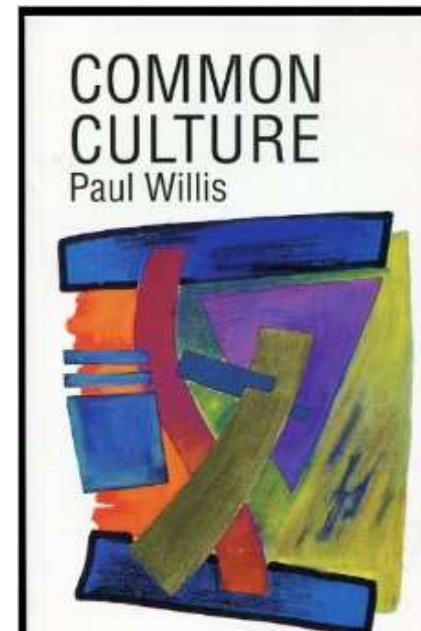
---

# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

- **PER A SABER-NE MÉS**
- Stuart Hall, *Sin garantías*



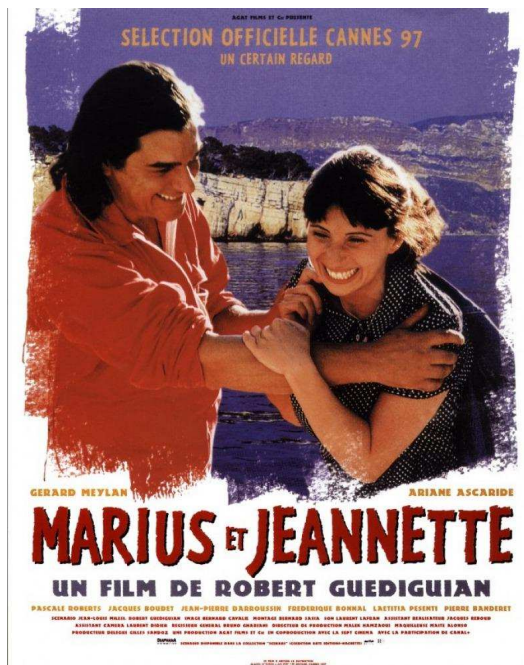
- Paul Willis, *Cultura en comú* (trad. Català. *Cultura viva*)



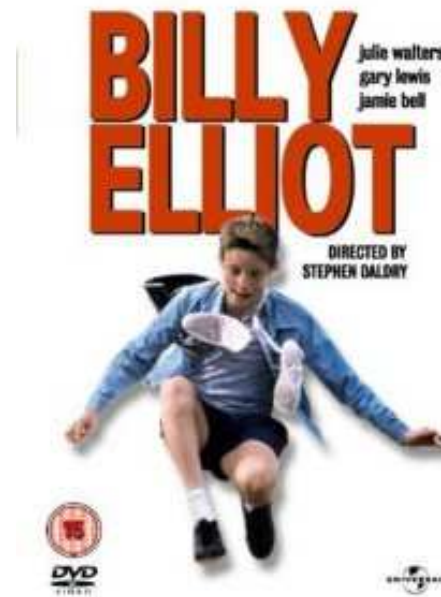
# El culturalisme a Anglaterra i els *Cultural Studies*

## ■ FILMOGRAFIA

- Robert Guediguian, *Marius et Jeannette* (1997)



- *Billy Elliot*, Stephen Daldry(2000)



---

# Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals



VNIVERSITAT  
ID VALÈNCIA

Joaquim Rius Ulldemolins  
Dr. en Sociologia  
Professor Ajudant Doctor UV

---

---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura: modernitat, postmodernitat i cultura**

### **2.1. El naixement de l'ordre cultural modern**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

- **Bases socioeconòmiques de l'esfera cultural**

- *Segle XVII*

- S'expandeix i diversifica el mercat de l'espectacle (comèdia, drama, òpera, sarsuela).
- Es comencen a afirmar els drets d'autor (autors teatrals).
- Als Països Baixos es consolida un mercat de la pintura (botigues, exportació).

- *Segle XVIII*

- Creix i es professionalitza el mercat editorial i el de premsa: a Anglaterra sorgeixen venedors de llibres, editors, societats de lectura, biblioteques circulants.
- Sobretot s'amplia el públic (per l'augment de la classe mitjana, els creixents requisits educatius d'aquesta i el canvi del paper de la dona).

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

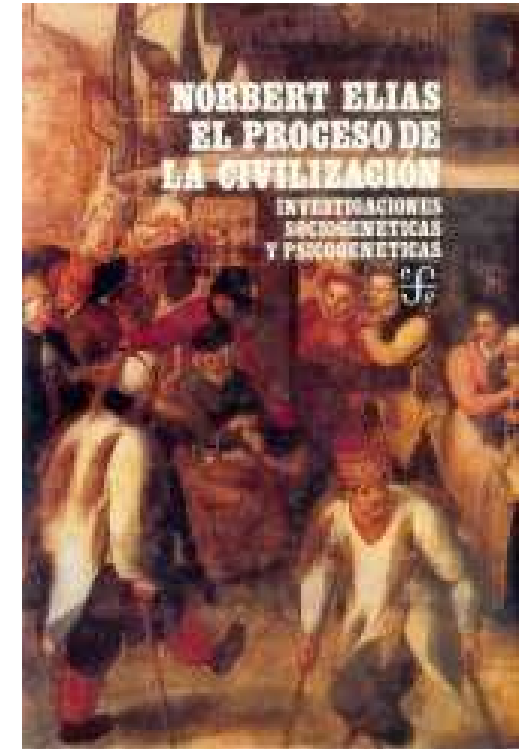
## ■ L'adveniment de la modernitat

- El que s'anomena la modernització occidental (des del Renaixement fins a la fi del segle XX) ve a ser una etapa d'aquesta llarguíssima evolució racionalitzadora de la societat.
- Aquesta racionalització es radicalitza i dóna lloc a la societat moderna, caracteritzada pel seu dinamisme.
- El sistema polític s'estructura de manera absolutament compartimentada en Estats absolutistes primer i estats nació després (legitimitat i sobirania acotades territorialment).
- L'economia es veu radicalment transformada pel dinamisme capitalista...
- L'ordre social jeràrquic tradicional s'enfonsa, i dóna pas a una dinàmica divisió social del treball.
- La visió del món religiosa tradicional s'esvaeix; sorgeix en el seu lloc una cultura secular i materialista, amb els seus coneguts trets individualistes, racionalistes i instrumentals.

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ El procés de civilització de Norbert Elías (1)

- El llibre analitza l'evolució dels costums des de l'edat mitjana fins al segle XIX, i ho caracteritza com el “procés de civilització”. Aquest estudi, però, no és només descriptiu sinó que aporta en si mateix una profunda renovació teòrica i metodològica en les ciències socials.
- La seua recerca s'adreça com hem dit als processos històrics que han conduït al que en Occident s'identifica com a “civilitzat”, fins a esdevenir actualment en els països occidentals uns comportaments considerats “normals” o naturalitzats.



---

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ El procés de civilització de Norbert Elías (2)

- Aquests processos es desenvolupen de manera diferenciada segons el context històric i l'estructuració de classes, en un procés que deixa empremtes històriques encara avui ben visibles en la configuració cultural de les nacions: **l'existència o no d'una aristocràcia unificada** sota el poder del monarca absolut.
- Finalment, aquests canvis no són independents de la formació de l'absolutisme primer i després dels estats nació: aquests dos processos històrics contribueixen als **mecanismes de monopoli**. La centralització i el monopoli de la violència són dues cares de la mateixa moneda, com ho són també el procés de civilització i el de modernització.
- El sorgiment dels Estats va repercutir en l'organització social, i va propiciar les interdependències entre els individus, al mateix temps que la centralització, relacionada amb la previsió i la racionalització del comportament. Les coaccions externes que imposaven els ens estatals sobre els individus **estimulen la formació d'autocoaccions**.



# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ La societat de la cort de Norbert Elías

- La cort constitueix un dispositiu central en la modificació de les sensibilitats i dels comportaments de l'home occidental del segle XVII-XVIII. És en el seu si que s'elaboren noves relacions entre els individus i noves regles de comportament: control de si mateix, l'observació dels altres, el domini de les emocions i una definició més exigent del pudor.
- La seua funció històrica és paradoxal i doble: es funda i s'afirma una distinció, la que separa l'home de la cort de l'home vulgar. Però la cort, conservant la seua especificitat minoritària d'un estil de vida, és així el punt en què es transmeten les noves conductes que s'estendran a les altres capes de la societat.
- Segons aquesta teoria, els consums culturals dels diferents grups socials no són independents sinó que hi ha un centre originador de pautes de consum cultural i una perifèria que rep aquestes influències amb un retard relatiu, més gran com més avall s'està en l'escala social.

## ELIAS LA SOCIÉTÉ DE COUR



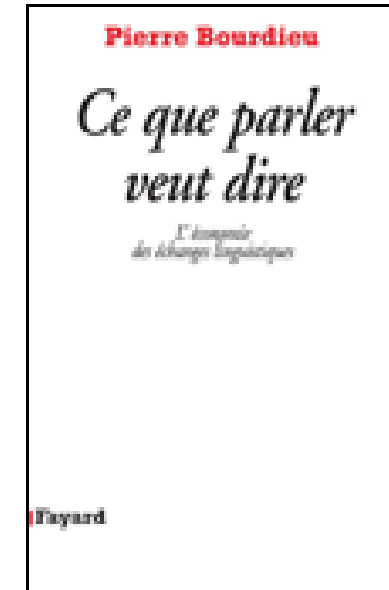
Champs  
Flammarion



# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ *Què significa parlar?*, de Pierre Bourdieu

- La llengua, part fonamental de la cultura, també mostra aquest debat entre una noció de cultura universal (i no socialment produïda, estratificada i segmentada) i la importància de la formació de l'Estat.
  - Segons Bourdieu, diversos especialistes de la lingüística (des del pare de l'estructuralisme Saussure fins a Chomsky) atribueixen erròniament a tots els parlants la mateixa competència lingüística...
  - No obstant això, la llengua oficial s'ha constituït vinculada a l'Estat, tant en la seua gènesi com en els seus usos socials. És en el procés de constitució de l'estat que es creen les condicions de la creació d'un mercat lingüístic unificat i dominat per la llengua oficial.



---

# El naixement de l'ordre cultural modern

- **Una llengua i una cultura legitimada per l'Estat**
  - Aquesta llengua de l'Estat es converteix en la norma teòrica amb la qual es mesuren objectivament totes les pràctiques lingüístiques: es defineix l'estàndard que classifica les pràctiques lingüístiques en correctes, en "llengua normalitzada" (normalment, la llengua de la capital), i converteixen en dialectes les altres pràctiques. En un procés paral·lel, les llengües i dialectes regionals, queden relegats a una llengua de parla oral dels camperols. El seu ús es defineix com a negatiu o pejoratiu en oposició als usos distingits i lletrats (*patois, chapurriau*).
  - Les anomenades "cultures nacionals" són el producte de la construcció de l'estat nació, que **elimina gran part de la diversitat cultural interna** i al mateix temps crea un **monopoli del poder simbòlic** que significa la definició de la llengua culta i la cultura legítima (simbolitzades en la creació d'acadèmies de la llengua i acadèmies artístiques).

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ Divisió lingüística i dominació simbòlica

- Aquesta divisió de la llengua entre estàndard central / dialecte de províncies, legítim / inculte, civilitzat / bàrbar, etc., comporta també uns efectes socials i culturals perdurables:
  - La dominació simbòlica (social i cultural) de les elits de la capital — en parlarem més endavant en analitzar les causes de la centralització dels creadors.
  - L'establiment d'una elit de províncies —aristocràcia, burgesia comercial o petita burgesia lletrada—, instruïda en les institucions educatives de l'elit, que aprèn aprenen a dominar aquest registre lingüístic i obté a canvi el monopoli de la política i de la comunicació amb el poder central, i és la base social de la república de notables.
  - Aquesta elit de províncies és alhora la importadora de la “cultura nacional” (del centre polític) i la seua difusora. És a més la fundadora de les institucions provincials de l'alta cultura (museus biblioteques o acadèmies de belles arts provincials).

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ La gènesi de l'ordre cultural modern: del segle XVI al segle XIX

- La constitució de l'esfera cultural separada s'emmarca dins del procés de la modernització occidental (des del Renaixement fins al canvi de segle). En aquest procés es genera un camp cultural nacional en el marc d'un nacionalisme d'Estat (un nacionalisme banal segons Billig, que es presenta com a patriotisme i exclou les identitats subestatal).
- Alhora les línies mestres històriques d'aquest procés de construcció de l'estat nació i d'un mercat nacional són les claus de la consolidació institucional de l'autonomia cultural:
  - La consolidació de poderoses institucions de valoració i legitimació (acadèmies, universitats, institucions culturals de l'Estat).
  - El desenvolupament d'un mercat cultural nacional lingüísticament unificat.
  - La constitució d'un espai de lliure desenvolupament personal (gust i judici personal).
  - El desenvolupament d'un espai de lliure relació entre creadors i receptors (mercats culturals).
  - La configuració d'una situació d'independència dels creadors culturals.

# El naixement de l'ordre cultural modern

- **La creació de l'esfera pública burgesa**
  - El desenvolupament del capitalisme mercantilista en aquesta època suposa el sorgiment d'una burgesia lligada a l'expansió burocràtica de l'Estat (juristes, banquers, etc.), el reforçament de la gran burgesia comercial i manufacturera, i el creixement de la burgesia urbana professional (metges, advocats, comerciants d'articles de luxe).
  - Aquesta se situa enfront d'un Estat creixentment intervencionista i provoca un creixent interès dels ciutadans acomodats en les qüestions públiques (els notables i la democràcia censatària).





# El naixement de l'ordre cultural modern

- **Bases institucionals de l'esfera cultural**
  - Les lletres vernacles comencen a entrar en l'ensenyament, i per aquesta via va entrant en el futur tota la "cultura nacional".
  - Floreixen les acadèmies, institucions d'inspiració clàssica i renaixentista, que són crucials:
    - en el procés de divisió del saber en especialitats,
    - en la constitució dels gèneres artístics,
    - en la configuració d'una legitimitat pròpiament cultural de les obres (estètica pura de Kant, segle XVIII).

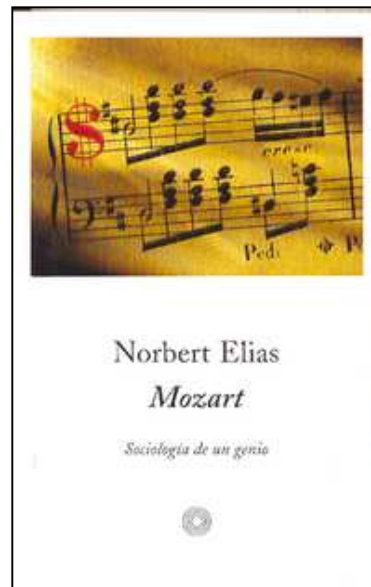




# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ Transformació de l'encaix social de l'artista

- En el XVII es creen formes de mecenatge i clientelisme. A poc a poc la proliferació del mecenatge, en el context de la competència entre les elits, i l'expansió dels mercats culturals ofereixen més possibilitats d'independència (pintors holandesos del XVII, intel·lectuals francesos i escriptors anglesos del XVIII).
- P. ex. el cas Mozart, 1756-1791.



---

# El naixement de l'ordre cultural modern

- **Diversificació dels orígens socials dels artistes i convergència en el seu estatus social**
  - Els universos artístics diversifiquen la seua estructura i es consoliden professionalment:
    - L'extracció social d'intel·lectuals i artistes es fa més plural, se secularitza i democratitza: els escriptors, que en el XVII procedien en gran mesura dels estrats superiors de la societat (nobles, burgesos, professionals) i pertanyien majoritàriament al clergat.
    - S'integren en el XVIII un nou grup d'origen més humil (nova classe mitjana), dedicat al nou periodisme popular (barreja d'escàndols i idees il·lustrades simplificades) i deixen de pertànyer massivament al clergat.
    - En el cas dels artistes plàstics l'evolució és inversa: en un inici provinent de capes baixes, ja que era considerat un ofici (i com a tal indigne dels nobles), i progressivament la figura de l'artista es va ennoblir i atrau capes més altes de la societat.

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ L'activitat intel·lectual i artística se centralitza i es condensa

- ❑ Les acadèmies, els cafès i els salons van proporcionar als artistes i als autors l'ocasió de provar les seues idees, d'experimentar la crítica i de tenir contacte entre si i amb el seu públic potencial. Això canvia la seua manera de treballar, les seues temàtiques i el seu llenguatge.
- ❑ Cap al final del període, l'especialització d'aquestes institucions de relació els va tornar a aïllar del públic, sorgint llavors altres institucions de mediació.
- ❑ En el cas dels escriptors britànics, les revistes mensuals i quinzenals, que van començar a florir aproximadament al mateix temps que declinava el cafè. En aquest context sorgeixen a la vegada les primeres pressions "comercials".
- ❑ Es prefigura un palmarès artístic (competència) i es conformen estratègies de carrera cada vegada més diferenciades (cap al clientelisme / cap al mercat).
  - Cas Rubens vs. Rembrandt.



Rubens



Rembrandt

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

- **Segle XIX: transformació capitalista de la societat i consolidació de l'esfera cultural**
  - La revolució industrial havia transformat la societat: massificació.
    - Urbanització i concentració de la població.
    - Declivi de la comunitat tradicional i estructuració en classes, sorgiment de l'individualisme i la massificació (identitat i forma de vida: treball-consum-oci).
    - Desenvolupament de la instrucció pública, de l'opinió pública i dels drets polítics.
    - Sorgeix la imatge de la societat de masses.

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ **Complexització i dualització de l'esfera cultural, s. XIX**

- En el segle XIX l'estructura de l'esfera cultural es fa més complexa, accentuant la seua institucionalització i diversificació.
- Expansió i diversificació de la cultura "literària", cultura "artística", cultura "científica", etc.
- Transformació de la universitat (aparició de les ciències socials) i expansió de les institucions culturals de l'Estat.
- Diferenciació dels gèneres, en concordança amb la diferenciació dels públics amb una polarització de l'esfera cultural.
  - Es desenvolupa una veritable indústria cultural (premsa popular i gèneres populars) que configuren la primera cultura de masses, sotmesa a la lògica capitalista i a una adaptació del producte al públic.
  - Aquesta evolució és experimentada per les classes altes (conreades) com una amenaça d'igualació/vulgarització. Es produeixen les primeres condemnes de la cultura de masses.

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ■ **Ordre modern i artistes: una posició contradictòria**

- Per als productors culturals, aquesta evolució comporta significats contradictoris: nova llibertat del mercat, noves disparitats de destinació, nous condicionants (de mercat).
- En oposició a aquest desenvolupament de la cultura de masses, es va configurant una alta cultura cada vegada més autònoma, afavorida pel nou aïllament del creador (amb nous intermediaris).
- Aquesta està regida per la recerca de l'excel·lència purament cultural (l'art per l'art). En aquest sector es disputa la consagració artística (sistema d'ensenyament, institucions culturals de l'Estat).
- La dinàmica que s'imposa és la de la innovació permanent: dinàmica progressista avantguardista (nous moviments, avantguarda consagrada, art burgès). És la configuració cultural moderna, caracteritzada per l'autonomia cultural.

Desenvolupament  
de l'esfera cultural



Progressos en la institucionalització  
i en la diversificació de la seva estructura



*Polarització*



Desenvolupament de la  
indústria cultura

Lògica de producció  
capitalista

Adaptació a la  
demanda

Desenvolupament d'un  
sector específic d'alta  
cultura

Recerca de  
l'excel·lència artística

Innovació



UNIVERSITAT  
DE VALÈNCIA

---

# El naixement de l'ordre cultural modern

- **Individualisme i comunitarisme: trajectòria de carrera i dinàmica del camp artístic**
  - Tot i que en la història de l'art hi ha hagut alguns episodis de comunitarisme entre els creadors (creació de grups), la dinàmica artística després de la crisi del sistema acadèmic ha estat protagonitzada per artistes individuals.
  - En els inicis de carrera es desenvolupen formes de solidaritat de grup informals (període bohemi, avantguarda emergent) i algunes formes de col·laboració artística intensa (Braque i Picasso), però posteriorment predomina la competència. Actualment els sindicats d'artistes actuen més com *lobbys* que com a *labour unions*.
  - L'estructura del camp i les formes d'intermediació han limitat les formes de solidaritat de grup i han impulsat els comportaments maximitzadors de carrera individual: el valor d'una obra depèn de la còtització individual, que fluctua segons alguns indicadors de prestigi i consolidació individualitzats (de mercat —subhastes, vendes, etc.—, institucionals —exposicions, compres en col·leccions institucionals, premis, etc.—).



# El naixement de l'ordre cultural modern

- **La mitificació de l'artista com a heroi o com a màrtir**
  - A partir del segle XIX els artistes són mitificats com a herois demiúrgics, investits del carisma i dotats de poders màgics (“veure més enllà del visible”, “crear del no-res”, etc.).
  - El cas paradigmàtic de la mitificació (o mistificació, per la semblança a una santificació) és Van Gogh que es constitueix en la imatge de l'artista creatiu, innovador i incomprès i que triomfa en la posteritat.



# El naixement de l'ordre cultural modern

- **Dues perspectives del valor de l'artista i la maledicció del *singe peintre***
  - La valoració de la innovació és dual: 1) des d'una perspectiva civilitzatòria que posa l'accent en la capacitat d'innovar i en el progrés (heroisme aristocràtic de l'innovador contestatari), i 2) una perspectiva relativista que posa l'accent en la creativitat universal dins de cada cultura (individualisme democràtic de l'artista expressiu).
  - Malgrat aquest nou estatus molt prestigiós de l'artista, la majoria de pintors viuen la seua carrera amb la por de ser titllats de repetitius i mancats de creativitat o innovació (*singe peintre*).

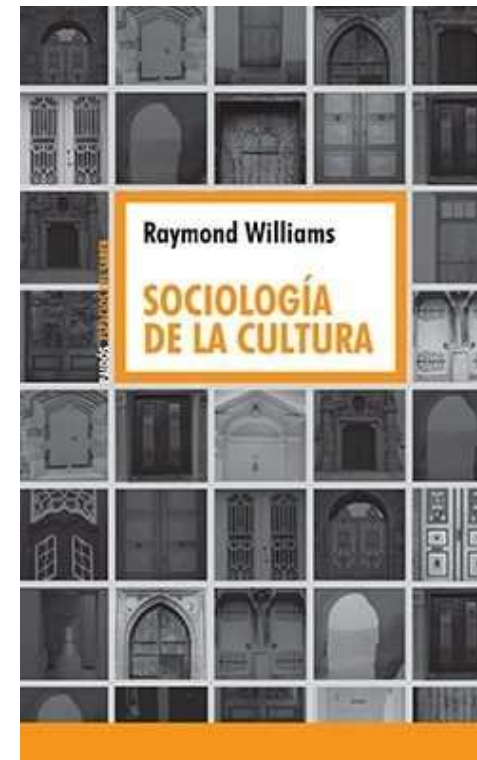


---

# El naixement de l'ordre cultural modern

- **PER A SABER-NE MÉS**

- Vicenç Furió, *Sociologia de l'art* (trad. cast. Sociología del arte)
- Raymond Williams, *Sociología de la cultura*

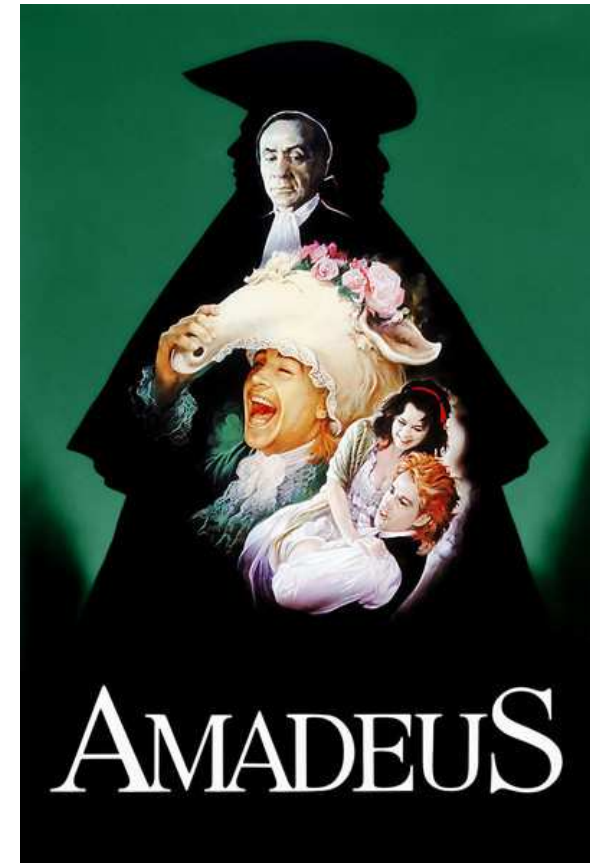


---

# El naixement de l'ordre cultural modern

## ACTIVITAT

- Amadeus és una pel·lícula nord-americana estrenada l'any 1984, dirigida per Miloš Forman, vagament basada en la vida dels compositors Antonio Salieri i Wolfgang Amadeus Mozart. El guió de la pel·lícula, escrit per Peter Shaffer, és una adaptació de la seua pròpia obra de teatre Amadeus. Cal aclarir que la suposada rivalitat Mozart-Salieri és un recurs literari, traslladat al guió cinematogràfic, basant-se interpretacions de fets històrics, alguns no del tot ajustats a la realitat.



---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura: modernitat, postmodernitat i cultura**

### **2.2. Les regles de l'art de la modernitat cultural**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

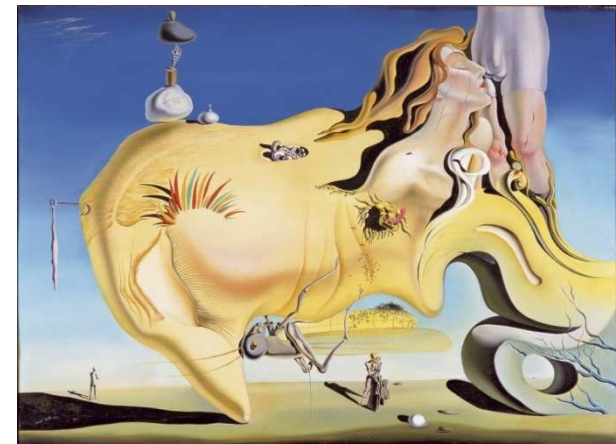
---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **La sociologia de la cultura estructuralista: la noció de camp**
  - Una societat altament diferenciada no consisteix en una totalitat integrada de funcions sistèmiques i una cultura comuna sinó un conjunt d'esferes de joc relativament autònomes en funció dels seus principis de regulació, els seus valors particulars i els tipus de béns (o en termes bourdinians, els capitals) que s'hi juguen.
  - En la modernitat cada una de les esferes culturals obté la més plena autonomia possible. Cada esfera arriba al que Weber va anomenar *Eigengesetzlichkeit*, l'autonomia, autoreferència o **autoregulació**: desenvolupa les seues pròpies convencions i la seua forma d'avaluació. Això significa que el valor dins d'una esfera depèn de la capacitat d'un objecte cultural de l'esfera per a ajustar-se a les normes pròpies d'aquesta mateixa esfera.

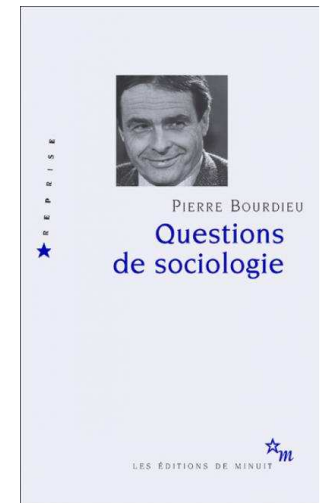
# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Procés d'autonomització: una creixent autoreferencialitat de les arts**
  - El valor d'una producció en una esfera cultural depèn menys del grau en què reproduïx la realitat i és més dependent de l'argument i dels testimonis adduïts en el "discurs teòric" per a donar suport a aquesta producció.
  - Es refusa l'existència, per tant, d'una normativització del que és "real". I amb aquesta autonomització, segons Lash, es possibiliten desenvolupaments irracionalistes (reivindicació de l'inconscient, celebració nietzscheana dels instints) i racionalistes (cubisme, constructivisme), però que allunyen l'art del realisme.



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

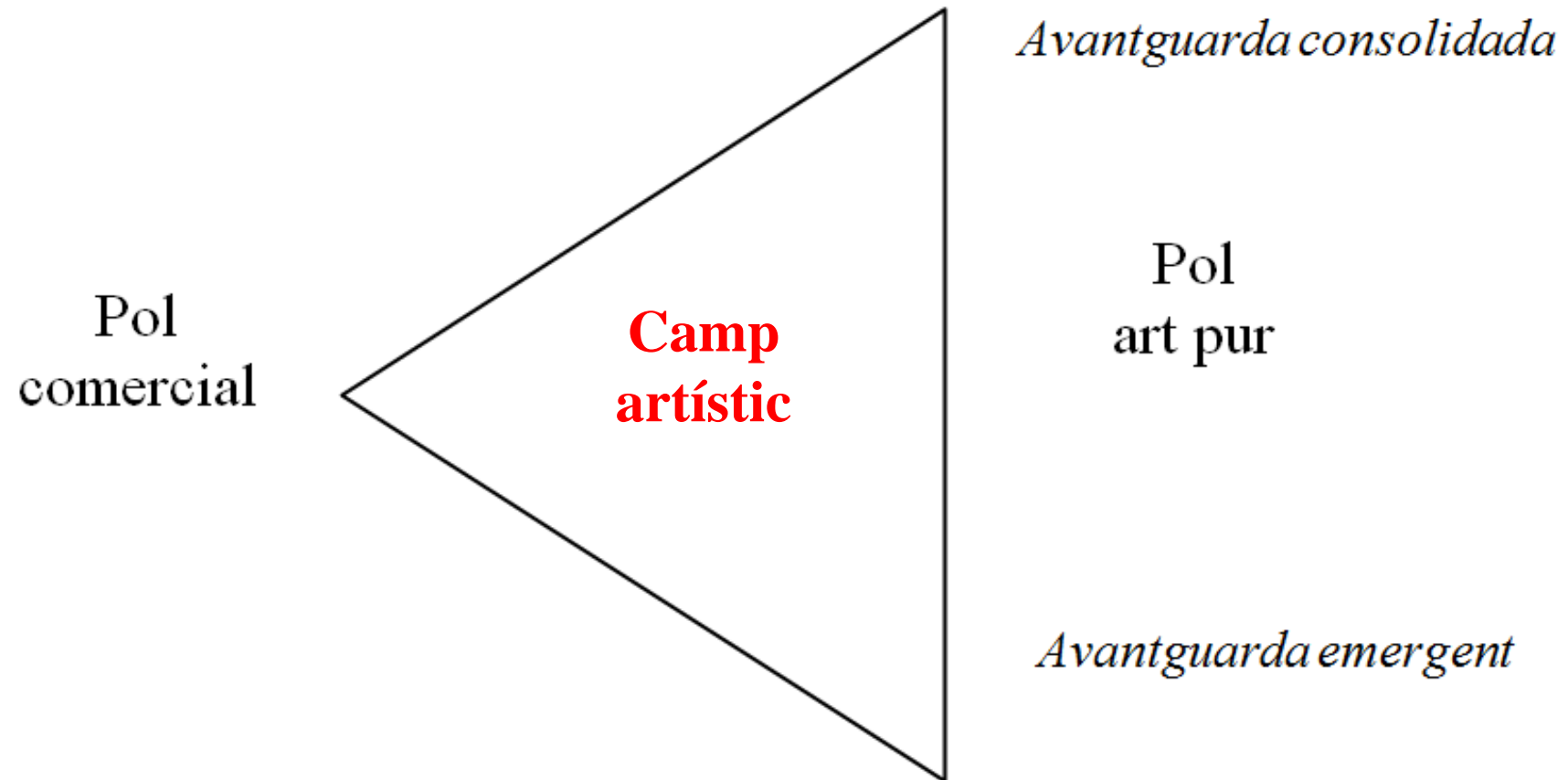
- **Camp artístic, competències i capital simbòlic**
  - Bourdieu entén els camps d'interacció com a espais estructurats, compostos per un conjunt limitat de posicions socials (que poden presentar-se com a individus, grups, organitzacions, etc.), que competeixen per un recurs específic que l'autor francès anomena capital. Com que els recursos que proporcionen els camps són escassos, i per tant no tots els actors poden acumular-lo en quantitats suficients, tendeix a produir-se una monopolització d'aquests recursos a les mans d'uns pocs.
  - Dins dels diversos camps que estructuren la vida social, Bourdieu identifica un camp cultural que es caracteritza per la presència d'una tipologia específica d'agents (artistes, escriptors, actors, etc.) que competeixen pel recurs específic que ofereix aquest espai, l'anomenat capital cultural, així com el capital simbòlic. El capital cultural són els coneixements, habilitats i competències que l'individu acumula al llarg del temps, mentre que el capital simbòlic és el reconeixement i el prestigi adquirits.





---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural



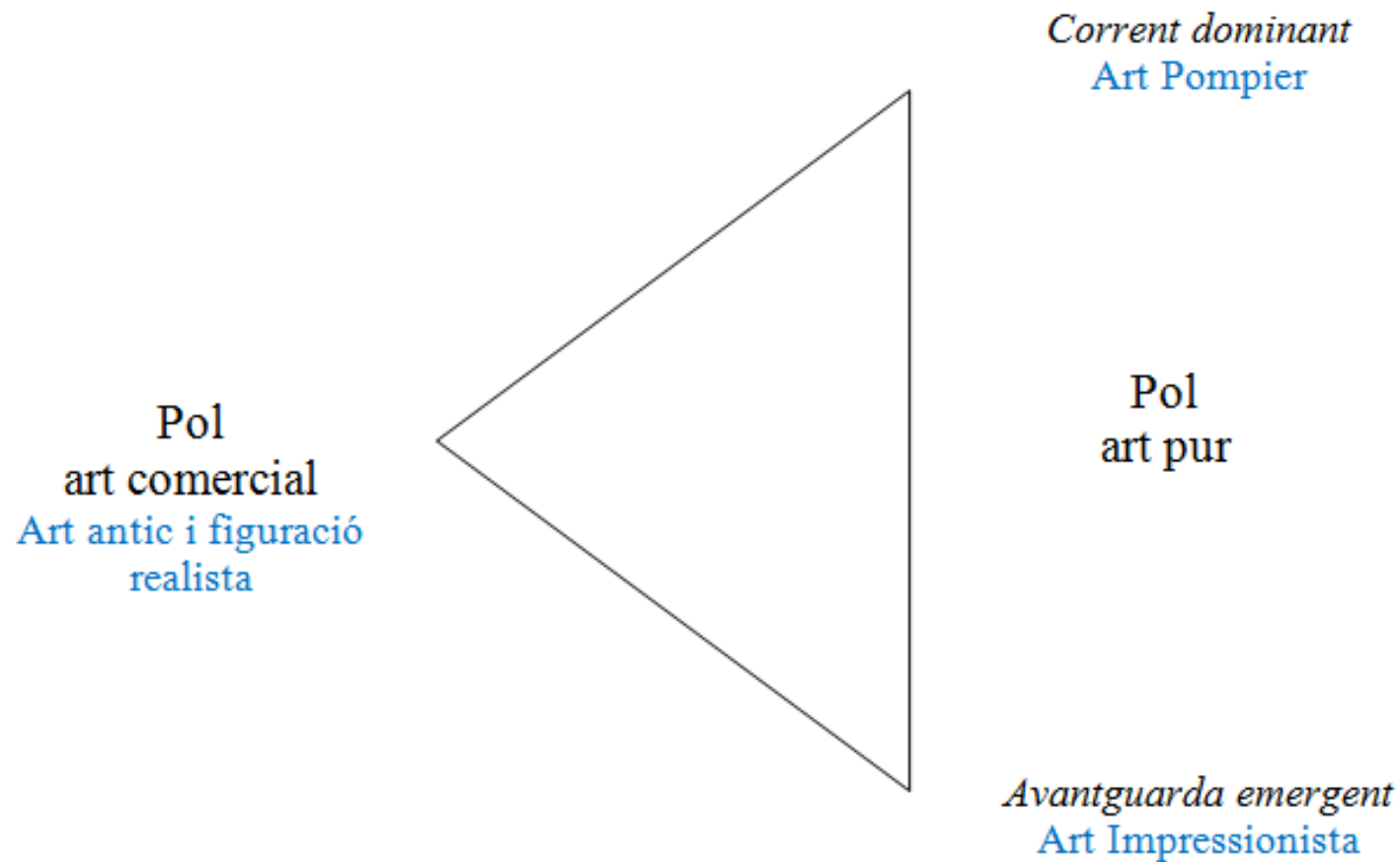
---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Segons Pierre Bourdieu, el camp artístic modern es caracteritza per:**
  - Una nova definició d'unes “regles de l'art”: “Aquest univers relativament autònom (és a dir, relativament dependent, en particular respecte al camp econòmic i polític) dóna cabuda a una economia al revés, basada en la seua lògica específica, de la naturalesa mateixa dels béns simbòlics, realitats de doble faceta, mercaderies i significacions, els valors dels quals pròpiament simbòlics i comercials romanen relativament independents” (Pierre Bourdieu, 1995, *Las reglas del arte*, p. 213).
  - En aquest camp les estratègies directament orientades al capital econòmic estan sancionades. No obstant això, en el transcurs del temps les avantguardes emergents es converteixen en avantguardes consolidades i en certa mesura també esdevenen part del camp heterònom i del pol comercial.

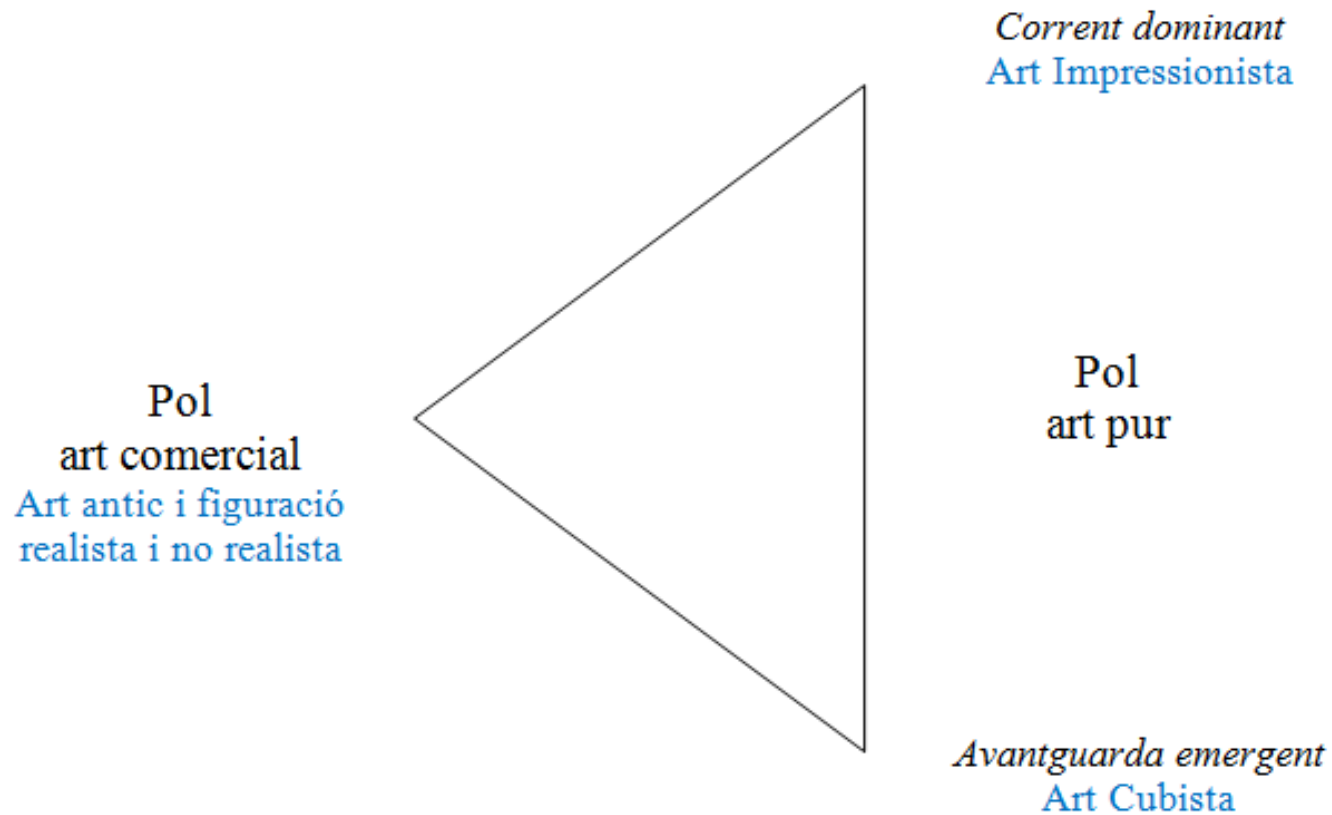
---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural



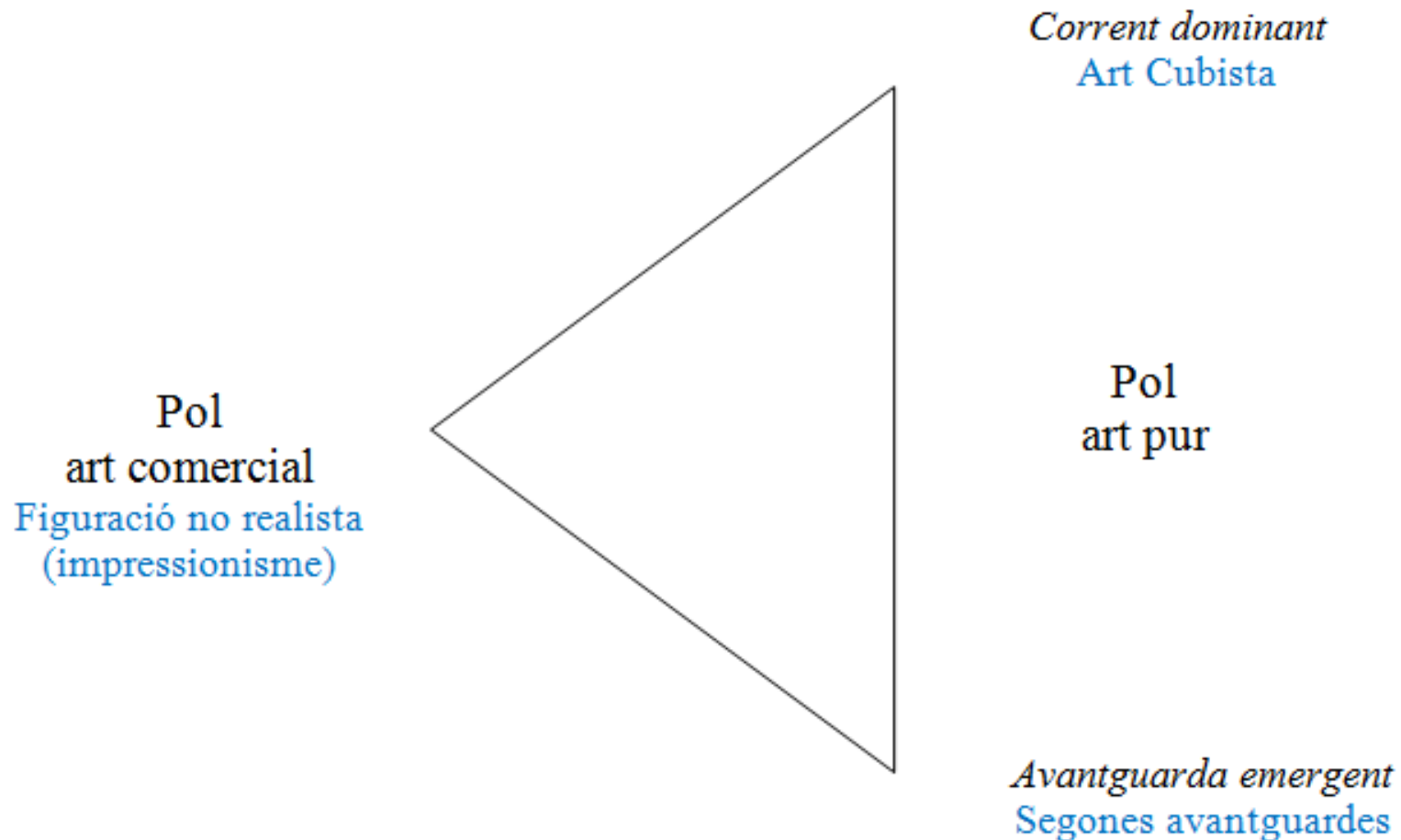
---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural



---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

## ■ ACTIVITAT

- ❑ Què signifiquen les acusacions de certs sectors del camp artístic a Banksy de ser un venut?
- ❑ A partir del documental *Exit Through the Gift Shop*, com es defensa Banksy d'aquestes acusacions? Pot ser considerat una estratègia per a conservar el seu estatus dins el pol emergent?



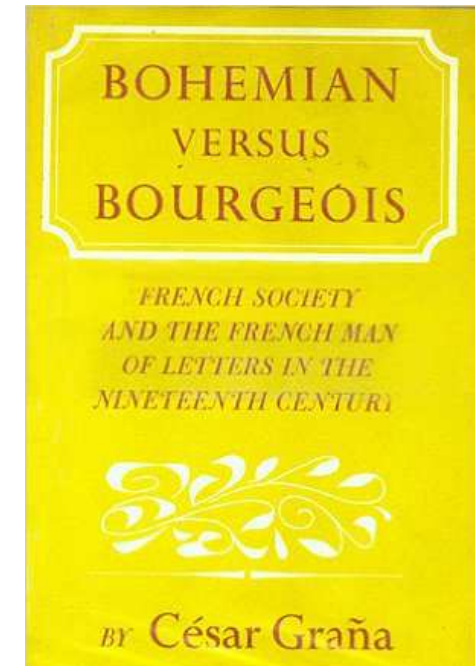
---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Especialització, divisió del treball, institucionalització del camp artístic**
  - La constitució del camp de producció cultural com a esfera autònoma implica l'especialització dels productors, la diferenciació de pràctiques i de gèneres, la cristal·lització institucional, noves tecnologies, relacions socials noves. Especialment, cal destacar el rol dels intermediaris culturals: els intel·lectuals, els crítics, els marxants, els il·lustradors, els dissenyadors, els publicistes, etc.
  - Alhora apareixen tota una sèrie d'institucions culturals i educatives, que estableixen una divisió funcional i organitzativa del camp artístic: acadèmiques artístiques, conservatoris, teatre nacional, museu nacional, biblioteca nacional, etc. Aquesta institucionalització explica que **sota l'aparença de grans revolucions hi haja una estabilitat del camp.**

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **El camp cultural contra l'ordre burgès i l'utilitarisme**
  - El camp artístic es constitueix com a tal en i per oposició al món burgès, que mai fins aleshores s'havia afirmat de manera tan brutal en els seus valors. També significa l'inici de l'oposició entre els dos mons, el món de l'art i el capitalisme, i entre bohemis i burgesos.
  - Per una banda, la societat burgesa té la pretensió de controlar els instruments de legitimació, en l'àmbit de l'art i de la literatura —a partir dels salons, per exemple—, i alhora a través de la premsa, primera indústria cultural de masses, intenta imposar una definició de la producció cultural considerada com a degradada i degradant pels artistes.





# Les regles de l'art de la modernitat cultural

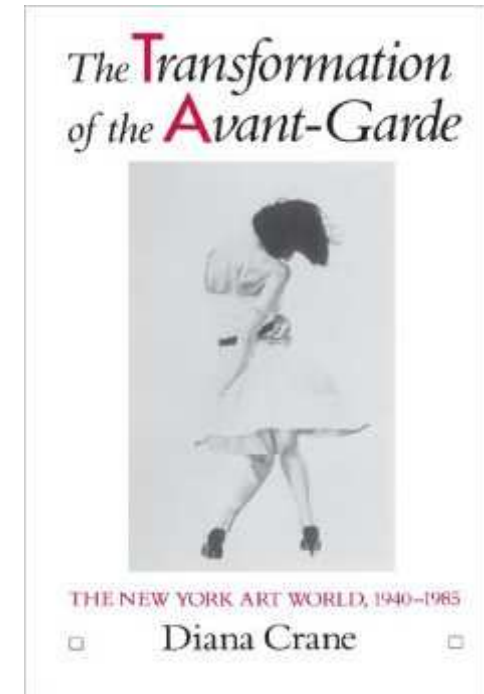
- **Una ruptura amb els convencionalismes del món burgès**
  - Els artistes inicien un moviment de ruptura amb el món corrent, que és un corrent inseparable de la constitució del món de l'art com un món a part. La conquesta de l'autonomia es basa, per tant, en una ruptura ètica, que és una dimensió fonamental de tota ruptura estètica.
    - Veg. Salt en el buit d'Ives Klein.



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

## ■ La idea de l'artista avantguardista i la instrumentalització política

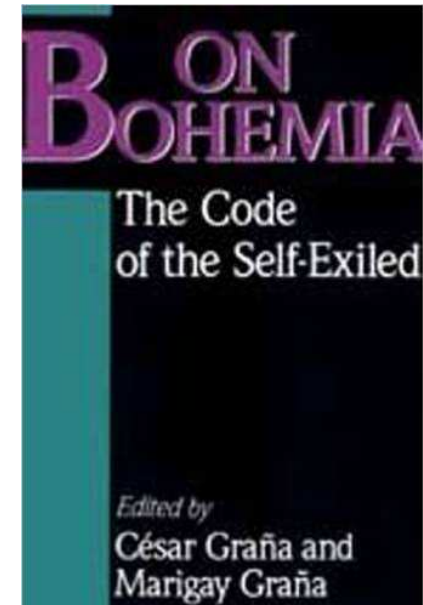
- Durant els segles XIX i XX la contradicció entre l'elitisme del món artístic i la seua legitimació política ha estat resolta mitjançant la idea d'avantguarda (ús importat de la terminologia militar a mitjan segle XIX) i el sil·logisme següent:
  1. L'art que correspon al gust majoritari és, per essència, conservador i conformista, defensor d'un ordre establert dels valors i d'una visió estable del món.
  2. La dominació de les classes dirigents s'estén a l'esfera cultural, on, a causa del funcionament de les lleis del mercat, la burgesia, que constitueix la demanda més important i influent, està en condicions d'imposar el seu gust i de dirigir la producció artística.
  3. Combatre el conservadorisme estètic i la inèrcia de la tradició en l'àmbit estrictament artístic implica lluitar contra el govern de les arts per part de la classe burgesa, gràcies al poder crític de la novetat radical. A diferència de l'art proletari, l'elitista avantguardisme aconseguirà l'emancipació política del poble sense renunciar a la seua autonomia.



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

## ■ Problemes a la tesi avantguardista

- ❑ No obstant això, l'interès per les innovacions estètiques gairebé sempre procedeix de les classes altes, encara que no totes les classes altes estan interessades per la cultura, només aquelles més educades.
- ❑ La tesi de l'autonomia artística i el seu caràcter revolucionari xoca alhora amb la historicitat de la creació.
- ❑ La insistència amb el jo creatiu i carismàtic el situa a distància de la societat (autoexiliat).
- ❑ La posició política antiburguesa dels artistes reflecteix més conflictes amb el sistema de mercat que un programa definit.
- ❑ La noció d'avantguarda en l'àmbit artístic és una noció tova i en cap cas es pot parlar d'una organització formal i disciplinada sinó de petits grups i xarxes de col·laboració.



---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Avantguarda artística, avantguarda política i autonomització**

- Si Flaubert i Baudelaire no eren conservadors en el veritable sentit polític del terme, tampoc no eren Maquiavels moderns ocupats de les subtils de la dominació com a professionals de la política. No s'interessaven per l'ús intencionat del poder, ni per posar en pràctica una ideologia social, ni per establir la voluntat d'un partit. Per a ells, la funció del poder consistia a envoltar l'elit d'un cordó sanitari que li permetera dur a terme les tasques intel·lectuals sense ser molestada per les masses (Graña, op. cit., p. 121).
- L'avantguardisme, que assimila el moviment d'innovació estètica al progrés, promou una concepció teleològica de l'autonomització creixent de l'art. Es tracta del principi sobirà de la reducció progressiva de la innovació a una activitat de recerca que fa referència a les propietats formals de cada art. Aquest principi es concreta en l'abandonament de la representació imitadora de la realitat.

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

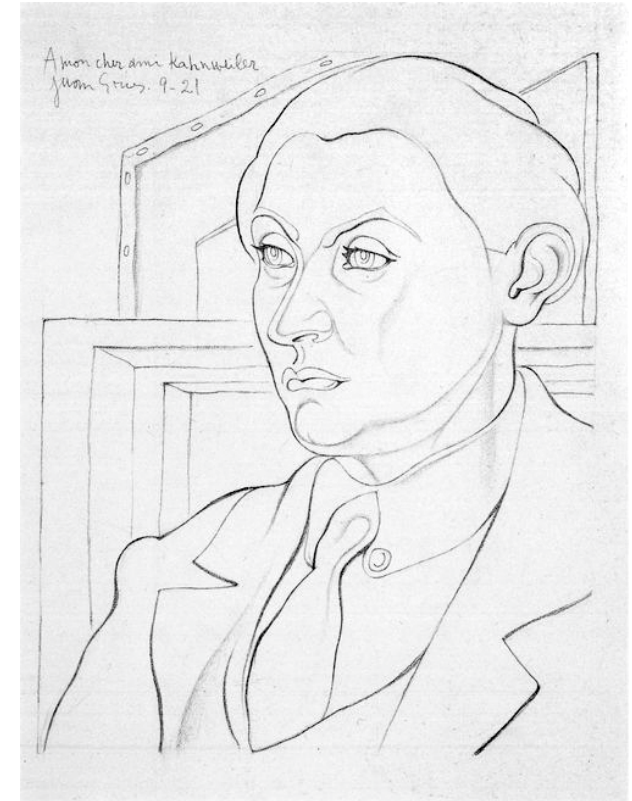
- **Renovació estilística i sociologia del canvi de sistema artístic**
  - Tal com analitza el llibre de Harrison i Cynthia White, *La carrera dels pintors al segle XIX*, la successió vertiginosa que es produeix en aquest segle de nous estils en les arts plàstiques no s'explica només pel sorgiment de talents individuals sinó que és la conseqüència d'un canvi institucional en el món de la pintura, en passar de l'antic sistema acadèmic al **sistema modern "marxant-crític"**. Aquest canvi explica la gènesi de l'ordre modern: una anàlisi sociològica que explica un canvi cultural a partir d'una transformació institucional.



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

## ■ Sistemes artístics premoderns i sistema modern

- El sistema acadèmic, successor al seu torn del sistema de corporacions medieval, instaurat en el segle XVII, organitzava la vida artística segons unes regles estrictes que l'Acadèmia havia de fer respectar: ensenyament i formació d'artistes, comandes i condicions d'exposició de les seues obres, promoció i integració respectiva dels pintors en la jerarquia del sistema.
- Per contra, al final del segle XIX i malgrat la perpetuació nominal de la institució acadèmica, les arts visuals viuen segons un sistema completament diferent: mercat lliure, en funció de l'oferta i la demanda, amb multitud d'agents independents, però amb un punt d'entrada obligat en el món artístic, l'actuació concertada d'un marxant i d'un crític estretament associats i els criteris dels quals substitueixen els del judici acadèmic.



Retrat de Kahnweiler, de  
Juan Gris

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Per què es produeix el canvi de sistema en el segle XIX?**
  - Malgrat que se sol fer una relació causal entre els canvis en el sistema artístic i el marc socioeconòmic o l'evolució estilística, no hi ha una relació causa-efecte. No hi ha herois (mite del sorgiment dels impressionistes) ni dolents (els *pompiers*, condemnats per academicistes), sinó que es desenvolupen un conjunt de factors que tots ells relacionats expliquen la gènesi d'un nou camp social, el mercat de les arts visuals.
  - Les estructures de l'antic sistema no són capaces d'assegurar la gestió de la carrera del nombre cada vegada més alt d'aspirants a artistes i d'una producció cada vegada més abundant.

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Factors que expliquen el canvi de sistema artístic**
  - Una modificació de l'estructura social: escolarització, expansió de les classes mitjanes, etc., que comporta un augment dels pintors.
  - Alhora aquest creixement de les capes acomodades genera una nova demanda dels petits formats i els gèneres considerats inferiors per la pintura acadèmica (el paisatge, la natura morta) i que poden ser produïts més ràpidament i en quantitats més grans.
  - El sistema acadèmic no proporcionava prou informació sobre l'evolució de la disciplina per les centenes d'artistes. Feia falta un altre mecanisme de distribució de la informació sobre les noves tendències i demandes socials: aquest va ser el mercat artístic.
  - Es desenvolupen nous formats (la litografia) i nous procediments tècnics (la pintura en tub i les teles preparades) que faciliten una productivitat més alta.



---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Conseqüències per a l'estatus d'artista**

- Formalment, l'artista guanya llibertat en l'elecció de les temàtiques, dels formats, dels estils en què desenvolupa la seua carrera. Però paral·lelament deixa de tenir un suport organitzatiu i una protecció a la competència (anomia institucionalitzada).
- L'accent del món artística passa de la tela, l'obra mestra, a la producció més abundant i menys diferenciada (les sèries dels impressionistes), que funda el valor en la carrera de l'artista (comprar “un Monet”).
- Importància més gran del context de l'artista: el marxant que ha de trobar la clientela en un mercat competitiu i el nou rol del crític, que d'amateur passa a descobridor i agent de la valoració de l'obra. Aquests van saber llegir els nous gustos que eren dominants en el mercat i la demanda d'una pintura de gènere i decorativa, saberen orientar la febre especulativa cap als suposats o reals “genis desconeguts” (el mite de Van Gogh) i explotar els mercats estrangers menys dominats per l'academicisme.

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Un camp artístic dividit en dos pols**

- El camp artístic és un univers relativament autònom (i per tant relativament dependent, respecte al camp econòmic i polític); dóna cabuda, segons Pierre Bourdieu, a una economia al revés basada en la seua lògica específica, en la naturalesa mateixa dels béns simbòlics que són realitats de doble faceta, mercaderies i significacions, el valor de les quals són relativament independents. El procés d'especialització comporta el naixement de dos pols:
  - Pol d'art pur: una producció cultural especialment destinada al mercat i, en part com a reacció contra aquest.
  - Pol art comercial: una producció d'obres "pures" destinades a l'apropiació simbòlica dels camps de producció cultural.

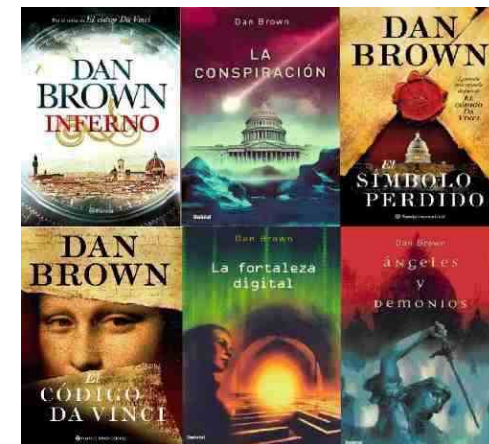
# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Dues lògiques econòmiques conviuen de manera antagònica dins el camp artístic**
  - **Pol de l'art pur:** economia antieconòmica, que es basa en el reconeixement obligat dels valors del desinterès i en el rebut de l'economia (del comercial) i del benefici econòmic (a curt termini). Dóna prioritat a la producció i les seues exigències específiques fruit d'una història autònoma. Aquesta producció no és capaç de reconèixer més demanda que la que és capaç de produir ella mateixa i només a llarg termini. Està orientada cap a l'acumulació de capital simbòlic, en tant que capital econòmic negat, i per tant legítim i capaç de proporcionar en determinades condicions i a llarg termini beneficis econòmics.
    - Principi legitimador de la producció: innovació disciplinària.



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- ❑ **Pol comercial:** la lògica econòmica de les indústries culturals que en convertir el comerç de béns culturals en un comerç com els altres, atorga la prioritat a la difusió, a l'èxit immediat i temporal, valorat per exemple en funció de la tirada i es limiten a ajustar-se a la demanda preexistent de la clientela. No obstant això, aquesta tendència té un límit i aquestes empreses rebutgen formes obertes de mercantilització de la cultura. Responen a una demanda preexistent i a una forma preestablerta.
  - Acusació per part del pol pur: repetició, embrutiment, etc.



---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Distància respecte a la demanda i cicles de producció**
  - L'adaptació a la demanda situa l'empresa dins d'un camp o un altre: com més a prop de la demanda preexistent de formes convencionals, més a prop del pol comercial. D'aquest fet es deriva la duració del cicle de producció cultural:
    - **Empreses amb un cicle de producció curt**, que minimitzen riscos amb l'adaptació a una demanda identificable, dotades d'un circuit de comercialització i de recursos de promoció i pensades per a un reintegrament accelerat dels beneficis mitjançant una circulació ràpida de productes condemnats a una obsolescència ràpida.
    - **Empreses amb un cicle de producció llarg**, basat en l'acceptació del risc inherent a les inversions culturals i sobretot en l'acatament de les lleis específiques del comerç de l'art: com que en el moment present no té un mercat, aquesta producció es bolca en el futur i tendeix a constituir un estoc de productes sempre amenaçats pel perill de la regressió a objectes materials (valorats com a tals, per exemple, pel pes del paper).

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

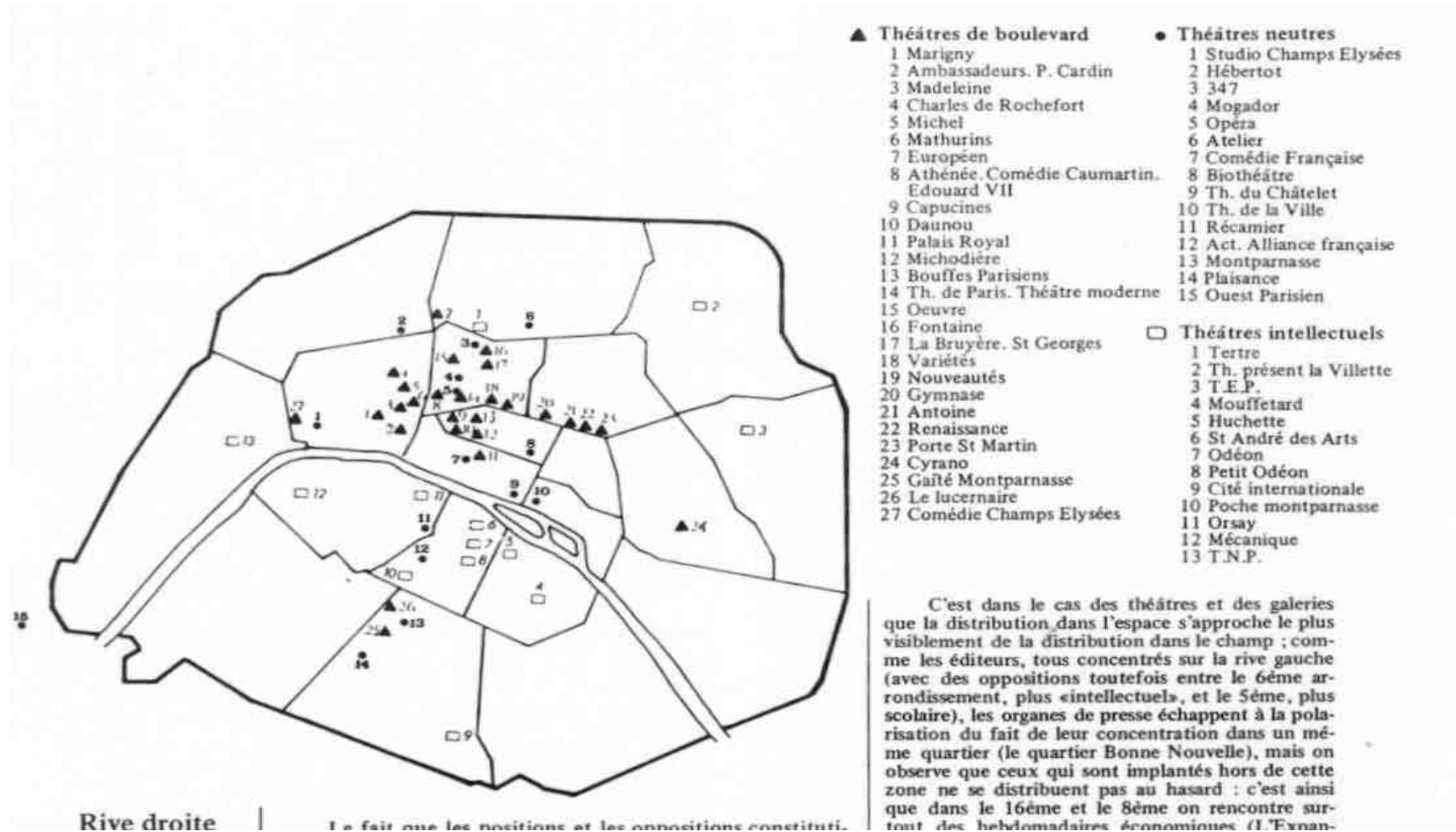
- **Dues racionalitats, dues estratègies:**
  - Les editorials grans publiquen molts llibres i grans tirades amb grans desplegaments publicitaris i de màrqueting. Alhora solen apostar per traduccions que han funcionat bé en altres països. La selecció dels autors es fa per la seua capacitat també de vendre's en els mitjans de comunicació. I en aquests casos, solen basar la qualitat en una valoració purament quantitativa de les vendes (ha fet una gran tirada, vendrà molts exemplars).
  - Racionalitat dins de l'estratègia a llarg termini: si bé la inversió a curt d'un autor amb poques vendes pot resultar econòmicament ruïnosa, o en tot cas representa un alt risc, si l'obra es consagra i passa al fons de l'editorial, constitueix una font d'ingressos fixa amb un cost marginal de producció molt baix, que li proporciona ingressos fixos per a compensar les pèrdues en les novetats.

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Una estratègia a llarg termini d'acumulació de capital simbòlic**
  - Aquestes editorials han de minimitzar costos fixos i publiquen pocs llibres, amb poca tirada, tenen poc personal i se situen en barris “barats” (Rive Gauche, tradicionalment). Aquestes editorials aposten per uns autors amb els quals teixeixen relacions estretes i alhora es relacionen amb uns “descobridors” i amb el sistema educatiu, que recomana o no a la llarga les seues obres (i els fa best-sellers consagrats) i forma un públic fidel. Aquesta estratègia els permet acumular capital simbòlic i potser a la llarga convertir-lo en capital econòmic.
  - A la llarga, es produeix una contradicció entre la línia de recerca i la d'explotació dels llibres consagrats, cosa que fa evolucionar l'editorial cap a una posició d'avantguarda consagrada (i associar-se a un període o estil) o bé quedar-se en el punt inicial d'avantguarda jove.

# Les regles de l'art de la modernitat cultural





---

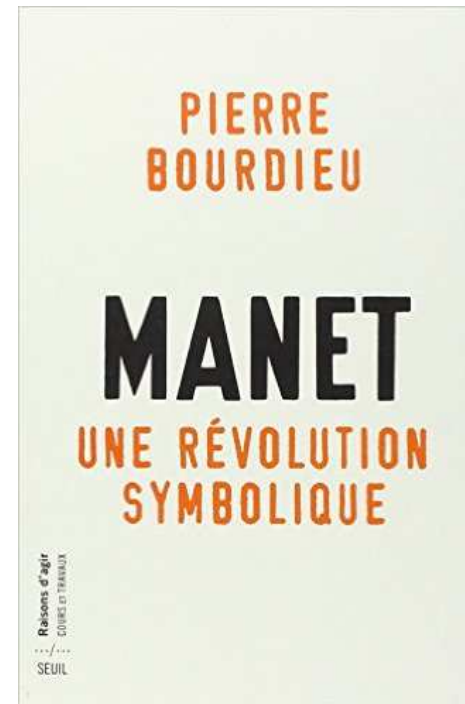
# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **PER A SABER-NE MÉS**

- Pierre Bourdieu, *Las reglas del arte*



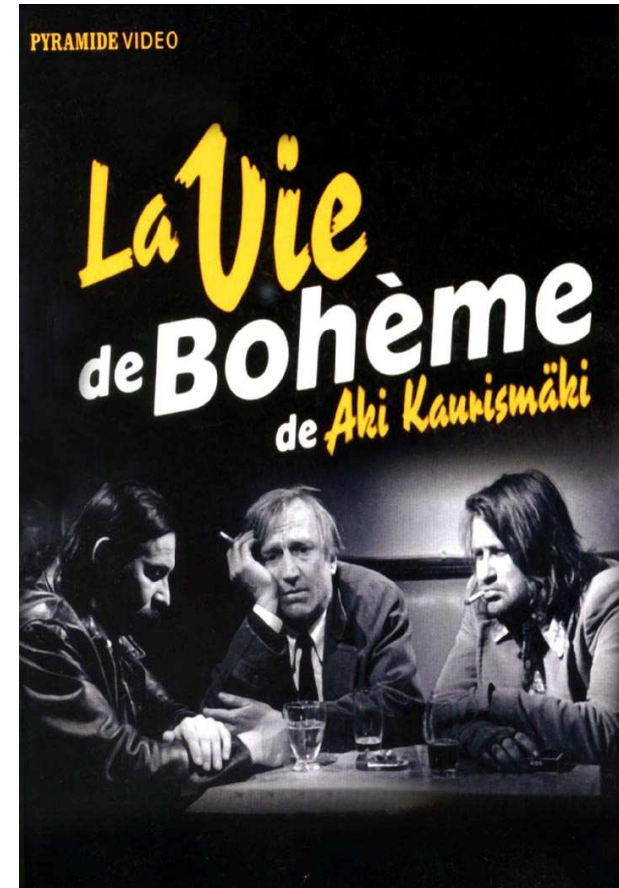
- Pierre Bourdieu, *Manet. La révolution symbolique*



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

## ACTIVITAT

- Visionament de la pel·lícula *La vie de bohème* dirigida per Aki Kaurismäki i estrenada el 1992. El guió es basa lliurement en la coneguda novel·la d'Henri Murger *Scènes de la Vie de Bohème*, que ha donat lloc a diverses adaptacions en pantalla, així com obres de teatre i òperes, de les quals la més notable és *La bohème* de Giacomo Puccini. La pel·lícula va ser un èxit de crítica i va guanyar diversos premis.
- Trebal·leu sobre:
  - ❑ Activitat creativa i estil de vida de la bohèmia.
  - ❑ Precarietat de la vida bohèmia i incertesa de l'èxit.
  - ❑ Relació entre l'artista i el client.
  - ❑ Relació entre l'artista i la societat burgesa.



---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura: modernitat, postmodernitat i cultura**

### **2.3. La intermediació cultural**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

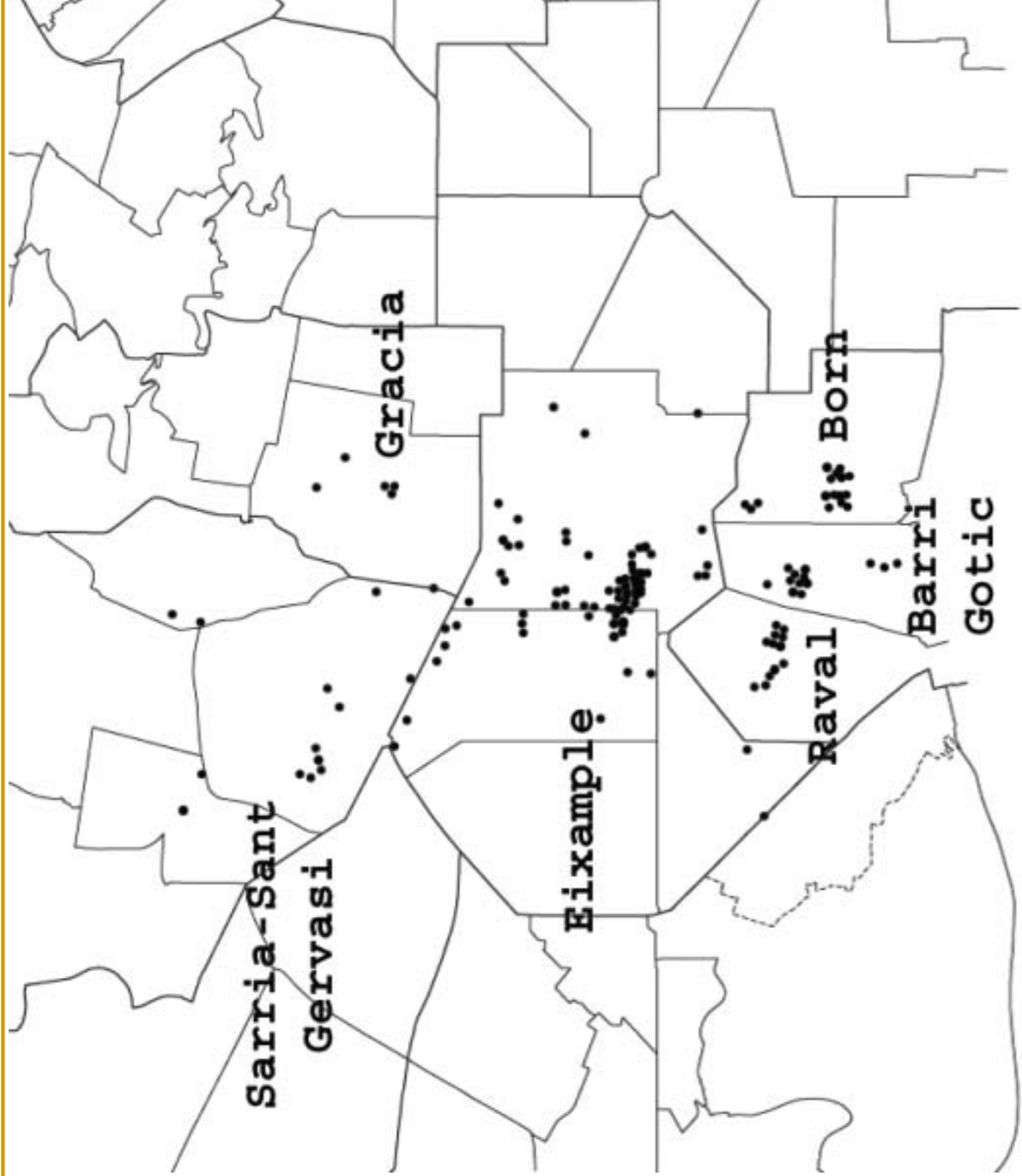
# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **L'intermediari cultural: un rol ambigu estructuralment**
  - L'empresari en matèria de producció cultural ha de reunir una sèrie d'elements combinats molt difícil, en qualsevol cas molt improbable, una mica de realisme i convicció "desinteressada".
    - Ambigüitat: El nou arribat pot imposar-se en un mercat en nom dels valors pels quals els dominants han acumulat poder simbòlic / Només aquell que té un mínim realisme i capacitat de contemporitzar amb les normes econòmiques negades pot acumular capital simbòlic.
    - L'intermediari permet mantenir la il·lusió, fundadora en el camp, del carisma de l'artista fent d'interfície entre el món econòmic i el món de l'art, i mantenir així la imatge "desinteressada del creador".

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Els intermediaris culturals: el cas del marxant d'art modern**
  - L'esquema de Bourdieu, la tipologia dual, és una construcció teòrica i mai s'ha reflectit de forma pura en la realitat.
  - Si prenem en consideració la situació de les arts plàstiques en el París dels anys cinquanta i seixanta com a exemple de l'ordre modern, podem observar, segons Raymonde Moulin, que efectivament els comportaments dels marxants de pintura no varia només a partir de la personalitat sinó pel tipus d'obra venuda i per tant el tipus de clientela.
    - Podem trobar dos pols extrems: els marxants que volen fundar un nou mercat per a un estil innovador cerquen crear un nou tipus de client. Per contra, les galeries d'art es dirigeixen a una demanda ja formada.
    - No obstant això, ens trobem amb molts casos intermedis: podem construir tipus ideals de marxants.



Legend: art gallery ●  
 ID VALÈNCIA

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Retrats de marxants d'art: una tipologia dels intermediaris culturals de la modernitat**
  - **El marxant sense escrúpols:** fuig del risc i de les inversions a contracorrent del gust majoritari i ven quadres fàcils de vendre, igual que vendria altres objectes decoratius.
  - **El “protector de joves” o viver:** dóna la possibilitat de mostrar les seues teles, però no fa una promoció comercial, que és la tasca d'altres galeries. És una galeria per als començaments.
  - **El marxant de pintura a la moda:** instal·lat en alguna part del barri de comerç de luxe. Busca ampliar la seua clientela freqüentant els llocs de moda, camps de golf o grans casinos. Està convençut del valor dels “seus” pintors i es revolta contra les experiències d'avantguarda i dels pintors estrella que aconsegueixen fer créixer la seua cota a través de trucs publicitaris.

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- ❑ **El marxant d'art romàntic** s'instal·la normalment en un barri bohemi. Expintor o amant de la pintura i jove, funda una galeria amb poc capital i amb l'ajuda dels seus amics artistes. La galeria és al mateix temps un club de reunió i d'assaig on els artistes d'una mateixa tendència es troben diàriament per a discutir sobre les darreres recerques plàstiques. El marxant és més atret per la pintura (o els pintors) que pel comerç, cosa que sovint el condemna a no durar (i a haver de plegar al cap d'uns quants anys) o a romandre marginal.
- ❑ **El marxant dominant o “empresari”** és un marxant que sap discriminar i influenciar la demanda utilitzant totes les tècniques del capitalisme modern. És un empresari que paga un salari als pintors més cars i cèlebres del món. La seua clientela es troba entre els grans col·leccionistes internacionals i els grans museus nacionals i estrangers. Els mecanismes de gestió empresarial i el seu estil de vida luxós podrien portar a assimilar-lo a un empresari com un altre. No obstant això, la seua activitat comercial és ennoblida per tenir com a objecte l'art.



# Les regles de l'art de la modernitat cultural

## ■ Tipologia de marxants i trajectòria

- Moulin avisa que aquests retrats no són una tipologia tancada i que cal tenir en compte que hi ha trajectòries professionals, una de les quals seria la típica trajectòria ascendent:

- “La historia —de la galeria— comença modestament: el marxant defensa els pintors de la seua generació la reputació dels quals està encara per fer i no la dels que ja estan consagrats; ven les obres que encara no tenen un valor comercial. És responsable de les primeres exposicions particulars dels artistes que defensa. El marxant acompanya pas a pas els seus pintors, accepta eventualment un encàrrec extern que li permet d'eleva-se en la jerarquia econòmica, canvia de local, després de barri, esdevé un gran marxant en la mesura que els seus pintors esdevenen cèlebres i s'envelleix amb ells. La seua galeria, que al principi era un bressol de recerques incompreses, al final si el marxant ha escollit bé, és una de les fortaleses de l'art innovador. El petit marxant esdevé finalment un home de negocis.” (p. 157)



Pablo Picasso, retrat de Daniel-Henry Kahnweiler, 1910

---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Tipologia de marxants d'art multidimensional**
  - Distància respecte a la demanda: ofereix segons demanda / ofereix el que produeixen pintors emergents / ofereix només el que es considera de bon gust / és capaç de manipular la demanda / crea nous estils sense demanda preexistent.
  - Relació amb els artistes: cap tipus de compromís / pacte de compra regular / contracte blindat i en exclusivitat / relació que mescla relació professional i amistat.
  - Projecte artístic: ven tot allò que li demanen / no té criteri artístic / treballa sobre els corrents dominants / promou i ajuda a configurar nous estils artístics.
  - Ubicació geogràfica: zona de comerç de luxe / zona comercial perifèrica / districte de galeries / barri bohemi.

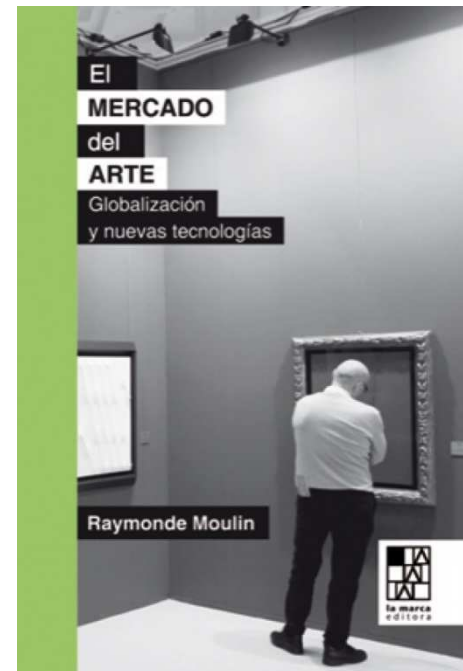
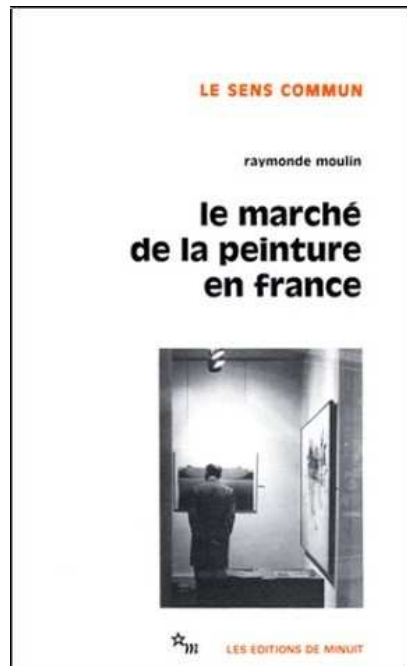
---

# Les regles de l'art de la modernitat cultural

- **Conclusions: 3 funcions de l'intermediari cultural**
  - Exerceixen de porters o **gatekeepers dels mons artístics**, reduint l'excés d'oferta que és una de les característiques de les professions creatives.
  - Poden exercir **diversos tipus de rols dins dels mercats artístics**: una primera promoció inicial, un desenvolupament de la carrera en l'àmbit regional o estatal i, finalment, la consagració institucional i projecció en el mercat global. A cada una d'aquestes fases de la carrera li correspon una tipologia d'intermediaris amb unes competències i una capacitat econòmica diferent
  - En situar-se en un pol del mercat artístic o un segment de mercat, **orienten el consumidor cap a un tipus d'oferta**. Una orientació que pot ser interpretada com una homologia estructural, una reproducció de les jerarquies en el camp artístic cap al camp social.

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Per a saber-ne més:**
- Raymonde Moulin, *Le marché de la peinture en France*
- Raymonde Moulin, *El mercado del arte. Globalización y nuevas tecnologías*



---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura: modernitat, postmodernitat i cultura**

### **2.4. L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

## ■ Els límits explicatius del model de camp artístic

- El model del camp de producció simbòlica de Bourdieu, que ja hem vist, il·lumina una particular perspectiva dels universos de producció cultural, des de la perspectiva de la competència i el conflicte.
  - El valor artístic apareix a ulls de Bourdieu com l'objecte central de disputa, al voltant del qual s'estructura la competència i un moviment constant de disputa entre les avantguardes consagrades i les avantguardes emergents.
  - L'univers artístic està polaritzat entre el pol d'art pur (autònom) i el de l'art comercial (heterònom).
  - Entre aquests dos pols s'estableix una jerarquia i els diferents elements funcionals de l'univers artístic es disposa respecte a aquesta en una perfecta homologia (artistes, galeries, crítics, públics...).
- No obstant això, a banda de la seua relativa obsolescència, aquest esquema no permet identificar la diversitat de processos i les dinàmiques de diferents sectors culturals. Hi ha altres modes sociològics que s'adapten millor a aquest objectiu i permeten explicar millor el canvi i l'evolució dels mons culturals: el model dels mons artístics de Howard S. Becker: perspectiva d'anàlisi interaccionista i més meso- o microsociològica.

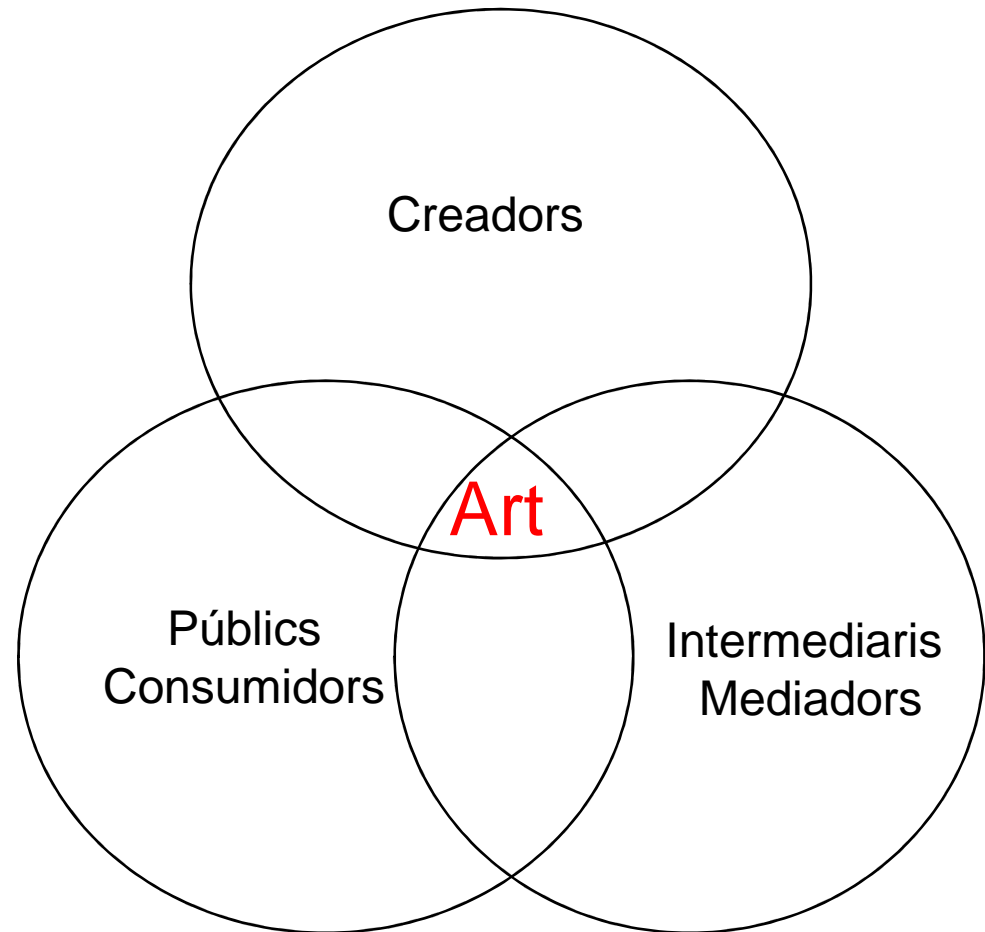
# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Una perspectiva interaccionista: els mons de l'art**
  - Howard S. Becker va néixer a Chicago el 1928, va estudiar sociologia a la Universitat de Chicago a finals dels anys 40, i va tenir al mateix temps una carrera de pianista professional de jazz, afició que ha seguit practicant fins avui. Allà va entrar en contacte amb diverses figures centrals de l'anomenada Escola de Chicago com Erving Goffman. Va ser editor de la revista *Social Problems*, que aglutinava els sociòlegs hostils al funcionalisme aleshores imperant.
  - Ha dedicat la seua recerca a l'estudi de les professions, la desviació o la metodologia. El 1982, publica *Els mons de l'art*, que es converteix en obra de referència en la sociologia de les arts.



# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- En què consisteix un món artístic?: "La xarxa de gent, l'activitat cooperativa, organitzada a través del seu coneixement conjunt de formes convencionals de fer les coses, produeix el tipus d'obres d'art per les quals és reconegut el món de l'art". Les convencions compartides són la base de la cooperació i l'extensió de la xarxa de cooperació constitueix la delimitació del món en qüestió.





# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **L'artista i les cadenes de cooperació en el món de l'art**
  - Howard Becker adopta una mirada interaccionista en el món de l'art (i per tant relativista), i això el porta a revisar la figura de l'artista en funció del seu encaix en les cadenes de cooperació de treball artístic.
  - L'art és una activitat col·lectiva en què participen multitud d'intermediaris, a més dels considerats creadors. Quan els artistes no troben els intermediaris adequats als seus treballs troben altres formes de desenvolupar-lo, però això alhora també canvia el resultat final i obre noves possibilitats.
  - Hi ha unes regles del funcionament dels mons de l'art i una divisió del treball que és arbitrària, però que és difícil de modificar. Totes les obres d'art són el producte d'una divisió del treball més o menys complexa segons les disciplines.



# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **La singular posició de l'artista en la cadena de treball creatiu**
  - D'una manera general es considera que aquells que participen en els mons de l'art consideren que aquesta activitat exigeix un talent, un do o unes aptituds que pocs posseeixen. A aquells que es considera que tenen talent suficient, se'ls atorga el títol honorífic d'"artista" i segons aquesta visió es creu que l'obra d'art expressa i concreta els talents rars del seu autor.
  - Hi ha unes tasques que **es consideren com a centrals i artístiques** (i permeten distingir l'obra d'art d'un producte manufacturat o artesanal) i les altres es consideren com a activitats secundàries i una habilitat manual. Encara que una activitat pot canviar d'estatut, com és el cas de l'enginyer de so que ha passat de ser un tècnic a ser reconegut com una professió que requereix un talent i se li reconeix una autoria.



---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **L'artista, únic rol creatiu dins del procés de cooperació artística?**
  - Hi ha, però, diversos elements que fan grinyolar aquesta imatge de l'artista com a creador aïllat:
    - La ideologia dominant planteja que el treball d'artista és producte de l'espontaneïtat i la inspiració. No obstant això, s'observa que hi ha una **rutina de treball** també en els artistes.
    - Es pot observar que el **repartiment de tasques** entre aquelles activitats artístiques i les de reforç o tècniques varia amb el temps.
    - Genera dubtes la categoria d'artista o no d'aquells que no materialitzen les seues obres (com els artistes conceptuals).
    - No és clar a qui cal donar el dret d'autoria en **obres produïdes col·lectivament** com el cinema.
    - Hi ha dubtes sobre si cal o no respectar la intenció de l'autor sempre o bé es pot decidir quines intencions prevalen (les de l'autor, les de l'intendent o les del públic).

---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **L'artista, autoria i valor: comprensió de la creença**
  - La sociologia pot adoptar un rol “denunciatori” respecte a les creences sobre l'autoria i revelar-ne l'arbitrarietat, les excepcions i la manca de base empírica. No obstant això, l'autoria (i el seu reconeixement) constitueix un dels fets més importants que marquen l'avaluació de les obres.
    - La pintura, el gravat i la fotografia: grau de contacte amb les mans del pintor.
    - Creació d'autors desconeguts “Mestre de la ciutat...”
    - Atribucions d'obres i canvi en les cotitzacions de les obres (*comissaire priseur*).
    - Els “escàndols” sobre les autories en obres no realitzades per l'artista visual
    - Comitès de selecció editorial, lectures de manuscrits i eleccions d'obres.
  - L'atribució d'autoria i la selecció del valor constitueix un procés de construcció social en què es combinen elements externs i interns. Cal comprendre el procés per a entendre l'efecte sobre el mercat i els públics.

---

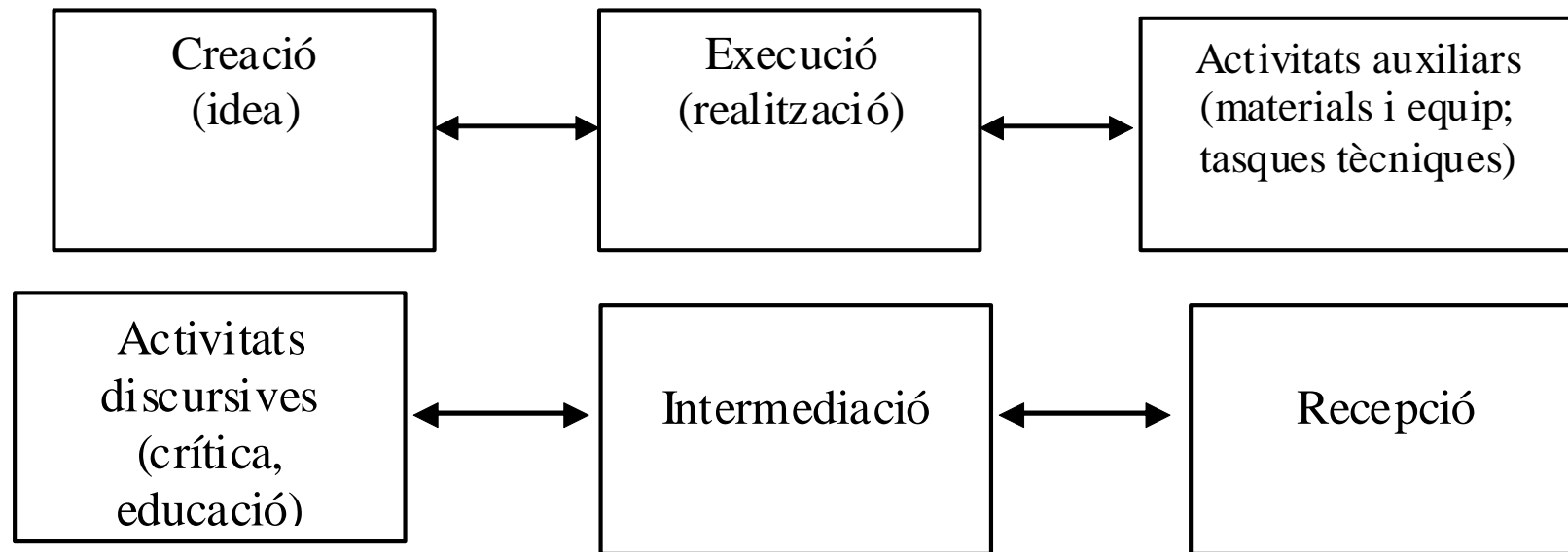
# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Aportacions del model del món artístic (1)**
  - Enfront de la imatge romàntica tradicional de l'artista com a geni aïllat, dotat d'un talent especial, l'existència d'una **xarxa cooperativa** d'activitat artística i el seu **caràcter convencional i contingent** (ex. diferenciació creació-execució musical).
  - Davant la imatge lineal (com a cadena de producció) de la producció artística, el conjunt d'elements i de convencions necessàries per a aquesta.
  - No és un mer esquema creació-producció-distribució-consum, hi ha unes **fronteres més poroses i alhora retroacció** (els intermediaris condicionen la producció) o **elements transversals** (la creació del valor cultural en tots els segments de la cadena: creadors, intermediaris, receptors).

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Una cadena de cooperació: producció i distribució**

- A partir de la guia que suposa la perspectiva de considerar l'activitat artística com una cadena de cooperació, Becker procedeix a diferenciar facetes essencials de l'activitat artística. Distingeix així:
  - Una esfera de producció amb diferents fases d'elaboració.
  - Una esfera de distribució que aporta uns recursos estables.

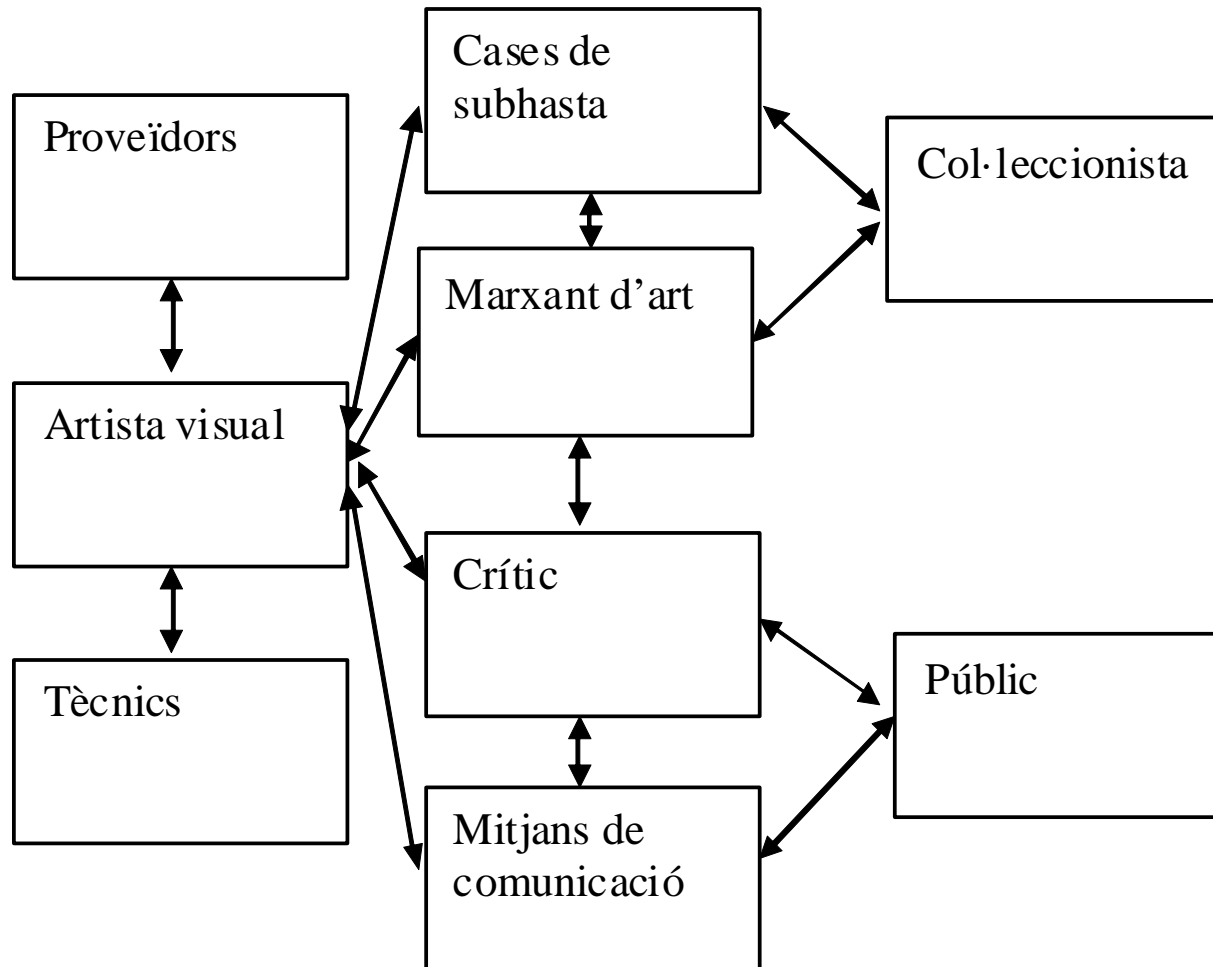


---

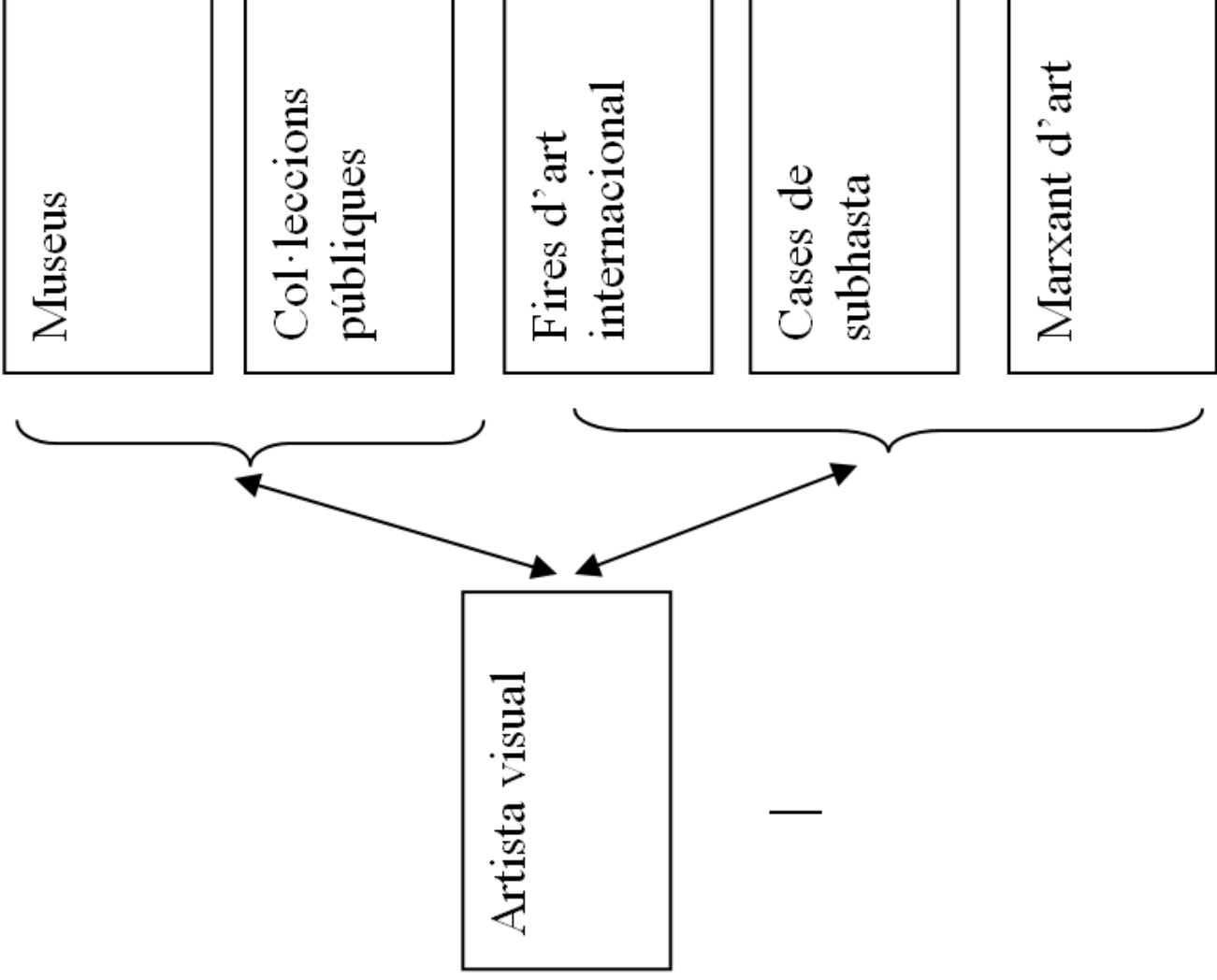
# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Aportacions del model del món artístic (2)**
  - La noció de món artístic com a cadena cooperativa ens permet observar les diferències i evolucions entre diferents etapes de l'organització de l'activitat artística. Per exemple, arts visuals:
    - Esquema sistema marxant-crític (des de mitjan s. XIX – fins als anys 70 del s. XX)
    - Esquema actual (a partir dels anys 80 del segle XX):

*Creació -- Producció -- Distribució -- Consum*





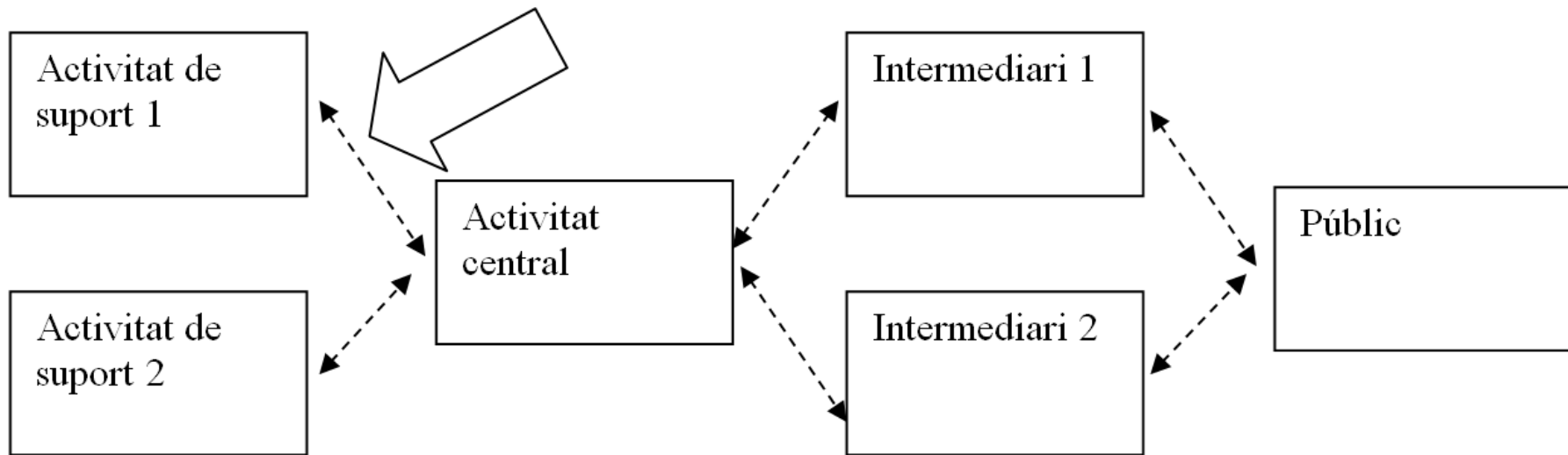


---

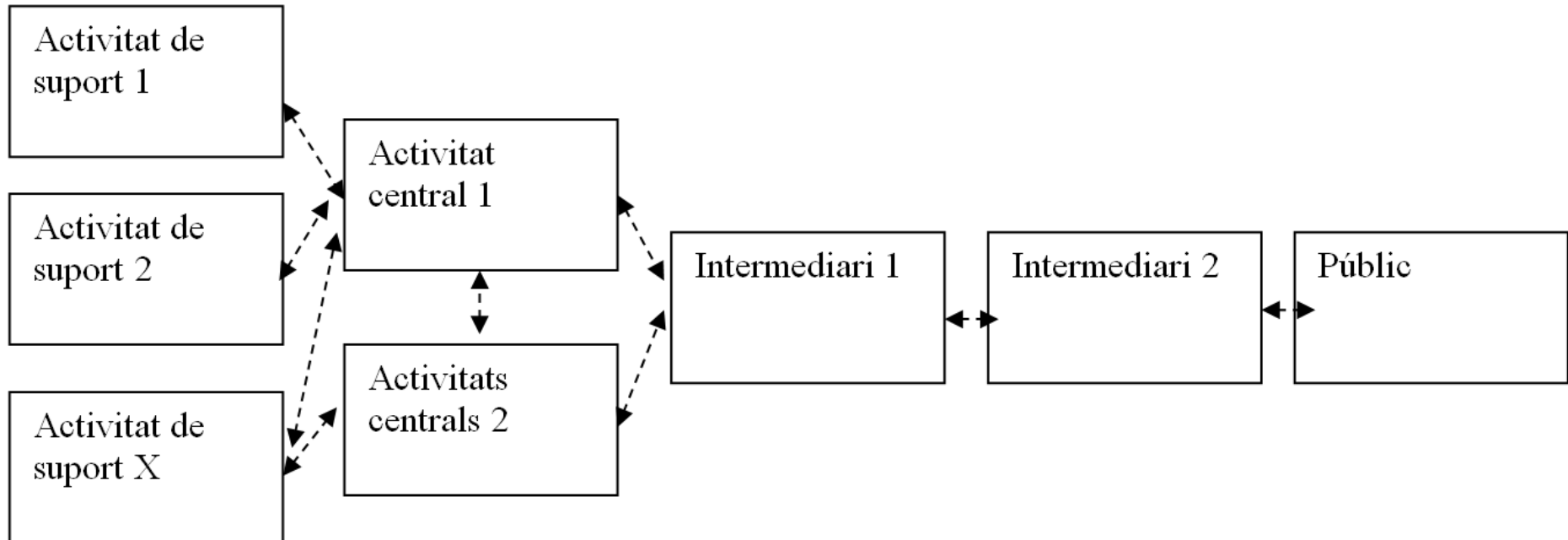
# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Aportacions del model del món artístic (3)**
  - El model de món artístic ens permet per la seua mal·leabilitat de l'esquema d'anàlisi analitzar la variant complexitat dels mons artístics en un moment històric donat i els canvis en els patrons de cooperació. Ens permet analitzar en quines baules de la cadena es considera que hi ha creació i observar canvis de posició, centralitat i rol d'una baula.
    - Per exemple: rol del DJ / el rol del gestor cultural i la seua nova importància dins el sector musical.
    - Per exemple: El sector del cinema. Importància de les activitats de suport, pluralitat d'autories i domini dels canals de distribució (distribuïdors i debilitat dels exhibidors).

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball



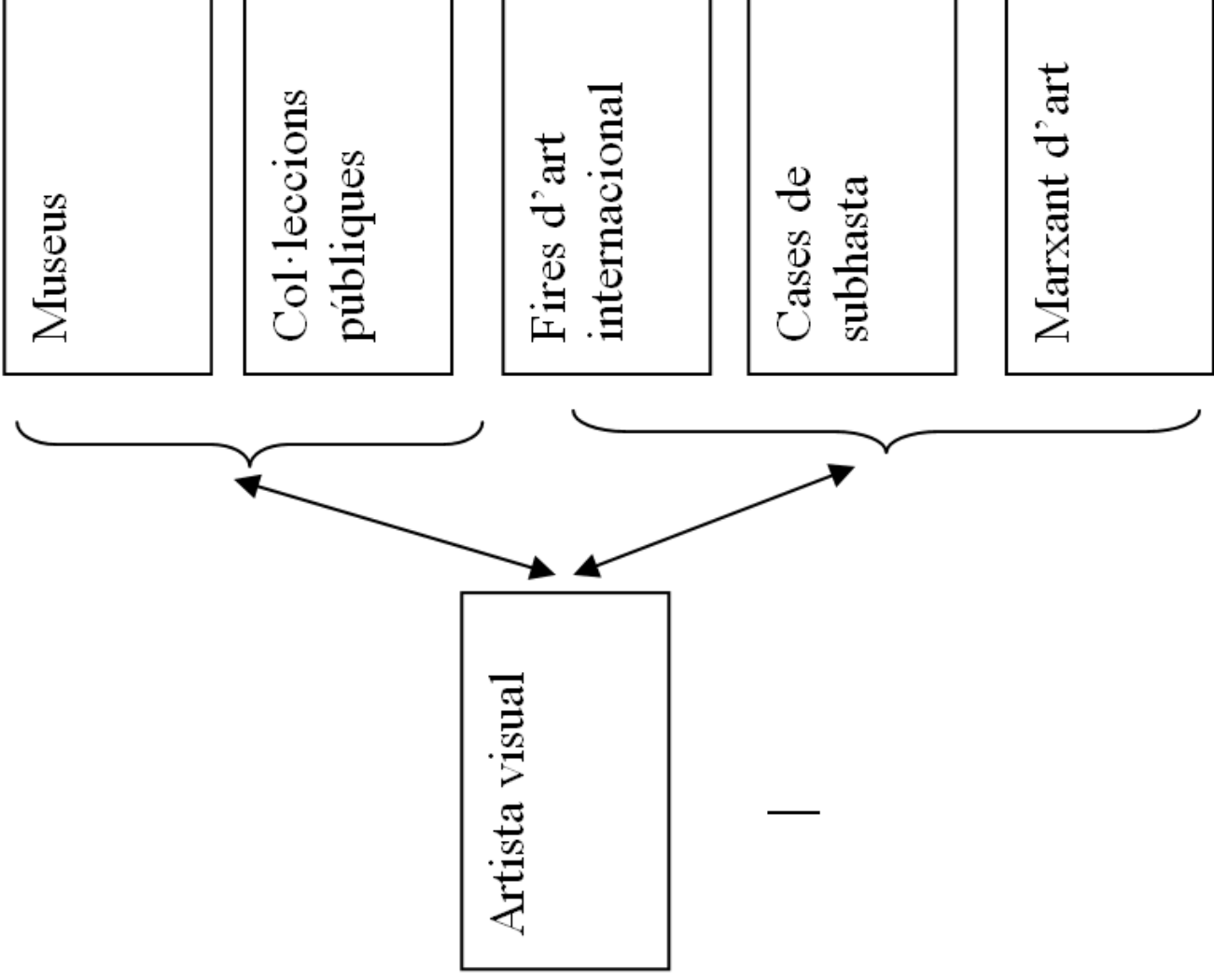
# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball



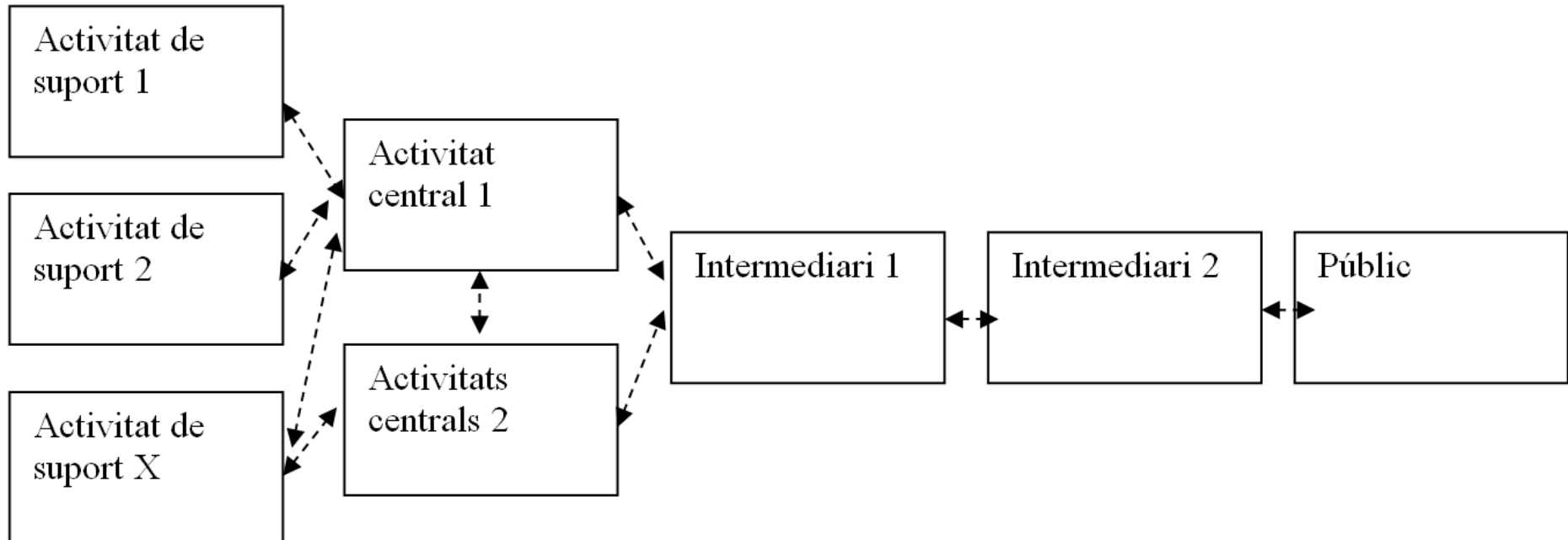
---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Aportacions del model del món artístic (4)**
  - El model de Becker aporta una bona perspectiva per a contrastar els diversos sectors culturals: la perspectiva de la cadena de producció cultural. En cada sector la dinàmica de producció ve donada per l'estructura de la cadena (definició d'elements; el seu nombre, envergadura, relacions de poder, la configuració de les articulacions), que depèn, per a començar, de la naturalesa del bé produït, les regulacions legals, dels contextos institucionals que l'envolten i de les convencions que la defineixen.
    - Per exemple: comparació sistema arts visuals amb sistema cinema:



# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball



---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

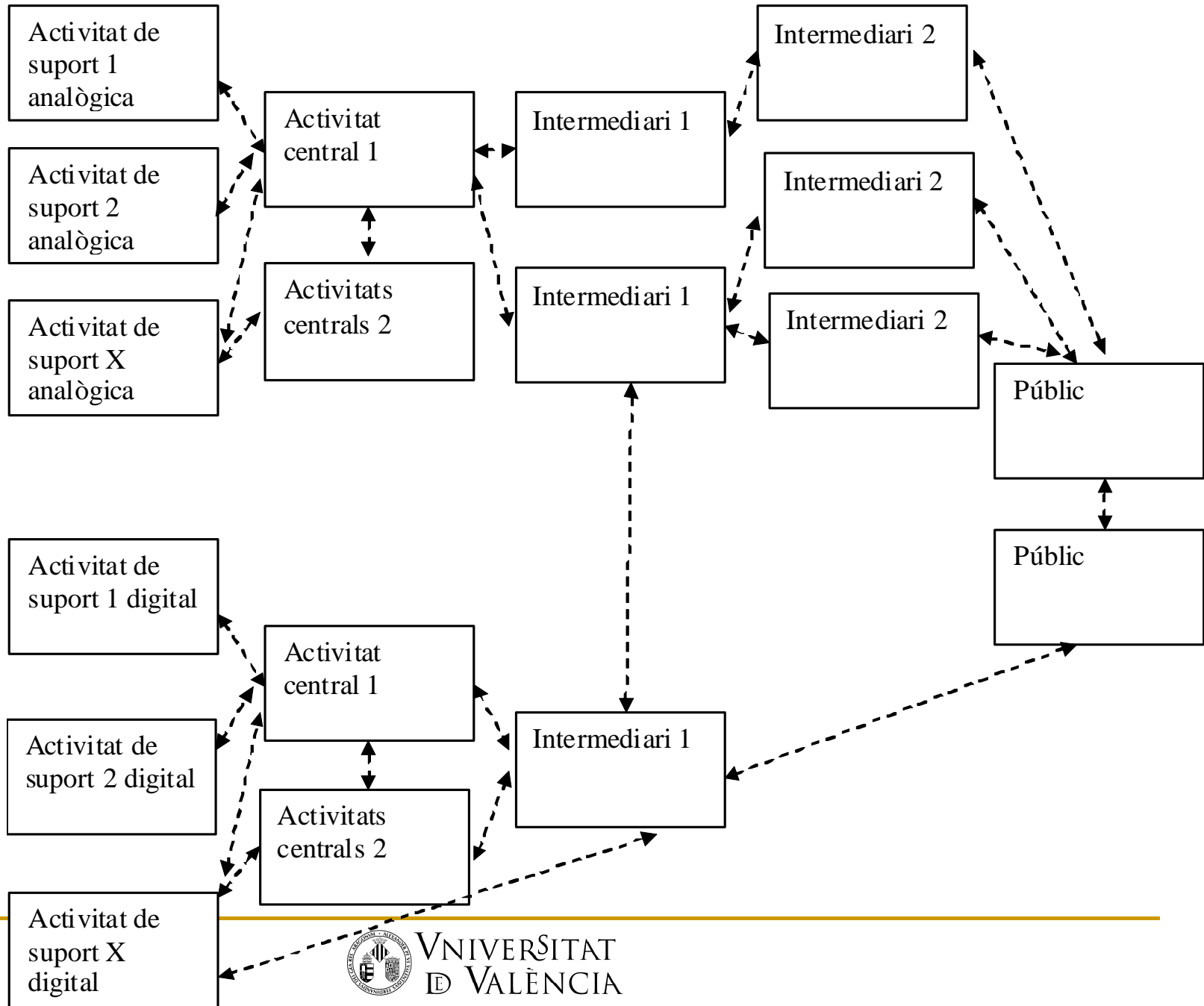
- **Aportacions del model del món artístic (4)**
  - Comparació del sistema arts visuals amb el sistema cinema:
    - Arts visuals: hi ha una forta tradició institucionalitzada, font d'autoritat per als creadors, que són protegits per l'Estat, amb el valor concentrat en l'autoria, una divisió petita del treball, possible accés directe a la clientela i debilitat dels intermediaris tradicionals. Sistema desequilibrat, però, per la importància de nous distribuïdors (cases de subhasta i fires internacionals).
    - Indústria editorial: hi ha una major asimetria creador / productor, hi ha autories secundàries (traductor), el productor no es relaciona directament amb els consumidors, cosa que li permet tenir una dimensió més gran que el creador, els mitjans de comunicació tenen més importància.



---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Aportacions del model del món artístic (5a)**
  - L'anàlisi des d'aquesta perspectiva té múltiples potencialitats:
    - L'anàlisi de la integració de tots aquests elements i dimensions donaria lloc a un mapa organitzacional del sector.
    - Permet avaluar estratègicament un projecte o l'actuació d'una institució.
    - Permet avaluar la seua dinàmica i les seues problemàtiques, com per exemple els nous fenòmens derivats de la convivència de dos modes de producció-distribució, el tradicional i el digital.



---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

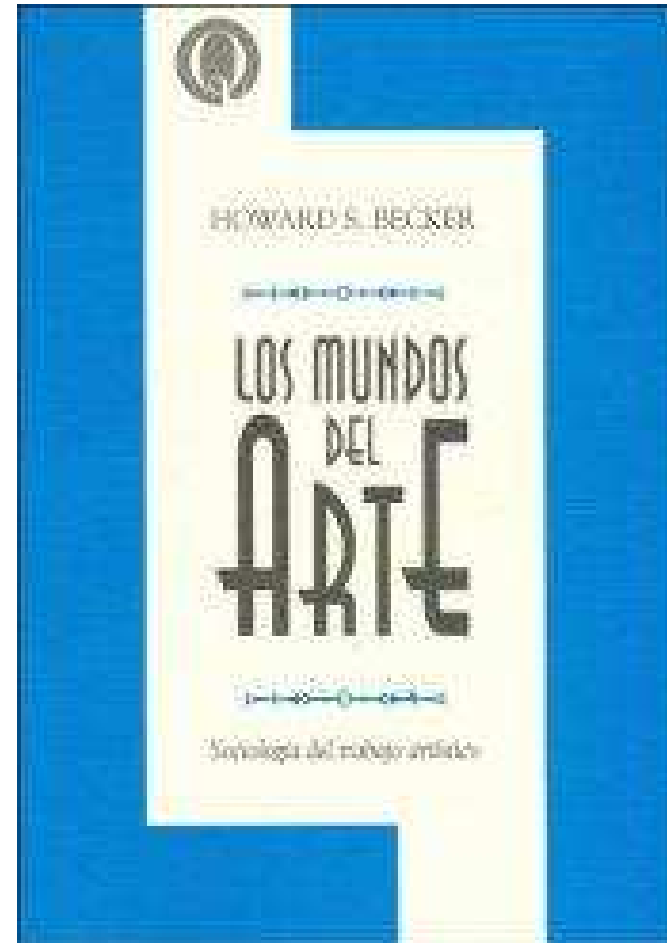
## ■ Aportacions del model del món artístic (5b)

- Actualment, el món digital està creant circuits diferenciats de producció i distribució que de moment conviuen. No obstant això, el canal digital està sent copat per grans companyies tecnològiques i no per les editorials o discogràfiques.
- En el cas de l'edició:
  - Aquestes faciliten l'autoedició als autors novells, prescindint del rol de *gatekeeper* dels editors.
  - Possibiliten l'aparició d'una crítica amateur (o mercenària) i d'uns algoritmes de recomanació que debilita el rol de la crítica tradicional i el rol de prescriptors dels llibreters.
  - Les tecnològiques exerceixen alhora el paper de distribuïdor i controlen el 75% de la distribució a Europa i el 90% als EUA, cosa que amenaça de convertir-se en un monopoli.
  - Per això a França s'ha implantat una llei que prohibeix a Amazon fer descomptes en els enviaments, com un factor de protecció dels llibreters.

---

# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

- **Per a saber-ne més:**
  
- Howard S. Becker, *Los mundos del arte*



# L'organització de l'activitat artística: la creació com a treball

## ACTIVITAT

- Visionament del documental *SoundBreaking*, un documental de so publicat el 2016. Aquest documental narra, al llarg de 8 episodis, diferents facetes que han influït en el desenvolupament de la música a escala internacional. Explica les tècniques, els successos i les tendències que han marcat el camí a seguir de l'escena musical a escala mundial generant el que vivim avui dia.
  - Capítol 1: L'art de gravar. Tècnics de so, destresa creativa i tècnica. La seua tasca no era només la de treballar amb el músic, també la d'entendre i comprendre el que aquest volia expressar.
  - Capítol 2: Pintar amb so. Els artistes van decidir utilitzar les eines que proporcionava l'estudi de gravació, no només per a plasmar la música que tocaven, també per a crear nous sons, ritmes, etc.
- Elements per a treballar: cooperació i conflicte entre creadors i tècnics. Frontera difusa en el procés creatiu. La qüestió de l'autoria del treball artístic. L'ús de la tècnica per a la creació i canvi artístic.



---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura: modernitat, postmodernitat i cultura**

### **2.4. Les professions culturals i creatives**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# Les professions culturals i creatives

- **Professions culturals: un sector en expansió i diversificat**
  - L'ocupació cultural és un sector en expansió en la societat de la cultura, si prenem com a punt de referència des dels anys vuitanta: l'expansió dels sectors culturals, la importància econòmica de les indústries culturals, l'aparició de nous mitjans (audiovisual, Internet, multimèdia, videojocs, etc.), una expansió del patrimoni (museus, parcs naturals, patrimoni arquitectònic, memòria històrica) i de l'oci i el turisme cultural. Per tant, les ocupacions culturals són molt variades segons les funcions (creació, valoració, intermediació, transmissió) o segons els sectors i les àrees d'activitat.
  - Qui forma part de les professions artístiques i quines característiques té? No és fàcil respondre perquè una de les característiques de les professions artístiques i creatives és l'absència de barreres a l'entrada en la professió, per la definició ancorada en el geni o el talent i no en les competències tècniques. És l'anomia institucionalitzada segons Bourdieu. No hi ha una manera de ser artista ni una llista d'artistes...

---

# Les professions culturals i creatives

- **Algunes característiques comunes de les professions culturals i creatives (1)**
  - La seua borrosa caracterització com a rol social i com a professió (Eliot Freidson). No s'assembla a les professions (monopoli d'activitat, credencialisme, mercat) ni tampoc a les professions humanístiques que no obtenen ingressos de la seua activitat sinó d'altres funcions, normalment dependents de l'ensenyament.
  - La figura social de l'artista és peculiar: la seua condició està a mig camí de la del professional independent, la de l'empresari o la del treballador precari. Alhora s'hi barregen les imatges idealitzades de la bohèmia i l'absència aparent de barreres entre treball i oci en el treball creatiu.
  - Des de la perspectiva humanista el treball creatiu és el regne de l'excepcionalitat i l'individualisme. Per contra, la perspectiva sociològica insisteix en la construcció social de la categoria d'artista, la rutinització de tasques i la cooperació amb altres persones. No obstant això, també reconeix que és un estatus social especial que dóna dret a atenció i privilegis.



---

# Les professions culturals i creatives

- **Algunes característiques comunes de les professions culturals i creatives (2)**
  - Particular valoració social que es fa d'aquesta (com a creació i no com a treball). La modernitat ha polaritzat les formes d'ocupació (Arendt):
    - "Treball" (*labour*, model industrial): treball no especialitzat, abstracte, alienat, maquinal, sense desenvolupament de carrera, sense identitat.
    - "Creació" (*work*, model ideal del desenvolupament humà, Marx): treball especialitzat, lliurement emprès i realitzat, purament expressiu, defineix la identitat i es desenvolupa biogràficament.
  - Característiques del treball creatiu (Menger): 1) incertesa endògena i incertesa estratègica del treball creatiu, 2) individualització de les tasques i carreres, 3) flexibilitat del treball en equip, 4) concentració de les professions, 5) les dimensions monetàries i no monetàries són inseparables, 6) factors d'èxit més indeterminats. Paradoxa: "vida dura" d'artista / molts aspirants a ser-ho... El treball artístic convertit en un ideal professional i no en una excepció.

---

# Les professions culturals i creatives

## ■ **Contradicció de la figura demiúrgica i la condició del treball artístic**

- El treball artístic es presenta com a model i treball no alineat. No obstant això, el règim individualista de creació propi de la modernitat (concepció demiúrgica del creador) comporta una contradicció en els seus termes: és entesa com la màxima via per a la realització personal, però la majoria no poden compatibilitzar individualisme, autonomia i autorealització.
- En l'antic règim o en el sistema acadèmic els artistes formaven part d'un règim holista de l'art: l'originalitat de les solucions trobades als problemes de l'art és col·lectiva. Els artistes que intenten singularitzar-se es veuen en gran mesura abocats a la imitació impotent de les fórmules innovadores.
  - Esdevenen els “*singes* de l'art” amb l'autoodi que això comporta i en admiració alienadora davant els seus col·legues de professió (Vincent Descombes).
  - L'adopció del nou capitalisme d'aquest model de treball pot comportar extensió d'aquesta problemàtica?

---

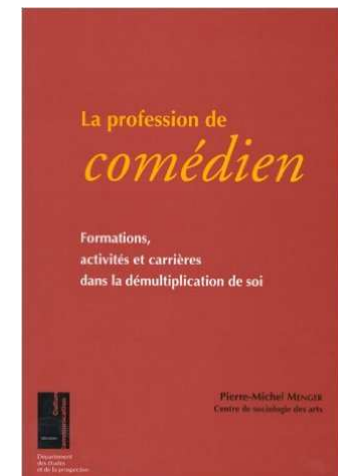
# Les professions culturals i creatives

- **La lògica d'institucionalització / desinstitucionalització de les ocupacions considerades creatives**
  - Condició d'autor associada al seu treball: treball inalienable —es ven l'objecte però no l'autoria, p. ex. cas del col·leccionista que destrueix una obra—, remuneració per drets —*droit d'auteur, copyright*.
  - Obligada obertura del col·lectiu professional. Definició de l'artista per “autodefinició” (sancionada per la UNESCO) i impossibilitat de definir un col·legi professional o sindicat (a excepció en alguns casos de la indústria cinematogràfica als EUA).
  - Hi ha, per tant, una problemàtica en la definició de l'artista: de l'ofici tècnic a la concepció demiúrgica, s'opera un desdibuixament de les fronteres. Excepcions:
    - Existència de control estatal als països de socialisme d'Estat (carnet d'artista)
    - En alguns països encara persisteixen figures professionals certificades (*comissaire-priseur*, bibliotecari, restaurador).
    - Estatus d'artista en el model nòrdic d'Estat del benestar.
    - Estatut de treballador creatiu intermitent a França.

# Les professions culturals i creatives

## ■ Qui són i com són els treballadors creatius?

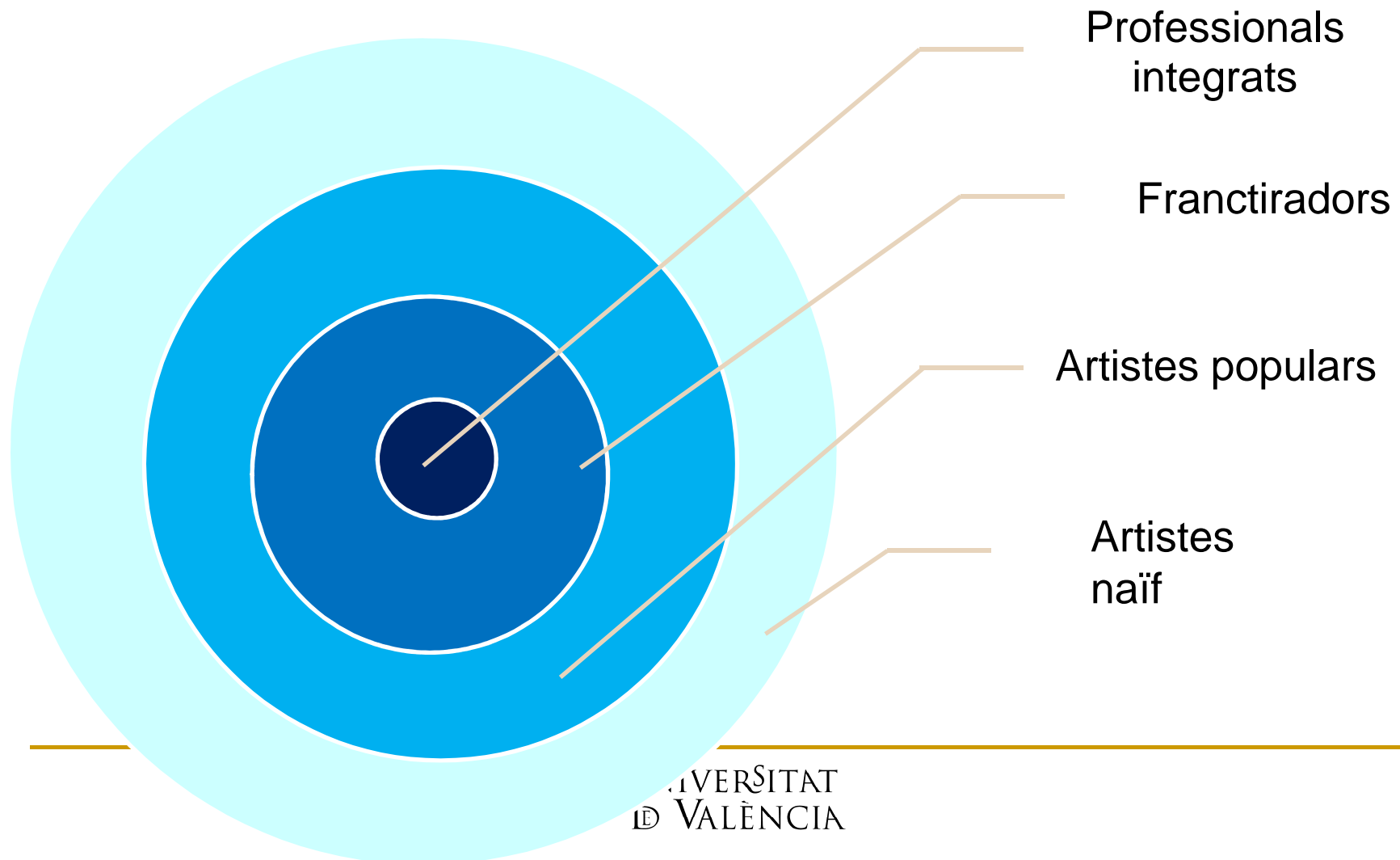
- Es pot fer una sociografia dels artistes atenent les variables demogràfiques habituals: sobrerepresentació de fills de classes altes i mitjanes i dels nascuts a les grans ciutats, encara que també hi ha fills de classes baixes i estrangers en l'elit artística. Abundància de joves i dones aspirants, però menys a l'elit, on predominen els homes madurs (naturalment aquestes dades varien amb el temps i el sector considerat).
- Les dades socioeconòmiques són poc fiables, ja que no es pot definir els artistes per un estatut professional o un nivell d'ingressos, que solen ser diversos (multiprofessionalitat, multiactivitat, drets d'autor, premis-beques, etc.). Excepcions són els treballs de Moulin sobre artistes o Menger sobre actors. Una de les conclusions és la piràmide de reconeixements i remuneracions amb una elit molt petita que acumula gran part d'aquestes. Una secció d'artistes professionals relativament petita i una gran base d'aspirants o *outsiders*.





# Les professions culturals i creatives

Segmentació dels artistes segons H. Becker (1984)



# Les professions culturals i creatives

- **Els quatre tipus d'artistes segons Howard Becker (1)**
  - D'acord amb els diferents tipus de treball i patrons de carrera artística, Becker construeix diferents tipus d'artistes:
    - Els professionals integrats (*integrated professionals*): encaixen amb les convencions i els cànons sostinguts per les organitzacions. Amb una bona educació i habilitats tècniques desenvolupades, comparteixen les tradicions.
    - Franctiradors o dissidents (*mavericks*): rebels innovadors contra el "sistema". Comencen com a novicis convencionals però deliberadament violen les normes del món de l'art. Desenvolupen noves tècniques i sistemes alternatius de distribució, però no perden totalment el contacte amb el món de l'art. Utilitzen el llenguatge propi d'aquest món.



Copyright Liberation Front's Bill Drummond at the "Brit Awards", 1993

# Les professions culturals i creatives

## ■ Els quatre tipus d'artistes segons Howard Becker (2)

- Els artistes populars (*folk art*): relacionats amb comunitats de pràctiques. L'art respon a necessitats o és part d'activitats quotidianes. Segueix les convencions estètiques, utilitzant les tècniques establertes, encara que poden innovar estèticament (Cf. Quilts). Sovint formen part d'una comunitat ben organitzada, amb una formació informal, però no tenen reconeixement oficial.
- Art naïf (*naïve art*): considerat com a art "primitiu", "de les arrels", "espontani". Es tracta d'un art idiosincràtic, d'una persona singular. També s'hi considera l'art o bé de nens o bé de persones considerades boges. No segueix les convencions, sovint les persones són autodidactes. No mantenen un contacte amb el món de l'art, tot i que s'ha donat el cas d'artistes naïf que han acabat reconeguts en el món de l'art professional.



Mostra de Quilts



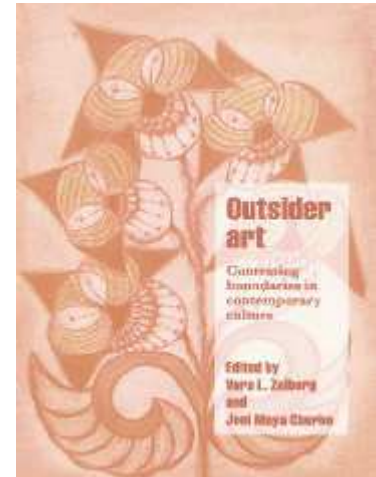
Maud Lewis  
artista naïf



# Les professions culturals i creatives

## ■ L'art *outsider* i la sociologia

- La sociologia ha mostrat un especial interès per l'art en els marges o fora de la consideració del camp artístic, especialment als EUA. Es tracta d'un objecte d'estudi que la història de l'art havia deixat de banda (excepte manifestacions individuals o com a corrent: Douanier Rousseau, Dubuffet, art brut, etc.).
- En alguns casos la integració en el mercat de l'art ha estat meteòric com és el cas de Jean-Michel Basquiat, que va passar de pintar grafitis al carrer a ser part de l'elit artística.
- No obstant això, aquest no sol ser una trajectòria usual i hi ha barreres socials i culturals que diferencien aquests dos mons: l'exposició sobre el grafiti en els anys setanta no va comportar una entrada en el mercat de l'art (Cf. documental Banksy).



Vera Zolberg,  
Outsider art

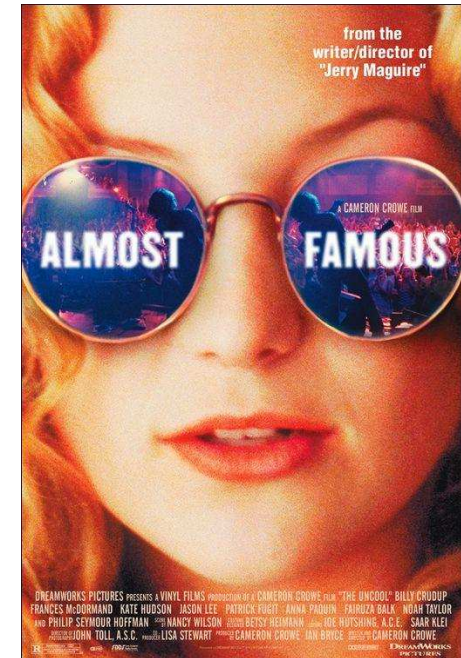


Jean-Michel  
Basquiat, *Cap*,  
1982

# Les professions culturals i creatives

## ■ “Trop d’artistes”: molts aspirants i pocs professionals

- El col·lectiu artístic (i per extensió cultural) es caracteritza així des del segle XIX perquè hi ha molts aspirants i pocs professionals “a temps complet” (situació tradicionalment atribuïda a una manca d’educació cultural que limita la demanda, però es tracta d’una situació estructural) que explica el discurs de l’excés d’artistes (*trop d’artistes*).
- En general, sol haver-hi una gran proporció d’amateurs aspirants a la professionalització (la diferenciació entre pràctica amateur i pràctica professional és imprecisa: pot haver un contínuum de situacions, p. ex. grups de rock).
- Les fronteres de la pràctica professional també són imprecises respecte a tot tipus de pràctiques artístiques “marginals”, des de l’art “ètnic” a l’art produït per malalts mentals: tot es pot arribar a integrar...



# Les professions culturals i creatives

- **Màxima disparitat de remuneracions i reconeixements**
  - Remuneracions: estructura “winner takes all” semblant a una loteria. Piràmide amb petit cim amb altes remuneracions i gran base amb remuneracions per sota de les professions qualificades.
    - Per altra banda, actualment assistim al sorgiment d’uns artistes-precaris: p. ex. a França les mobilitzacions dels artistes contra la retallada a la seguretat social, o bé actualment amb la crisi, assistim a un procés de desprofessionalització amb el sorgiment del microteatre (teatre amb un preu d’entrada voluntari o per sota del preu de cost).
  - Bohèmia, conegut pel seu “estil de vida”. Sociològicament és un fenomen estructural al sorgiment de la modernitat artística.
    - El jove bohemí és un aspirant a la consagració, però a mesura que passen els anys... (Gettin’ old, Gettin’ grey...).



Damien Hirst, The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living (1991)



Mobilitzacions d'artistes intermitents a França

---

# Les professions culturals i creatives

- **Patrons de carrera, incertesa i gestió del risc (1)**
  - No hi ha models oficials de carrera, només canviants patrons socials de referència (l'ordre intern de l'espai professional és molt més imprecís i canviant que el d'altres ocupacions). El que produeix la desprofessionalització i la incertesa de la “vida d'artista”. En el cas de les professions artístiques, l'eliminació de la barrera social de la competència entre el profà i l'especialista (discurs, llicència, escola) ha suposat:
    - La negació de qualsevol idea de cànon normatiu. Així, hi ha un saber específic, però no està delimitat ni és universalment reconegut.
    - La negació del currículum formatiu acadèmic en si com a font de valor. No hi ha una obligada credencial oficial.
    - La negació del sistema acadèmic de regulació professional. No hi ha una organització col·legial que regule l'exercici de l'activitat.
  - L'interès de l'Estat pels artistes (la seua implicació en la cultura) ha suposat un cert contrapès a l'acció del mercat (socialització del risc artístic):
    - Noves fonts de remuneració: lloguer d'obres, honoraris per encàrrecs d'activitats, activitats remunerades en l'ensenyament no reglat i l'animació cultural, contractes d'"investigació".
    - En alguns països, règims especials d'atur i seguretat social.

---

# Les professions culturals i creatives

## ■ Patrons de carrera, incertesa i gestió del risc (2)

- Incertesa sobre el propi talent: en etapes primerenques de la carrera artística no és possible conèixer si s'aconseguirà l'èxit en la carrera artística, ni tan sols si s'aconseguirà entrar dins el mercat professional. Això provoca que:

- Els artistes tendisquen a buscar el contacte amb els seus iguals (*pairs*) per a ajudar-se en les etapes inicials i alhora per a comparar els talents i els èxits els uns amb els altres.
- És molt important alhora trobar un mercat dinàmic que els permeta aprendre amb la pràctica (*sur le tas*) per a anar provant el seu talent i progressant en la seua carrera artística.
- Alhora necessiten diversos treballs en universos para-artístics (ensenyament o oficis artesanals) o bé treballs flexibles per a poder tenir ingressos més segurs que els permeten mantenir-se en el mercat artístic sense dependre'n exclusivament.
- Finalment, la participació en diversos projectes (sempre incerts) augmenta la possibilitat d'èxit alhora que permet una gestió del risc tipus cartera d'inversions amb apostes més arriscades i apostes més segures (p. ex. teatre d'avantguarda i film televisiu).

# Les professions culturals i creatives

- **Indefinició de les fronteres de l'art i condicions professionals**
  - Aquesta inexistència d'una delimitació de les fronteres professionals té conseqüències importants en l'àmbit pràctic i socioeconòmic.
  - Aspectes positius:
    - Major obertura en la base a aspirants de tot tipus (amb estudis i sense, amb credencials i sense, amb un capital inicial i sense).
    - L'èxit en el camp artístic no ve predeterminat per una posició o origen social previ. Les primeres avantguardes són una demostració que poden arribar al cim individus provinents de països pobres o perifèrics en el camp artístic (Picasso).
  - Aspectes negatius:
    - Dificultat per a definir els que tenen dret a rebre subsidis en el cas de pertànyer a una professió creativa. En alguns països, però, s'han establert una seguretat social específica o una assegurança d'atur d'intermitents de l'espectacle (polèmica per la seua reforma).
    - Existència d'un mercat laboral precari de treball per projectes o hores.
    - Protecció sindical gairebé inexistent en alguns sectors i dificultats per a mantenir un estatut d'autònom (formació cooperatives fiscals).



# Les professions culturals i creatives

- **Les professions creatives: situacions paradoxals de centralitat i declivi professional**
  - En la realitat actual conflueixen processos contradictoris de desprofessionalització i de reprofessionalització. Podem veure-ho en el cas dels traductors, dels gestors culturals i especialment dels fotògrafs.
  - Avui en dia el perfil ocupacional del productor cultural s'ha fet més ambigu, els seus trets més específics s'han difós per tota la societat com és el cas paradoxal de la fotografia.
    - Hi ha una valoració de la creativitat lligada a la personalitat en què les xarxes socials han esdevingut uns aparadors per excel·lència.
    - S'ha produït un esfondrament del mercat professional de la fotografia lligat a la crisi del periodisme i al DIY.
    - Els fotògrafs professionals (o amb voluntat de ser-ho) es debaten entre no mostrar el seu treball a la xarxa pel perill de la banalització i el pirateig i la necessitat de promoure el seu treball a través de l'eina que dóna més possibilitats per a fer-ho).
    - L'economia dels drets d'autor ha tingut un creixement, però està fortament amenaçada pel pirateig i les empreses tecnològiques.



# Les professions culturels i creatives

- **Per a saber-ne més:**
- Pierre-Michel Menger, *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*

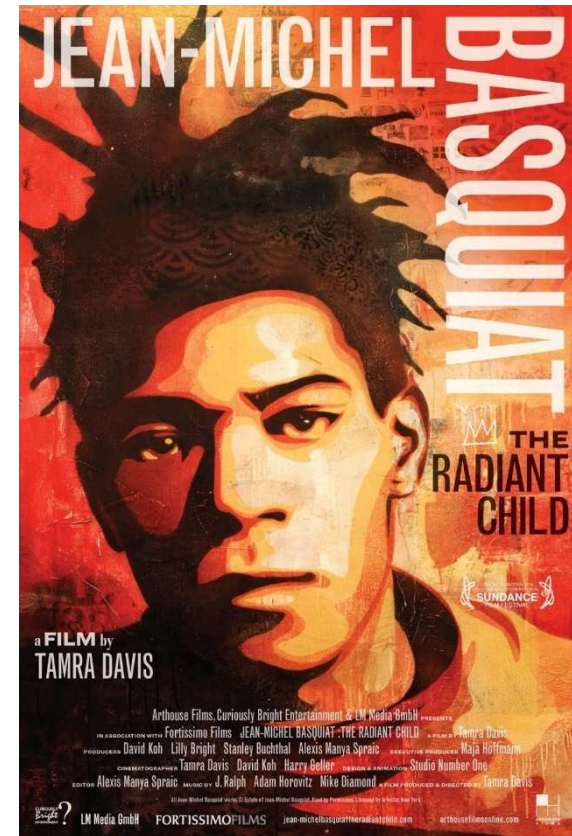




# Les professions culturals i creatives

## ACTIVITAT

- Visionament del documental *Jean-Michel Basquiat. The radiant child*. Dirigit per Tamra Davis, estrenat el 2010. Està basat en una entrevista personal amb l'artista el 1985 i amb entrevistes posteriors amb persones que el varen conèixer.
- Temes a treballar:
  - Des del punt de vista de Becker, quin tipus d'artista era Jean-Michel Basquiat en els seus orígens i al llarg de la seua carrera?
  - Com es construeix el seu estatus d'artista i quina és la seua entrada en el camp artístic?
  - Quina és la influència de les persones amb les quals coopera en el seu treball artístic?
  - Com és rebut i valorat inicialment i durant la seua carrera el seu treball en relació al seu origen social i ètnic?



---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura: modernitat, postmodernitat i cultura**

### **2.5. Les indústries culturals i creatives**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# Les indústries culturals i creatives

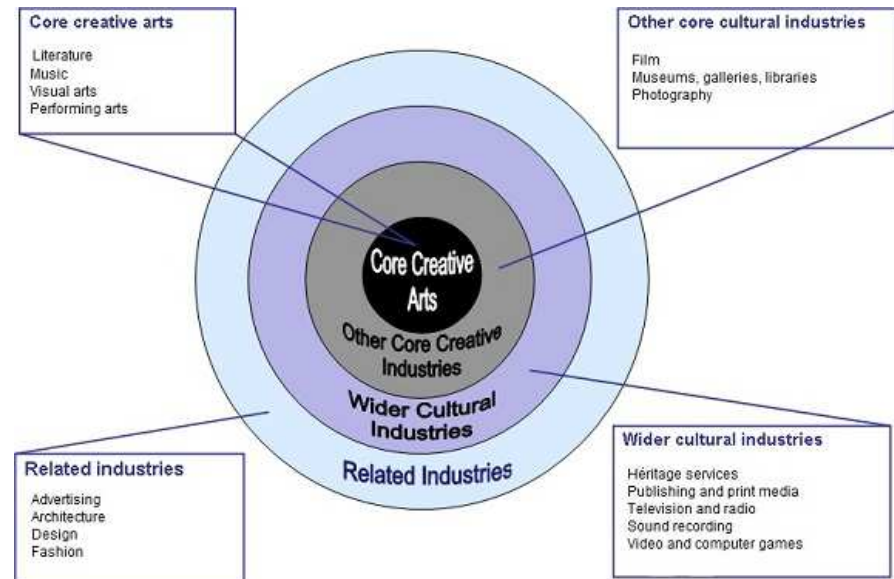
## ■ De la indústria cultural a les indústries culturals

- El terme sorgeix en els anys quaranta i és creat per Adorno i Horkheimer en *La dialèctica de la Il·lustració (Dialectic of Enlightenment)*. S'utilitza en singular per a designar valorativament la cultura vehiculada per les grans corporacions, la cultura de masses o la instrumentalització d'aquesta per part de l'Estat. La seua és una perspectiva de la teoria social més que d'una sociologia científica.
- El concepte és modificat per la sociologia francesa (Morin, Miège i altres) amb la denominació *industries culturelles* en els anys seixanta amb una valoració més ambivalent i ponderada. Posteriorment el terme és adoptat per instàncies internacionals, com la UNESCO que el divulguen (Conferència de 1980 a Montreal). El terme perd connotació negativa i guanya amplitud. S'estableix la idea en plural —indústries culturals— en el sentit que cada sector és diferent dels altres (p. ex. edició i música, tenen semblances però també diferències).

# Les indústries culturals i creatives

## ■ Definició de la noció d'indústries culturals

- Continua havent-hi un debat sobre la seua definició establerta en termes de sectors dirigits a la producció de significat social (Hirsch). No obstant això, aquesta idea és criticada per la seua vaguetat. Malgrat tot, és utilitzada de manera creixent i generalitzada per àmbits acadèmics i de la gestió pública.
- Throsby defensa que existeixen uns sectors nuclears (*core*) i uns sectors perifèrics (*peripheral*). Els sectors nuclears serien: literatura, música, arts visuals i arts escèniques. En relació a aquests, s'ampliarà a altres sectors culturals, una visió àmplia de la IC i indústries culturals relacionades.



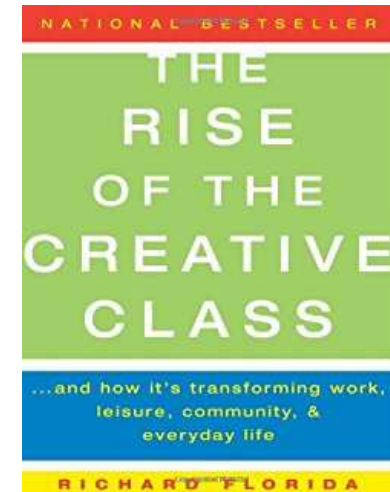
---

# Les indústries culturals i creatives

- **De la indústria cultural (IC) a les indústries culturals i creatives (ICC)**
  - Aquesta idea també en els anys noranta s'amplia (Austràlia primer, després el Nou Laborisme britànic) amb la idea d'incloure-hi tots els sectors creatius, i per això guanya pes la denominació d'indústries creatives.
  - Aquest canvi de denominació corre paral·lel a un creixent interès per part dels economistes i els gestors públics per les indústries creatives com a font de generació de riquesa, com a sector empresarial, d'exportacions, de turisme i de nous jaciments de llocs de treball.
  - Algunes característiques comunes de les indústries culturals són:
    - 1) La gran inestabilitat del mercat en la producció i el consum, que el converteixen en un *risky business*.
    - 2) Els alts costos de producció i els baixos costos de reproducció (excepte les arts de l'espectacle).
    - 3) El seu caràcter de béns semipúblics i la necessitat de restringir l'oferta (*artificial scarcity*).

# Les indústries culturals i creatives

- **Les promeses de les ICC, mite o realitat?**
  - Especialment a partir dels anys 2000 i sota la influència de l'obra de Richard Florida, *The Rise of the Creative Class* (2002) s'han generat unes grans expectatives dels impactes a curt i llarg termini de les ICC. Algunes es revelen potencialment interessants i altres infundades.
  - Entre les tesis més rellevants hi ha la capacitat de les ICC d'atraure talent extern i d'impregnar l'economia regional i urbana d'un major nivell d'innovació o segell distintiu com es proposa mostrar Elisabeth Currid en *The Warhol Economy*.
  - Alhora s'estan revelant algunes conseqüències en termes del patró de relacions laborals de les ICC (flexibilització, precarització) o conseqüències sobre l'espai urbà (dualització, gentrificació) que han generat un creixent corrent de criticisme.



---

# Les indústries culturals i creatives

## ■ El model de les sis facetes en la producció cultural (1)

- El canvi en les indústries culturals s'explica per sis facetes: tecnologia, llei i regulacions, estructura de la indústria, estructura organitzativa, carrera professional i mercat. La primera vegada que va ser utilitzat el model va ser el 1990 en l'article *Why 1955? Explaining the advent of rock music*.

### 1. Tecnologia

- La tecnologia proporciona les eines amb què les persones i les institucions augmenten les seues habilitats per a comunicar, i canvis en la tecnologia de la comunicació desestabilitzen profundament i creen noves oportunitats per a l'art i la cultura.

### 2. Lleis i regulacions

- Les lleis i les regulacions creen les normes de base que conformen com es desenvolupen els camps creatius. Especial influència tenen els canvis en les lleis de dret d'autor/copyright i la regulació de la propietat de les indústries culturals/mitjans de comunicació.

---

# Les indústries culturals i creatives

## ■ El model de les sis facetes del canvi en la producció cultural (2)

### 3. *Estructura de la indústria*

- Els camps industrials de la cultura tendeixen a configurar-se al voltant de les noves tecnologies, l'evolució de les regulacions legals, els nous mercats en un procés identificat com a “institucionalització” (DiMaggio & Powell).
- Les indústries creatives tendeixen a estar estructurades de tres formes:
  - a) pot haver-hi moltes petites empreses en competència que produeixen una diversitat de productes;
  - b) poques empreses integrades verticalment que produeixen pocs productes estandarditzats; i
  - c) un sistema oligàrquic compost per unes divisions adreçades a un nínxol de mercat i, al costat, petites empreses especialitzades en la innovació.



---

# Les indústries culturals i creatives

## ■ El model de les sis facetes del canvi en la producció cultural (3)

### 4. *Estructura organitzativa*

- Tres formes són característiques de la indústria cultural:
  - a) una forma burocràtica amb una clara divisió del treball i molts nivells en el sistema de comandament compromesa amb una continuïtat organitzativa;
  - b) una forma “emprenedora” sense una divisió del treball clara ni tampoc una jerarquia adreçada a l’èxit a curt termini; i
  - c) formes variades en què les grans empreses intenten combinar un control central amb uns serveis creatius mitjançant els contractes a curt termini.

### 5. *Estructures de carrera artística*

- La cultura és produïda a partir d’una activitat col·lectiva sostinguda. Per tant, cada sector desenvolupa un sistema de carrera i les xarxes de relació de treball desenvolupat pels treballadors de les indústries creatives produeixen el que podríem anomenar unes cultures de producció.

---

# Les indústries culturals i creatives

## ■ El model de les sis facetes del canvi en la producció cultural (4)

### 6. *Mercats*

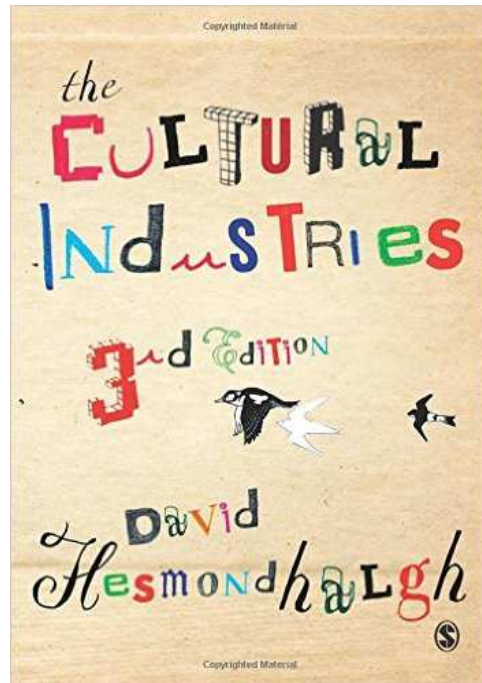
- Els mercats són construïts pels productors per a convertir els gustos dels consumidors en comprensibles. Com expliquen els White els mercats són el producte de les accions dels grups de productors que interactuen i observen els intents dels altres de satisfer els gustos dels consumidors. També cal entendre que els mercats es reconceptualitzen i canvien i que els indicadors del mercat (llistes d'oients, vendes, cotitzacions, etc.) fan variar al seu torn el mercat.

## ■ Crítiques de la perspectiva de la producció de la cultura

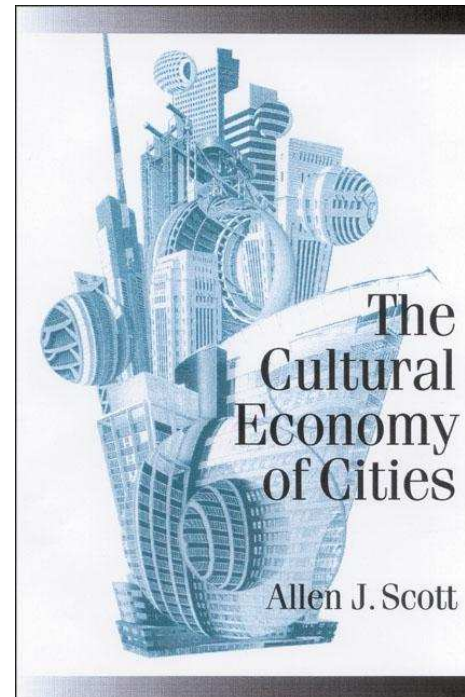
- Ignora o no posa tot l'accent en la "singularitat" de l'art i en els processos socials de construcció de les representacions i els valors.
- No analitza el rol dels fans i dels consumidors en la definició dels valors culturals.
- No analitza el sentit de les produccions culturals.
- No té en compte les relacions de poder.

# Les indústries culturals i creatives

- **Per a saber-ne més**
- David Hesmondalgh, *The Cultural Industries*



Allen J. Scott, *The Cultural Economy of Cities*



---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura: modernitat, postmodernitat i cultura**

### **2.6. El canvi dins els mons de l'art**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# El canvi dins dels mons de l'art

- **El canvi dins dels mons de l'art segons Howard Becker**
  - Les convencions exerceixen un rol d'estabilització i facilitador de les cooperacions dels mons artístics, sense les quals no seria possible l'exercici de les activitats artístiques. Convencions vol dir estabilitat, això no obstant, és evident que els mons artístics canvien.
  - Els mons de l'art pateixen transformacions contínuament, a vegades graduals o altres vegades de manera brutal. Els mons de l'art apareixen i d'altres envelleixen o desapareixen. Cap món de l'art es pot protegir per sempre de les formes del canvi, provinguen de l'exterior o bé de tensions internes.

---

# El canvi dins dels mons de l'art

## ■ L'organització del canvi artístic

- El canvi artístic té una dimensió organitzativa fonamental: els innovadors, quan no han elaborat un sistema apropiat de suport organitzatiu, no poden desenvolupar aquestes innovacions, queden aïllats del públic i no tenen seguidors que continuen amb la seua innovació. Això no ho podem veure en la història de l'art, ja que aquesta s'ocupa de les innovacions que han triomfat, de les innovacions que s'emporten una victòria institucional, que s'envolten de suficients partidaris per a cooperar regularment a produir aquella forma artística i promoure així les idees noves.
- Els mons de l'art poden canviar:
  - a) per canvis continus
  - b) per canvis revolucionaris
  - c) per la creació o desaparició de mons de l'art

---

# El canvi dins dels mons de l'art

- **Canvis progressius i imperceptibles en els mons artístics**
  - En els mons de l'art, els canvis en les pràctiques i les produccions són contínues, encara que només siga perquè és impossible d'executar dues obres de la mateixa manera, perquè els materials i el context són diferents o perquè les persones que cooperen actuen de manera diferent.
    - Si considerem que una tradició artística representa una cadena de solucions aportades a un problema comú, ens adonem que **tant les solucions com els problemes es transformen progressivament.**
    - D'altres innovacions **obliguen els participants a aprendre a fer les coses de manera diferent.** I aquells que no s'adapten a aquests petits canvis poden adonar-se un dia que no són capaços de fer el seu rol. I quan són sectors importants que s'adapten a aquests canvis es produeix un reajustament dels esquemes de cooperació.

---

# El canvi dins dels mons de l'art

- **Canvis revolucionaris en els mons de l'art**
  - Altres innovacions transformen els modes de cooperació habituals i donen lloc al que podem anomenar com a **revolucions** (canvis de paradigma). Aleshores, les persones no poden cooperar més com abans ni poden produir les obres com saben fer.
    - Quan s'imposen canvis revolucionaris en els mons de l'art, **no són les mateixes persones que actuen conjuntament i no fan les mateixes coses**. En aquests casos, assistim a una doble ofensiva contra el funcionament normal d'aquest món de l'art:
      - En el pla de les idees, aquesta revolució pren la forma de **manifestos, textos crítics en l'àmbit estètic i filosòfic, i fa una reescriptura de la història de la disciplina** que enderroca els antics models i ídols per a saludar l'obra nova com l'expressió de valors estètics universals.
      - En el pla de l'organització, **té l'objectiu en el domini complet de les fonts de finançament, els públics i els sistemes de distribució**. Es produeix alhora una modificació del sistema d'estratificació vigent.



---

# El canvi dins dels mons de l'art

## ■ Revolucions... a mitges

- Les revolucions, tanmateix, no canvien tots els modes d'activitat cooperativa: si aquest canvi fos complet, parlaríem de la creació d'un món totalment nou. Habitualment, les revolucions artístiques deixen moltes coses intactes i la nova convenció s'ajunta a les antigues i no les reemplaça.
  - Per exemple, en la música electroacústica, el canvi no va ser revolucionari perquè, malgrat els canvis estètics i formals aparentment molt grans, continuaven aplicant les fórmules del món musical.
- Si els innovadors obtenen la cooperació de tots els participants necessaris a la seua empresa, es pot crear un nou món artístic. Poden controlar les institucions existents o bé poden construir una nova xarxa o fer ambdues coses:
  - Els músics de rock han explotat totes aquestes possibilitats. Han acaparat gran part de la indústria del disc ja existent i han creat tot un nou sistema de concerts en sala a l'aire lliure.
- **La majoria de les revolucions artístiques tenen aquest caràcter ambivalent.**

---

# El canvi dins dels mons de l'art

- **Aparició i desaparició de nous mons de l'art**
  - Un món de l'art naix quan **agrupa persones que no havien cooperat mai abans** i que produeixen un art fundat sobre convencions desconegudes fins aleshores o utilitzades per fins nous. Un món de l'art desapareix **quan ningú més coopera segons les modalitats pròpies** per a produir un art fundat sobre el seu sistema de convencions.
  - Alguns mons de l'art es poden desenvolupar a partir de pràctiques més o menys estranyes als artistes com una innovació tècnica (en general no són pensades per als mons artístics sinó per les seues aplicacions científiques, comercials o d'oci, com és el cas de la fotografia). Sovint no sabem si som davant del naixement d'un món nou o bé d'una segmentació del món antic.
  - No obstant això, quan es crea una nova xarxa de cooperació, adreçada a un nou públic i amb nous canals de distribució, assistim a un nou món artístic, malgrat que compartisca la mateixa tecnologia (p. ex. música techno).

# El canvi dins dels mons de l'art

## ■ **Nous públics i nous mons de l'art**

- Certs mons de l'art es desenvolupen al voltant d'un nou públic. Les obres que produeixen no són potser molt diferents que les obres anteriors de la disciplina però toquen un altre públic i utilitzen altres canals de distribució.
- Per exemple, el rock dels anys seixanta s'assemblava al que l'havia precedit, però va utilitzar un nou mode de difusió per a arribar a un nou públic, els concerts a l'aire lliure. No hi va haver una creació de noves institucions, però el nombre d'actors involucrats en el nou món va permetre crear un nou món, el del rock d'estadi, i va possibilitar el sorgiment de nous estils, grups, professions, etc., p. ex. Led Zeppelin i *Black dog*, el públic canta les cançons i es modifica la manera de compondre-les.



Beatles, 1965, Shea Stadium, NY



Queen, 1971, creadors d'himnes rock d'estadi, "We are the champions"

- <https://www.youtube.com/watch?v=kmd6fg0r4lc>

---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura**

### **2.6 L'organització social de la creació**

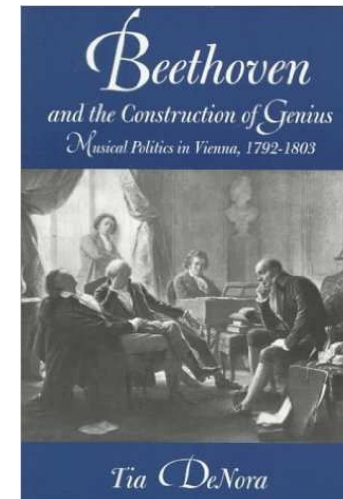
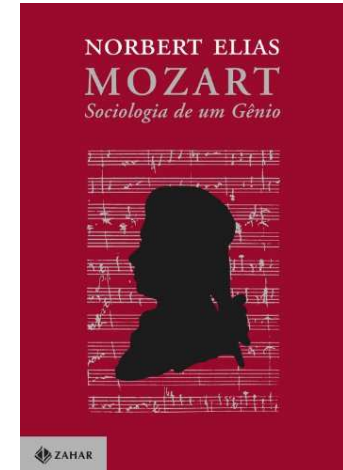
---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

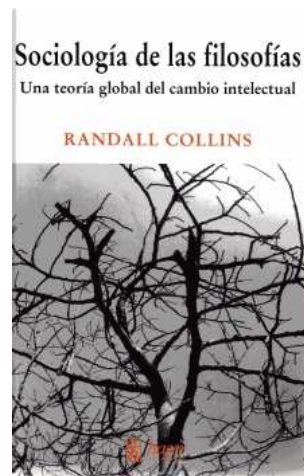
# L'organització social de la creació

- **La creativitat: debat clàssic de la sociologia de la cultura**
  - Debat molt abstracte: Què és el valor? Què és la cultura? Què és el valor cultural? En què es diferencia del valor econòmic? Diverses aproximacions: de tipus economicista / de tipus psicologista / de tipus estructuralista / de tipus interaccionista / de tipus carismàtic. Tres darreres representades per sociòlegs.
  - Tradicionalment, dues perspectives: interna (humanisme, *daemon*, concepció del geni innat) i externa (valor econòmic o en termes d'estatus, cf. Veblen). La sociologia en primer lloc adopta la segona postura, i cau sovint en un determinisme empobridor o una "desaparició" de l'autor.
  - Altres autors han defensat una perspectiva menys reduccionista, establint una dialèctica entre entorn i trajectòria vital (Norbert Elias, Tia de Nora). En l'anàlisi de la relació entre marc social i creativitat és on la sociologia pot fer una aportació més important.



# L'organització social de la creació

- **La creativitat: debat clàssic de la sociologia de la cultura**
  - A continuació desenvoluparem el treball de tres autors:
    1. Pierre Bourdieu
    2. Randall Collins
    3. Pierre-Michel Menger
  - Es diferencien per les seues respostes, però tenen elements comuns de les preguntes: Com es construeix socialment el valor? Com se seleccionen les aportacions valuoses? Com s'avaluen col·lectivament les obres?



---

# L'organització social de la creació

- **La creativitat i l'estructura del camp: la teoria de Pierre Bourdieu**
  - La concepció sociològica de la creativitat de Bourdieu es basa en la dinàmica dels camps culturals i en les diverses expressions que adopta l'*habitus* en el seu interior. La creativitat com a originalitat artística estaria definida per la funció que aquest procés dialèctic es produeix en aquests camps.
  - Bourdieu entén els camps d'interacció com a espais estructurats composts per un conjunt limitat de posicions (individus, grups, organitzacions, etc.) que competeixen per recursos específics, que anomena camps en un marc de recursos escassos en què es produeix la monopolització i dominació.
  - A fi que les produccions siguin reconegudes dins del camp es necessita una socialització dins del camp i la possessió de recursos simbòlics per a conèixer els punts on es desenvolupa la creativitat. Aquesta és el resultat del conflicte i la competència entre individus i grups pel reconeixement dins del camp.

---

# L'organització social de la creació

## ■ Posicions dominades i posicions dominants

- En cada estai del camp cultural hi ha posicions dominants que acumulen reconeixements i capital simbòlic i posicions dominades amb una lògica repetitiva i escasses possibilitats de canvi de posició. Bourdieu, a diferència d'altres perspectives com els *cultural studies*, no atribueix a les posicions dominades i subalternes la capacitat de reinterpretar o modificar substancialment el camp cultural.
- Els actors establerts són aquells que en un moment de la seua trajectòria van realitzar una revolució simbòlica exitosa que els va situar en posicions de poder. Amb el temps aquests han aconseguit imposar unes regles del joc específiques que condicionen el funcionament del camp (p. ex. novel·la realista). Es poden intentar fer servir capitals externs per a alterar el funcionament del camp (com un capital mediàtic o un esdeveniment polític), però durant bona part del segle XIX i XX aquests intents eren desacreditats.
- Els intents exitosos d'entrada en el camp i de revolució simbòlica solen prendre la forma de denúncia de repetició i heteronomia de l'avantguarda dominant i de reivindicació de l'autenticitat de la nova avantguarda que solen entroncar amb una tradició precedent.



# L'organització social de la creació

- **Lluita simbòlica, la *illusio* del camp i el valor de l'obra d'art**
  - Dins del camp, la lluita entre avantguarda consolidada i emergent, produeix una lluita pel monopoli de la legitimitat, que reforça l'interès (la *illusio*, l'adhesió col·lectiva en el joc) en els principis propis del camp, que són acceptats pels membres. Serà el conjunt del camp i la seua *illusio* la que crea el “creador” en crear i reproduir la creença en el seu “carisma”. Pierre Bourdieu fa una analogia entre màgia i camp artístic.
  - En matèria de màgia, no es tracta tant de saber quines són les propietats específiques del mag, o dels instruments, de les operacions i de les representacions màgiques, sinó de **determinar els fonaments de la creença col·lectiva** o, millor encara, del desconeixement col·lectiu, col·lectivament produït i mantingut, que és la base del poder de què el mag s'apropia.
  - El preu d'una obra d'art no està en relació amb el preu del seu cost de producció (Marx) sinó del **cost de producció de la creença** que produeix el conjunt dels agents del camp artístic.

---

# La creació del valor cultural

- **El carisma o el geni com a font de generació de valor cultural**

- Un tret de la cultura, és que és normativa i, per tant, es guia inevitablement per normes al voltant del valor (estètic, simbòlic, etc.). Alhora podem qualificar la **cultura** de **carismàtica**, i amb aquesta designació volem indicar que busca de forma directa la radicalitat, la innovació, la creativitat i que és avaluadora i afirmadora de l'excel·lència. I per tant desenvolupa criteris per a mesurar el valor o apreciar el "carisma" de les obres com a valor en la seua realització. El carisma alhora és una forma de **legitimar les diferències entre autors** i les recompenses en el seu treball.
- Per a autors com Bourdieu, el talent és un producte d'un judici arbitrari. El camp artístic genera **formes de violència simbòlica**: es refereix a la interiorització dels actors socials de la dominació social inherent a la seua posició en un camp particular i més generalment a la seua posició social. Aquesta violència és inconscient i no es basa en un domini intersubjectiu (d'una persona sobre una altra), sinó d'una regla estructural (una posició d'acord a un altre). Un artista reconegut com a talentós i, per tant, dominant exerceix un domini simbòlic.

---

# L'organització social de la creació

## ■ **Collins: la microsociologia de les comunitats i els rituals creatius**

- El sociòleg nord-americà Randall Collins canvia el marc i el focus de l'anàlisi de la creativitat. Collins, reprenent una perspectiva durkheimiana, presenta una visió microsociològica centrada en el paper de les relacions cara a cara i en els rituals que organitzen les relacions socials en l'àmbit de la vida quotidiana.
- Utilitza el concepte de capital cultural com a indicador de pertinença, però destaca la importància de l'energia emocional implicada en els processos creatius. Els recursos implicats no són només econòmics o culturals sinó també els recursos emocionals.
- Les comunitats creatives de dimensions petites (lleis dels petits nombres) creen rituals creatius que: a) proporcionen un focus d'atenció comuna i, b) afavoreixen un estat anímic comú plasmat en entusiasme cap a objectes i temàtiques. Aquests es converteixen en "sagrats", que adquireixen una condició auràtica en els rituals que s'organitzen (conferències, estudis, concerts, visites, etc.). Els que no assisteixen a aquests rituals desenvolupen sentiments negatius respecte al seu rendiment que al mateix temps disminueix la producció: el geni isolat és un mite romàntic.

---

# L'organització social de la creació

- **Menger: creació del carisma i processos de selecció del talent**
  - Aquesta aproximació determinista de Bourdieu és criticada per altres sociòlegs que denuncien el seu caràcter de concepte “bulldozer”, ja que no explica la diversitat de creadors, el perquè del reconeixement, la diversitat de productivitat, els consensos pel reconeixement d'uns i la relació amb l'objecte artístic. Alhora no expliquen el fenomen dels genis estudiats com Mozart (Elias), Beethoven (DeNora) o Van Gogh (Heinich)
  - Pierre-Michel Menger recupera el concepte sociològic de carisma d'origen weberianà per a entendre la creativitat. Per a Menger els continus actes de valoració que el mateix medi organitza consideren diferències petites de talent com a essencials i aquestes generen grans distàncies de reputació. Aquestes valoracions ofereixen noves oportunitats d'aprenentatge.
  - El reconeixement ofereix més seguretat i protecció davant del fracàs, cosa que incentiva al seu torn la capacitat innovadora, i tanca d'aquesta manera un cercle virtuós. Tot plegat afavoreix el mecanisme de *winners take all*: una petita elit concentra tots els indicadors de reputació.

	<b>Concepció humanística cultura</b>	<b>Concepció ciberutopista transició al digital</b>	<b>Contrast amb sociologia de la cultura</b>
<b>Tipus d'interacció</b>	Col·laboració primeres etapes, competència individual en la carrera artística.	La cooperació i la reciprocitat Peer To Peer (P2P). Sense barreres d'interacció	Interaccions basades en convencions disciplinàries especialitzades (Becker 1994; Becker 2008b) i en pautes organitzatives de les professions artístiques que impliquen aprenentatge i valoració contínua. Els llaços febles no faciliten aquest aprenentatge.
<b>Marc de la interacció creativa</b>	Grups predefinitos (professional o amateur), llaços forts.	Comunitats virtuals, llaços febles.	Els llaços febles no permeten focalització i canvi creatiu disciplinari. Generació de fenòmens <i>mutual halo</i> (Collins 2009; Collins i Guillen 2012), de virals i repetitius.
<b>Procés de creació</b>	Creació per focalització en centres d'atenció disciplinària (poques obres). Símbol d'excel·lència i renovació disciplinària. Tecnologia com a eina.	Creació de tipus transdisciplinaris (abundància de contribucions). Creació com a contingut sense jerarquització. Tecnologia concebuda com a centre i contingut de la creació.	Contrast del discurs col·laboratiu amb pràctica disciplinària basada en autoria. La tecnologia facilita creació i distribució però no democratització del seu ús. Rituals i interaccions del procés creatiu són <i>face to face</i> (Becker, 2008, Collins, 2009).
<b>Incentiu a la creació</b>	Reconeixement públic i institucional, premis, inclusió en el cànon cultural. Èxit de vendes a mitjà termini.	Reconeixement de la comunitat o l'èxit viral en les xarxes socials. Èxit econòmic a partir d'una demanda dispersa ( <i>long tail</i> ).	Participació en el joc o la <i>illusio</i> del camp (Bourdieu 2002), la generació de rituals (Collins, 2009) o constants avaluacions per part dels parells o el mercat (Menger, 2009). Els incentius febles generen també compromisos febles i intermitents.
<b>Mecanisme selecció</b>	Selecció dels <i>gatekeepers</i> disciplinaris segons la valoració talent i capacitat del desenvolupament disciplinari.	Rellevància de la contribució segons la comunitat participativa pels parells i els consumidors de manera intervinguda (plataformes tecnològiques).	Construcció sector cultural del carisma de l'artista (Menger 2009). L'absència de selecció i criteris de promoció genera falta de professionalització dels creadors.

# L'organització social de la creació

- **PER A SABER-NE MÉS**
- Pierre-Michel Menger, *Portrait de l'artiste en travailleur*
- Randall Collins, *Cadenas rituales de interacción*



---

## **2. Anàlisi sociològica de la cultura**

### **2.7. La mediació i la recepció cultural**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

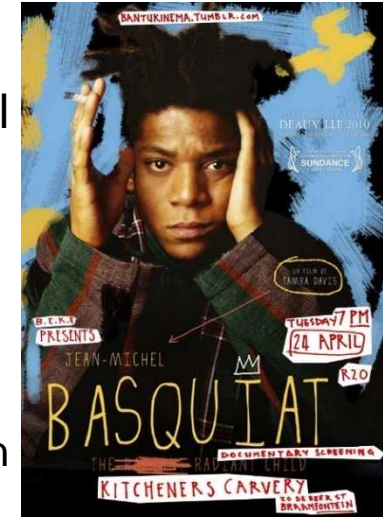
# La mediació i la recepció cultural

- **La intermediació cultural i la creació de valor cultural.**
  - La intermediació desenvolupa les següents funcions:
    - **Gatekeepers:** La intermediació és clau per a crear escassetat en un mercat potencialment abundant (nombre d'aspirants i materials a l'abast) i per a seleccionar els artistes en les seues diferents etapes de carrera (*gatekeepers*).
    - **Classificació:** Intermediaris no només seleccionen sinó que classifiquen entre nivells de cultura, períodes, estils. Aquesta classificació esdevé fonamental per a la conformació d'un mercat cultural i per la seua recepció.
    - **Criteris de valoració:** creen diferències en els valors de les produccions (p. ex. Hennion i el valor del vi). Les valoracions no tenen una base material, però tampoc són productes arbitraris, sinó el resultat de successives avaluacions que conformen una comunitat de criteris.
    - **Memòria cultural:** Finalment, ajuden a la construcció de la memòria dels productes culturals a partir de la creació de seleccions i cànons.



# La mediació i la recepció cultural

- **Característiques dels mediadors i del valor artístic**
  - La mediació és una forma de conferir estatus artístic. El rol dels crítics i altres *gatekeepers* és fonamental en els processos d'integració i reconeixement. Per exemple, en l'estatus del grafiti.
    - El grafiti comença a guanyar un estatus dins el món de l'art quan els marxants comencen a incloure defensar artistes sorgits del món de l'art de carrer. Alhora els crítics generen un discurs valorador d'aquest llenguatge.
    - Alhora les institucions artístiques comencen a produir exposicions al voltant d'aquest moviment.
    - Al seu torn un segment del mateix art de grafiti comença a evolucionar generant-se el que s'anomena el post-grafiti.
  - Actualment, el valor de les obres d'art el defineix el mercat i també, en un nivell semblant, les institucions culturals, que conformen una instància de consagració i creació de valor. La manca de consens en el mercat i les institucions limita l'entrada del grafiti com a art "major".



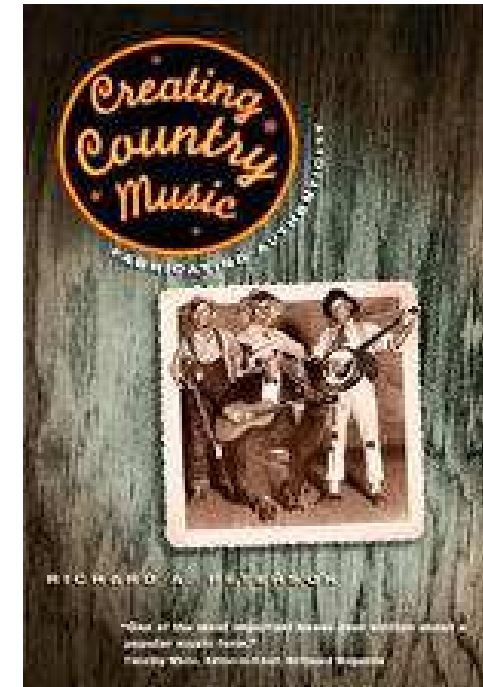
---

# La mediació i la recepció cultural

- **Intermediaris com a “classificadors”**
  - Una primera classificació és la divisió entre jerarquies culturals, que depèn del grau d'autonomització i legitimitat del camp artístic, així com de la conformació d'elits culturals, p. ex. recepció de Shakespeare (L. Levine: *The emergence of Cultural Hierarchy in America*).
  - Segons DiMaggio, aquestes classificacions —*high* i *low*— estan en crisi, i això possibilita el sorgiment d'estils i productes híbrids, ni d'alta cultura ni baixa cultura.
  - No obstant això, els intermediaris són actius en la creació d'etiquetes dels gèneres. És el cas de la World Music. Classificació que diferencia entre la música ètnica i la música pop, crea un valor i un repertori. Alhora els artistes es veuen incentivats a crear segons les etiquetes i adaptar-se a les convencions.

# La mediació i la recepció cultural

- **La qüestió de l'autenticitat com a font de valor cultural**
  - La proliferació de corrents artístics, la crisi dels cànons i la manca de valors estables i segurs comporta que recobren força criteris com l'“autenticitat”, que és reivindicat com a font de valor pels creadors i els productes culturals. Existeixen posicions diverses sobre aquest concepte: com a inherent a la creació com una relació o naturalesa / una atribució per part dels intermediaris i els receptors.
  - L'autenticitat sol ser reivindicada sobre la base de certs criteris: autenticitat com a producte no alterat de la història / com a puresa / com a aura / com artesà / relacionat amb territori (terra, clima, història, “esperit” del poble).



# La intermediació i la recepció cultural

## ■ El *country* i la paradoxa de l'autenticitat

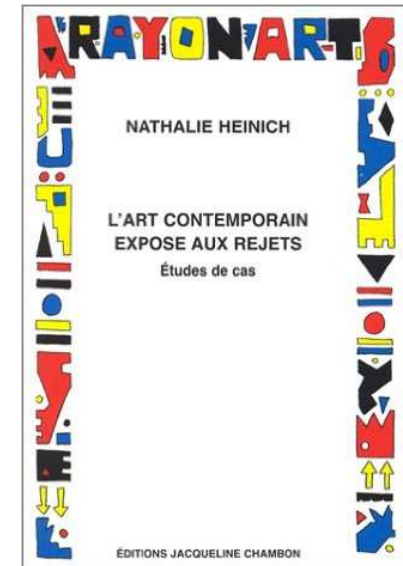
- Peterson analitza l'autenticitat com a font de valor de la *pop music* utilitzant el cas de la construcció del gènere *country*.
- Paradoxa: l'autenticitat és creada artificialment: creença construïda socialment (una construcció de la realitat a partir de pràctiques i valors comuns).
- Història de la música *country*: una revolta que esdevé un estil.
- Noció artificial d'un passat "present" —*hillbilly music* (música rural dels pobres del Sud). Posterior distanciament de la seua associació amb aquesta cultura. Evolució de la terminologia cap al *country* i el *western*.



# La intermediació i la recepció cultural

## ■ La recepció cultural i el rebuig de l'art

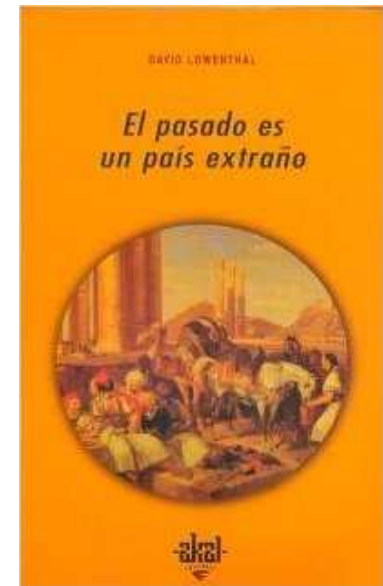
- La recepció de l'art i la relació complexa amb els públics es veu en la valoració de les obres artístiques en l'espai públic. En *L'art contemporani exposat als retrets*, Nathalie Heinich, analitza empíricament les reaccions del públic.
- Diversos discursos es poden trobar en relació a la presència de l'art contemporani, posicions que adopten la perspectiva estàtica i legitimista o discursos de rebuig que neguen l'estatut d'art o contesten els criteris de valor artístic.
- Una altra via oposada és la canonització o la panteonització (Panteó de París: Als grans homes la pàtria agraïda) en els quals els intermediaris en aliança amb els poders de l'Estat converteixen certs estils, obres o autors en un element sagrat i indiscutible.



# La intermediació i la recepció cultural

## ■ Memòria cultural i memòria històrica

- La memòria cultural constitueix una part fonamental de la memòria històrica, tot i que no la cultura no és reductible a la segona. La perspectiva en relació al passat i les formes culturals històriques ha estat condicionada per la posició ideològica del present. Això explica les panteonitzacions i també les caigudes al purgatori o els oblitats.
  - Per exemple, a Barcelona el Barri Gòtic “s’inventa” en el segle XIX per a representar un període d’or de la ciutat. Per contra, el modernisme va ser rebutjat (i destruït). Finalment, els refugis antiaeris (o les zones d’afusellament) han estat oblidats.
  - La memòria cultural comporta com a perspectiva un rebuig al “presentisme” i una comprensió dels períodes de recepció i de la creació de consensos sobre el valor o no de sectors, estils, autors i obres. Vegeu obres de Lowenthal o Ory.



L'HISTOIRE CULTURELLE

Pascal Ory

puf

# La intermediació i la recepció cultural

## ■ Memòria cultural i canvi polític

- La memòria cultural és un terreny d'anàlisi que atrau una creixent atenció. Tot record d'etapes històriques passades parteix d'una valoració política i ideològica del passat.
- Especialment sensible és la memòria cultural d'aquells períodes considerats com a traumàtics (dictadura, genocidi, guerra) o bé els canvis de règims que impliquen una relectura del passat.
- Actualment s'han desenvolupat les polítiques de memòria que pretenen recuperar o crear de nou una memòria democràtica i de reparació a les víctimes (cas dels països Llatinoamericans amb períodes dictatorials).
- Els monuments públics, els espais de memòria i els mitjans de comunicació s'estan convertint en els objectes de debat d'aquestes polítiques (per a crear, modificar o reinterpretar).

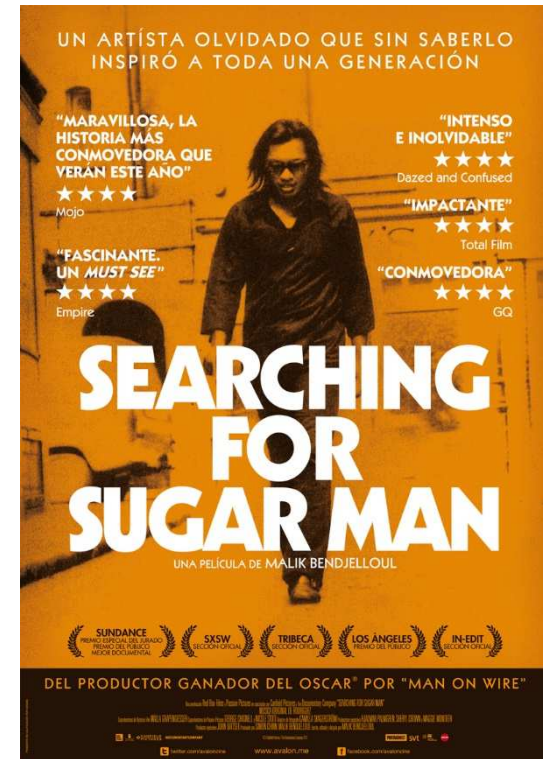


Monument  
commemoratiu de la  
Batalla de l'Ebre,  
Tortosa

# La intermediació i la recepció cultural

## ACTIVITAT

- En els anys 60, un músic va ser descobert en un bar de Detroit per dos productors enamorats de les seues melodies i les seues lletres commovedores. Van gravar un àlbum que ells creien que havia de situar l'artista com un dels grans de la seua generació. No obstant això, l'èxit mai va arribar. De fet, el cantant va desaparèixer enmig de rumors sobre el seu suïcidi damunt de l'escenari. Mentre la figura de l'artista es perdia en l'oblit, un enregistrament pirata trobat en la Sud-àfrica de l'apartheid es va anar convertint en un fenomen. Documental dirigit el 2012 per Malik Bendjelloul que narra la història de Sixto Rodríguez, el cantant desaparegut.
- Treballeu sobre: importància del món cultural en la recepció cultural / la fama en la cultura de masses.



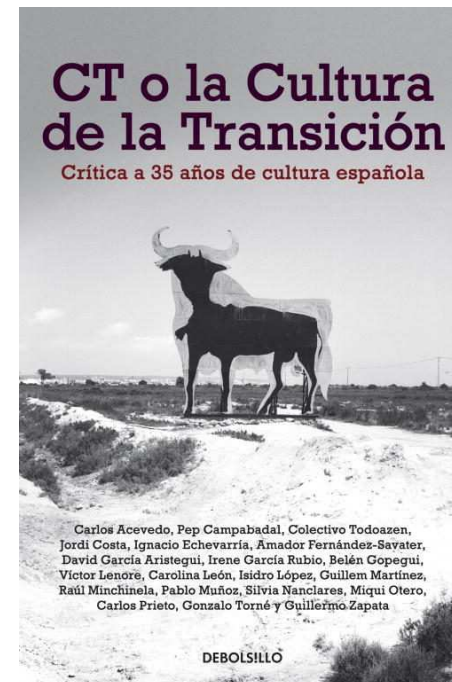


# La intermediació i la recepció cultural

- Per a saber-ne més
- Nathalie Heinich, *La triple jeu de l'art contemporain*



Guillem Martínez, *CT o la cultura de la Transición*



# Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals



VNIVERSITAT  
ID VALÈNCIA

Joaquim Rius Ulldemolins  
Dr. en Sociologia  
Professor Ajudant Doctor UV

---

### **3. Cultura, identitat, estatus i poder: l'estudi sociològic del consum i les pràctiques culturals**

#### **3.1. La crítica de la cultura de masses**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# La crítica de la cultura de masses

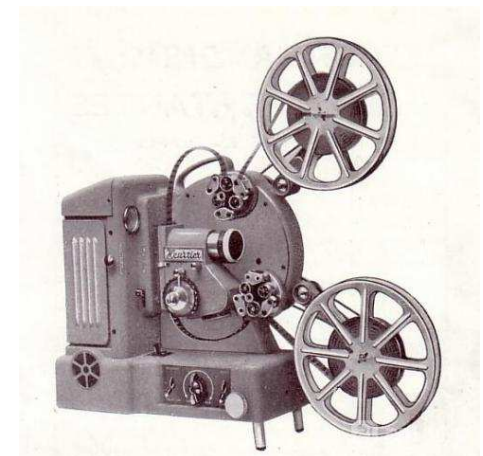
- **El consum cultural, l'estructura social i la seua anàlisi**
  - La cultura especialitzada (coneixements, informació, gustos, consums i pràctiques artístiques) està distribuïda en la societat d'una determinada manera i aquesta distribució juga un paper important en la configuració de l'ordre social i en la desigualtat.
  - Els gustos, consums i pràctiques de caràcter estètic tenen un paper molt fonamental en la conformació dels diferents estils de vida de la població, és a dir, en la diferenciació entre sectors socials.
  - El consum cultural ha esdevingut els darrers trenta anys un espai de debat i confrontació de les diferents teories sociològiques, destacant com a eixos d'aquest debat les dicotomies estructuralisme / interaccionisme, condicionants / agència, anàlisi externa / anàlisi interna. També ha estat una temàtica emprada per a debatre el pas de la modernitat a la postmodernitat o modernitat avançada.

# La crítica de la cultura de masses

- **El consum cultural, l'estructura social i la seua anàlisi**
  - Veurem en aquest tema com s'ha analitzat aquesta diferenciació a través del temps, els principals models sociològics que s'han anat elaborant del consum cultural i les lògiques de desenvolupament històric que aquests models registren:
    - La crítica a la cultura de masses.
    - Teoria de la distinció cultural.
    - Teoria de l'omnivorisme cultural.
    - Fenomen de la recepció i l'apropiació cultural.
    - L'estudi empíric del consum cultural: estratègies quantitatives i qualitatives.

# La crítica de la cultura de masses

- **Cultura de masses: la cultura de la modernitat**
  - La cultura de masses es forma com a part essencial de la cultura moderna des del segle XIX. Antecedents: literatura per capítols, vodevil, sarsuela, etc.
  - Cultura de masses del segle XX. Tres nous elements la caracteritzen:
    - Un canvi d'escala en els processos comunicatius que permeten els nous mitjans tècnics.
    - L'estructura oligopolística de les noves empreses culturals que adquireixen una nova dimensió industrial i que centralitzaran enormement la producció, i passen a controlar els productors.
    - L'aparició de nous gèneres i productes de nou tipus que es conceben en funció d'un horitzó massiu (seguint la llei del mínim comú denominador) i adquireixen una projecció veritablement universal i interclassista (cinema i el seu *star system*).



# La crítica de la cultura de masses

## ■ Cinema, cultura nacional i impacte social

- Aquests nous productes adquireixen un èxit fulgurant als EUA, el que s'explica en bona mesura per la debilitat que tenia allà l'alta cultura i pel desarrelament cultural de les masses d'immigrants pobres, desitjoses d'integrar-se al nou univers cultural americà
- Això explica que el cinema ràpidament es convertisca en una de les principals indústries del país i que hi haja una sala de cinema a totes les poblacions de més de 3 mil habitants.
- La importància del fenomen promou als EUA l'interès per la seua anàlisi destacant per començar la seua preocupació per la manipulació de les mentalitats que aquesta cultura puga comportar. P. ex. Herbert Blumer, *Movies and Conduct* (cinema i conducta), 1933.

# La crítica de la cultura de masses

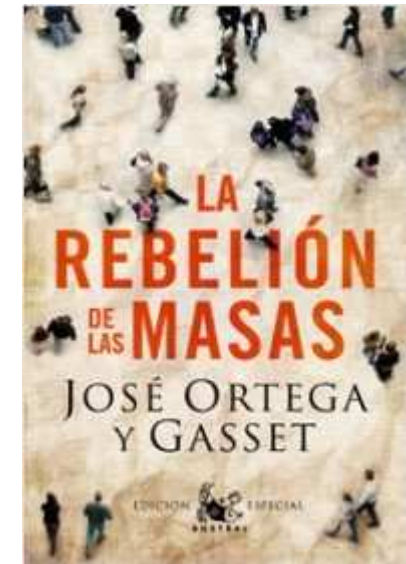
- **Segona meitat del segle XX: eclosió de la cultura de masses**
  - Després de la II Guerra Mundial, la ràpida expansió de la televisió i la indústria discogràfica accentua la impressió de la projecció massiva dels nous mitjans i es reforça la idea que aquests componen un sistema cultural autònom: la cultura de masses.
  - Per aquesta via s'arriba a pensar que els nous productes de la cultura de masses s'estan convertint en els patrons que fixen els estàndards culturals de l'època (de nul valor cultural i d'efectes narcòtics) que tendeixen a produir una homogeneïtzació generalitzada del consum cultural. En aquest moment es desenvolupa una visió de la cultura de masses com a col·lapse de l'alta cultura i de manipulació de les masses.



# La crítica de la cultura de masses

## ■ El malestar dels intel·lectuals

- Des dels anys trenta diversos intel·lectuals van mostrar la seua preocupació cap als canvis socials que el procés de modernització comportava i en l'efecte que els nous mitjans de comunicació estaven exercint sobre les persones. Exemples destacats són:
  - Leavis, *Mass Civilization and Minority Culture*, 1930.
  - Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, 1930.
  - Chakhotin, *La violació de les masses per la propaganda política*, 1936.
  - Dwight McDonald, *Teoria de la cultura popular*, 1944.
- En aquest pensament, l'expressió de més calat intel·lectual i des d'una perspectiva neomarxista la desenvolupa l'anomenada Escola de Frankfurt; és un tipus de discurs molt dominant fins als anys seixanta sobre la cultura de masses.



# La crítica de la cultura de masas

## ■ La teoria de la cultura de masses

- ❑ Segons Salvador Giner, aquesta teoria parteix del supòsit que la modernitat ha fet fallida en les formes de vida tradicionals i la solidaritat social comunitària i ha creat una societat massa: individus atomitzats i aïllats, instrumentalitzats per la tècnica i els mitjans de comunicació.
- ❑ Aquesta societat comporta una degradació de les formes simbòliques a la categoria de mercaderies i una producció de manera industrial que soscava la singularitat, l'originalitat, el valor creatiu i el bon gust.
- ❑ En aquestes condicions les audiències són considerades com a passives, vulnerables, manipulables, explotables, refractàries, instintives i mandroses enfront de les innovacions intel·lectuals i consumistes. La imatge que se'n dona és la de robots que es recreen en el mal gust i assumeixen formes estandarditzades de cultura.

# La crítica de la cultura de masas

- **La visió de l'Escola de Frankfurt (1): introducció**
  - Exposarem les aportacions fonamentals d'aquesta escola: l'administració total de la vida (Adorno-Horkheimer, Marcuse), la reproducció tècnica com a degradació de l'art (Benjamin), la indústria cultural com a legitimació del capitalisme (Adorno-Horkheimer) i la pseudocultura com a substància de la indústria cultural (Adorno).
  - L'anomenada teoria crítica de l'Escola de Frankfurt és rellevant per a la història de les idees, però no són textos equiparables a les ciències socials: no tenen contrastació empírica, desenvolupen una argumentació crítica i els textos traspuen un pessimisme radical.
  - La teoria crítica no és concebuda com una anàlisi de la cultura sinó una anàlisi de la societat capitalista en general. En els seus textos hi ha una reprovació de l'espiritualització de la cultura com a dissociació entre la vida material (regne de l'explotació i la misèria) i la cultura (com a suposat regne de l'esperit i la llibertat).

# La crítica de la cultura de masses

- **La visió de l'Escola de Frankfurt (2): l'administració total**
  - La teoria crítica tendeix a emfatitzar el caràcter de dominació total que en el capitalisme avançat s'imposa al conjunt de la societat. La possibilitat d'un canvi revolucionari es va esvaïr, segons aquests autors, entre les cambres de gas dels camps de concentració i l'asfíxia del pensament pels *media*.
  - En aquest context la classe obrera, segons el marxisme portadora del canvi revolucionari, ha estat incorporada al sistema mitjançant la seducció i els cants de sirena dels béns de consum, l'oci i l'incipient Estat del benestar: "La fàbrica i el palau d'esports es converteixen dins de la totalitat social en una coartada ideològica després de la qual es condensa la misèria real" (Dialèctica de la Il·lustració).
  - En aquest context, segons Marcuse **la cultura és part d'un engranatge més ampli de domini tècnic i econòmic de la societat per part del capitalisme** i forma part dels seus mecanismes de legitimitació i control, que es converteixen en interns als individus.

# La crítica de la cultura de masses

- **La visió de l'Escola de Frankfurt (2): la pèrdua de l'aura**
  - Segons Benjamin, el concepte d'aura al·ludeix a la singularitat de l'obra, a l'essència que acobla tradició amb context, que determina el seu "signe de veritat" i per tant la seua transcendència. El seu valor rau en l'autenticitat i aquesta es funda en el ritual que li donava una utilitat i explica el seu origen. És, per tant, un concepte més teològic o estètic que sociològic.
  - Segons aquesta visió, la reproductibilitat tècnica moderna ha triturat aquesta aura original, l'halo de bellesa, perquè malgrat la qualitat de la còpia, es perd l'existència irrepètible de l'obra en el lloc que es troba.
  - Aquesta serialitat només s'explica, per tant, en la seua funció dins de la societat de masses i del seu domini tècnic i la seua conversió de tot en mercaderia, que **destrueix el valor de l'únic i que és autèntic**. Una degradació de la cultura que és instrumentalitzada pel nazi-feixisme en les seues estratègies propagandístiques que estetitza la política, al mateix temps que el comunisme instrumentalitza l'art.

# La crítica de la cultura de masses

- **La visió de l'Escola de Frankfurt (3): la indústria cultural**
  - El concepte d'indústria cultural s'introdueix en el capítol de Dialèctica de la Il·lustració. El seu propòsit és denunciar amb això "la regressió de la il·lustració a la ideologia" al cinema i a la ràdio, perquè el càlcul de l'efecte i la tècnica de la producció i la difusió s'hi troben al servei de la "fetitxització del que existeix i del poder que controla la tècnica".
  - L'ús d'aquest concepte no té a veure amb la seua utilització posterior com a forma d'organització de la producció cultural, sinó que es refereix a la inserció de la cultura en unes determinades relacions socials, i és equivalent a cultura de masses. La seua aportació més original és assenyalar que les produccions elaborades per la indústria cultural necessiten aparèixer com a singulars i individualitzades, que permeten compensar l'estandardització a què els treballadors són sotmesos en una societat industrial. No obstant això, "el consumidor no és el rei (...) no és subjecte sinó el seu objecte" (op. cit.).

# La crítica de la cultura de masses

- **La visió de l'Escola de Frankfurt (4): la pseudocultura**
  - La indústria cultural converteix la cultura en mercaderia, una cultura que permet la dominació de les masses, a partir les distraccions que ofereix que eliminen tota resistència. Per a fer-ho generen una cultura que es pot consumir de manera distreta, que deforma la sensibilitat sense formar els individus.
  - La pseudocultura ocupa el lloc de la cultura humanística i estronca el procés de modernització social il·lustrat i l'accés de les masses a la cultura lletrada. Per contra, es produeix una invasió d'imatges i formes, una renúncia a la formació i la racionalitat, un culte a la informació *per se*, un fetixisme dels béns culturals com a mercaderies i una vulgarització del saber clàssic.
  - Per a Adorno, la ignorància no és enterament negativa, pot ser corregida i a més genera escepticisme. Per contra, la pseudocultura genera una debilitació de l'autonomia cultural i conformisme en les masses.

# La crítica de la cultura de masses

## ■ Resum: 5 tesis de la crítica elitista a la cultura de masses

1. La cultura de masses perverteix la lògica de la creació cultural: perd l'aura en estandarditzar i s'instrumentalitza econòmicament
2. La cultura de masses degrada l'alta cultura, elimina els cànons i criteris de valor i condueix els creadors cap a formes comercials.
3. La cultura de masses degrada el gust de les audiències a les quals complau amb gratificacions espúries i emocions perjudicials.
4. Finalment, té conseqüències negatives per a la societat en el seu conjunt, ja que degrada la civilització i la qualitat dels seus universos simbòlics i facilita el totalitarisme en fomentar audiències passives incapaces de reaccionar davant la dominació de la publicitat i l'entreteniment.



# La crítica de la cultura de masses

- **La visió de l'Escola de Frankfurt (4): valoració crítica**
  - L'argumentació de la teoria crítica és fosca de vegades i mancada d'un treball empíric que la sustente. El seu to és elitista en analitzar la cultura popular com a degradant i defensar l'alta cultura com a alliberadora, sense aportar mai proves d'una cosa o l'altra.
  - La seua visió del canvi social és determinista en l'aspecte tecnològic sense atendre els seus usos socials reals i en l'àmbit econòmic; centra l'anàlisi en la distribució comercial del producte com a explicativa del contingut.
  - La conceptualització del valor cultural és ahistòrica, metafísica i essencialista, sense atendre el canviant estatus de l'art, l'artista i el consum cultural. En la seua anàlisi no té en consideració la influència del context ni la dimensió social en la construcció del valor cultural.
  - Els Cultural Studies primer i la sociologia de l'art empírica posteriorment desacreditaren bona part d'aquestes tesis.

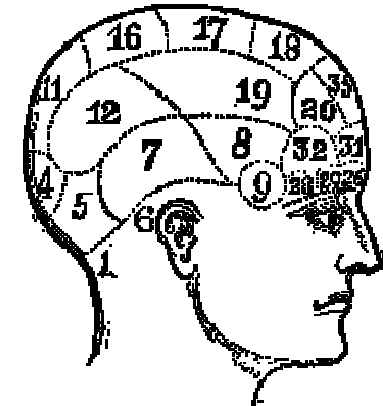
# La crítica de la cultura de masses

- **El debat en el camp intel·lectual a favor i en contra de la cultura de masses**
  - L'any 1965 Umberto Eco publica *Apocalíptics i integrats*, una reflexió sobre la cultura de masses, en què identifica bàsicament dues actituds enfront de la cultura de masses:
    - **Apocalíptics:** enfocaments pessimistes de la cultura de masses i del resultat de l'evolució tecnològica, des d'una visió conservadora aristocràtica o progressista. Segons Eco, s'aferren al passat i als vells costums, a les velles tecnologies.
      - Representats per Adorno i Horkheimer i la concepció humanística de la cultura.
    - **Integrats:** interpretació benèvola sobre els resultats de la cultura de masses, com un accés de tots a la cultura. Dóna, per tant, una visió positiva de la cultura de masses: la indústria cultural en si mateixa no és dolenta, sinó que ho és el consumisme. Al contrari, la indústria cultural pot ser una eina eficaç en la difusió.
      - Aquesta darrera posició és representada per Marshall McLuhan i és associada a les representacions més relativistes de la cultura i dels estudis de recepció i participació cultural.

# La crítica de la cultura de masses

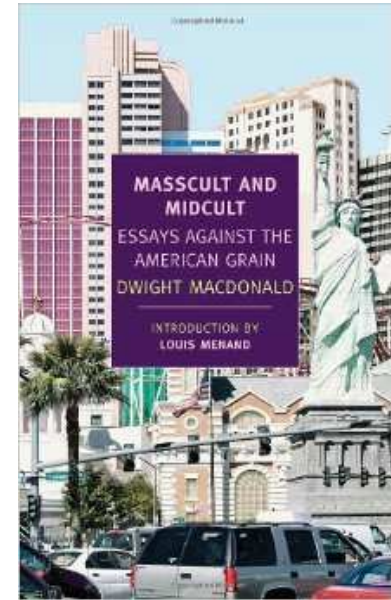
## ■ La crítica humanista a la cultura de masses

- De la concepció única de la cultura (concepció humanística fundacional), es va passar a la consideració de diferents nivells de cultura vehiculats o no pels nous mitjans de comunicació.
- Aparició del concepte de *middlebrow*: el terme descriu tant un determinat art de fàcil accés, sovint la literatura, com la població que utilitza l'art per a adquirir la cultura i millorar la seua posició social.
- Segons aquestes visions, s'analitza com un intent forçat i ineficaç en l'assoliment cultural i intel·lectual. Caracteritza la literatura que posa l'accent en les connexions emocionals i sentimentals, en comptes de la qualitat literària i la innovació. Aquestes concepcions han estat criticades per ser molt esbiaixades valorativament.



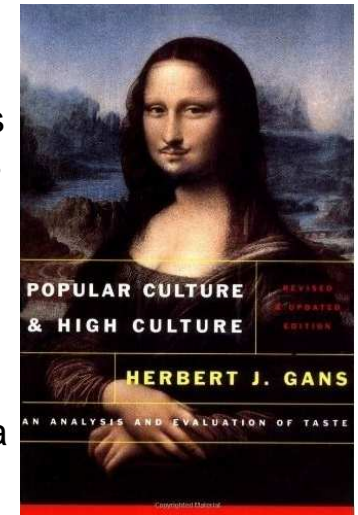
# La crítica de la cultura de masses

- **El concepte de *masscult* i *midcult***
  - Dwight Macdonald, crític literari i assagista, fa una reelaboració del concepte de *middlebrow* amb el concepte de *Masscult and Midcult*.
    - Per a Macdonald es pot parlar de la cultural *highbrow*, la cultura intel·lectual, la cultura *lowbrow*, productes autènticament populars adreçats a comunitats específiques. Per contra, la cultura de masses o *masscult* copia i manipula aquestes dues tradicions amb produccions industrials sense innovació adreçades als mercats.
    - Segons aquesta visió, la *masscult* converteix la cultura en productes i amenaça la pluralitat cultural. Per altra banda, la *midcult* adúltera l'alta cultura. Pretén respectar els seus estàndards quan de facto la dilueix i la vulgaritza.



# La crítica de la cultura de masses

- **Primeres tipologies sociològiques del consum i els gustos culturals**
  - Apareixen visions amb menys prejudicis i més complexes conceptualment: Herbert Gans (1974).
    - **High culture:** difereix de les altres cultures de gust per estar dominada pels creadors, encara que es pot distingir entre l'alta cultura dirigida als creadors i als consumidors, menys interessats en els mètodes o amb els problemes associats a la creació.
    - **Upper-middle culture:** és el gust majoritari de la classe mitjana-alta, han estudiat en les millors universitats i volen estar en contacte amb la cultura, però prefereixen els cànons a les innovacions.
    - **Lower-middle culture:** gust cultural predominant, propi de la classe mitjana i mitjana baixa, de professions amb baix estatus però qualificades, amb estudis mitjans, poc interessats en la cultura, són l'audiència majoritària dels mass media.
    - **Low taste culture:** treballador qualificat, baixa educació, consum TV popular, pel·lícules d'acció i aventures, baix nivell de compra, eleccions segregades segons sexe.
    - **Quasi-folk low culture:** treballador no qualificat, sense estudis o grau elemental, sovint rural o d'origen rural, sovint no blanc, folk culture (cultura de les classes populars) i cultura comercial de baix nivell cultural.



### **3. Cultura, identitat, estatus i poder: l'estudi sociològic del consum i les pràctiques culturals**

#### **3.2. La teoria de la distinció cultural**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# La crítica de la cultura de masses

- **Aclariment terminològic i sociològic**
  - Cultura popular: el nom sí que fa la cosa...
    1. Cultura popular = cultura de les indústries culturals, pop culture (llengua anglesa)
    2. Cultura popular = cultura tradicional (llengua catalana i castellana)
    3. Cultura popular = cultura de les classes populars (llengua francesa)
  - Actualment: confusió entre cultura de les classes populars i cultura de les indústries culturals.

# La teoria de la distinció cultural

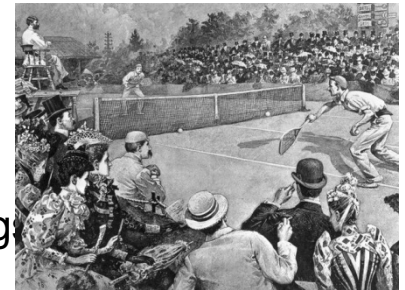
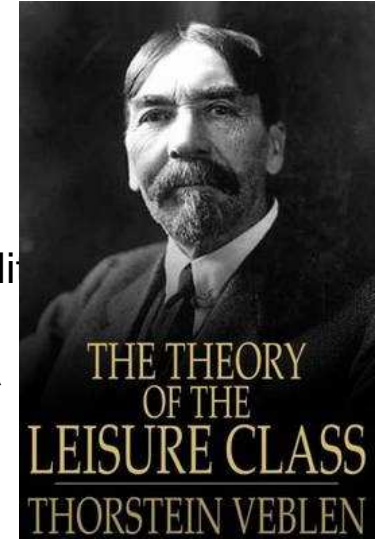
- **Crítica a la idea de l'estratificació social del gust**
  - La imatge dels nivells de cultura és la d'una estructura d'universos culturals estratificats i pseudocultura (un món en si mateixos), quan en realitat hi ha relació entre ells i són travessats per característiques comunes, com la relació amb l'estructura social i la legitimitat cultural.
  - En contrast amb aquestes visions sorgeix el model de la distinció (Bourdieu), que planteja l'existència d'una competència entre els diferents estrats socials a través del consum cultural (carregat d'un valor diferencial clarament jerarquitzat i unànimement reconegut). En aquest cas la cultura opera com a capital, que caracteritza els individus i diferencia els grups socials.
    - Antecedents de la teoria de la distinció:
      - **Norbert Elias, *La société de cour***
      - **Thorstein Veblen, *La teoría de la clase ociosa***



# La teoria de la distinció cultural

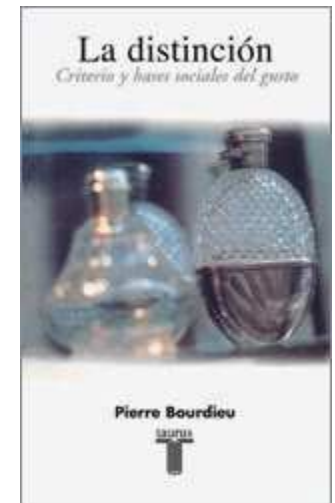
## ■ La interpretació del consum conspicu: el poder de la classe ociosa

- L'economia de la societat no es regeix per nocions com la d'utilitat sinó per altres concepcions que tenen el seu origen en temps prehistòrics. Aleshores es produeix una divisió del treball entre una elite que fa la guerra i uns altres que desenvolupen les feines manuals. El primer grup gaudeix d'un estatus alt i es converteix en model per a la resta.
- Veblen descriu l'emergència d'una classe dominant ociosa i la seua perpetuació a través de mecanismes de dominació coercitiva i simbòlica. I una forma de demostrar el seu domini és mitjançant el consum.
- El consum conspicu consisteix en la utilització dels diners i altres recursos per a mostrar als altres el seu estatus social. El principal mecanisme és l'exhibició del malbaratament (de diners, de temps, d'esforços, etc.) com un mecanisme per a demostrar als altres l'absència de necessitat i l'estatus adquirit.
  - P. ex. estudi de les llengües mortes, vestir de blanc, cabells llargs, alimentar animals exòtics, refinament de les formes, la pràctica d'esports, etc.



# La teoria de la distinció cultural

- **La distinció: teoria central del consum cultural des de finals del segle XX**
  - Pierre Bourdieu desenvolupa a finals dels anys setanta una potent teoria que domina durant trenta anys (malgrat que molts la critiquen), la teoria de la distinció.
    - El llibre: Pierre Bourdieu (1979), *La distinció. Criterios y bases sociales del gusto*. Paris: Éditions de Minuit (traduït al castellà per Taurus)
  - Es tracta d'un llibre molt ambiciós, voluminós i documentat que combina un desenvolupament teòric amb anàlisi qualitativa i quantitativa i d'una gran rellevància per a la sociologia de finals de segle XX, que encara continua sent dels més citats.
  - Els objectius del llibre són:
    - La lògica de constitució dels grups socials a partir dels modes de jerarquització de les societats avançades.
    - Els estils de vida i les lluites simbòliques que es desenvolupen aquests grups socials.
    - Les modalitats de reproducció de les jerarquies socials i dels grups socials.



# La teoria de la distinció cultural

- **La cultura com a factor de desigualtat i dominació social**
  - Un dels elements troncats d'aquesta teoria és la idea que el capital cultural funciona com a factor jerarquitzador. En el seu moment, la idea mateixa de la cultura com a capital és innovadora i provocadora enfront de la concepció humanística de cultura, que veu la cultura com quelcom oposat a l'economia.
  - Bourdieu proposa una teoria original de la jerarquització social, representant Max Weber i la importància que atorga als elements simbòlics, per a corregir la teoria marxista que atribueix com a factor classificatori (en darrer terme) la posició ocupada respecte als mitjans de producció i l'explicació de la jerarquia social.
  - El concepte marxista de relacions de poder i les relacions simbòliques fa una equiparació entre dominació econòmica i dominació simbòlica. Per contra, Bourdieu assenyala la relativa autonomia de la dominació simbòlica i el seu pes en la conformació de les jerarquies actuals. Reprèn el concepte weberian de legitimitat com a factor d'invisibilització de la dominació, a través de l'educació i la cultura.

# La teoria de la distinció cultural

## ■ **Classificació de gustos i gustos classificadors**

- En primer lloc, Pierre Bourdieu parteix de l'afirmació que els gustos són presentats com a manifestacions de la individualitat, del criteri personal i que, per tant, s'atribueixen a capacitats per a diferenciar (“saber apreciar”) o dons per a fer una bona elecció (“tenir gust per les coses”). Per a Bourdieu aquestes idees amaguen que el gust no és natural ni neutre socialment.
- Les pràctiques culturals i els judicis emesos pels agents són productes socials que s'inscriuen dins una teoria que comprèn des de la més legítima a la menys legítima. La noció de cultura és presa en la seua doble accepció: en el sentit restringit d'obres culturals i en el sentit antropològic, de formes de fer, sentir, de pensar pròpies d'una col·lectivitat humana.
- En l'àmbit dels judicis estètics, el sentit comú oposa el “gust pur” al “gust bàrbar”. Les pràctiques culturals són classificades en jerarquies: el teatre clàssic s'oposa al teatre comercial, l'equitació i el golf s'oposa al *footing* i el futbol. Existeixen arts nobles (música clàssica, pintura, teatre) i altres en via de legitimació (cinema, fotografia, jazz, còmic). **El camp cultural funciona com un sistema de classificació segons la legitimitat.**

# La teoria de la distinció cultural

- **El gust pur: naturalització de la distinció**
  - El gust pur es presenta com una disposició natural dels individus quan de fet és producte d'una socialització i una trajectòria social. La capacitat d'apropiació simbòlica de les obres d'art que és vista com a producte del gust individual. I alhora legitima el fet de pertànyer a un grup social d'elit i l'exclusió dels que no comparteixen aquesta capacitat, sense recórrer a arguments econòmics.
  - Característic del gust pur és la capacitat de distanciament respecte a l'obra d'art, avaluar les formes estètiques per sobre del seu contingut o funció, que mostra així una distància respecte al món ordinari o l'esfera de la utilitat i la necessitat. A diferència del gust les classes populars i de les classes mitjanes tradicionals, el gust pur elogia la inutilitat i abstracció de les formes artístiques.



# La teoria de la distinció cultural

- **El gust pur: naturalització de la distinció**
  - “Reconèixer que tota obra legítima tendeix en realitat a imposar la seua pròpia percepció, i que defineix tàcitament com a únic legítim el mode de percepció que estableix certa disposició i certa competència, no és constituir en essència un mode de percepció particular, sucumbint així a la il·lusió que fonamenta el reconeixement de la legitimitat artística, sinó fer constar el fet que tots els agents, vulguen o no, tinguen o no tinguen els mitjans d’adaptar-s’hi, es troben objectivament mesurats per aquestes normes. Això significa donar-se l’oportunitat simultània de determinar si, com vol la ideologia carismàtica de la relació amb l’obra d’art, aquestes disposicions i competències són dons naturals o productes de l’aprenentatge i de traure a la llum les condicions ocultes del miracle de la desigual distribució entre les diferents classes socials de l’aptitud per l’inspirat contacte amb l’obra d’art i, més generalment, amb les obres de la cultura erudita”. PB, LD, p. 26.

# La teoria de la distinció cultural

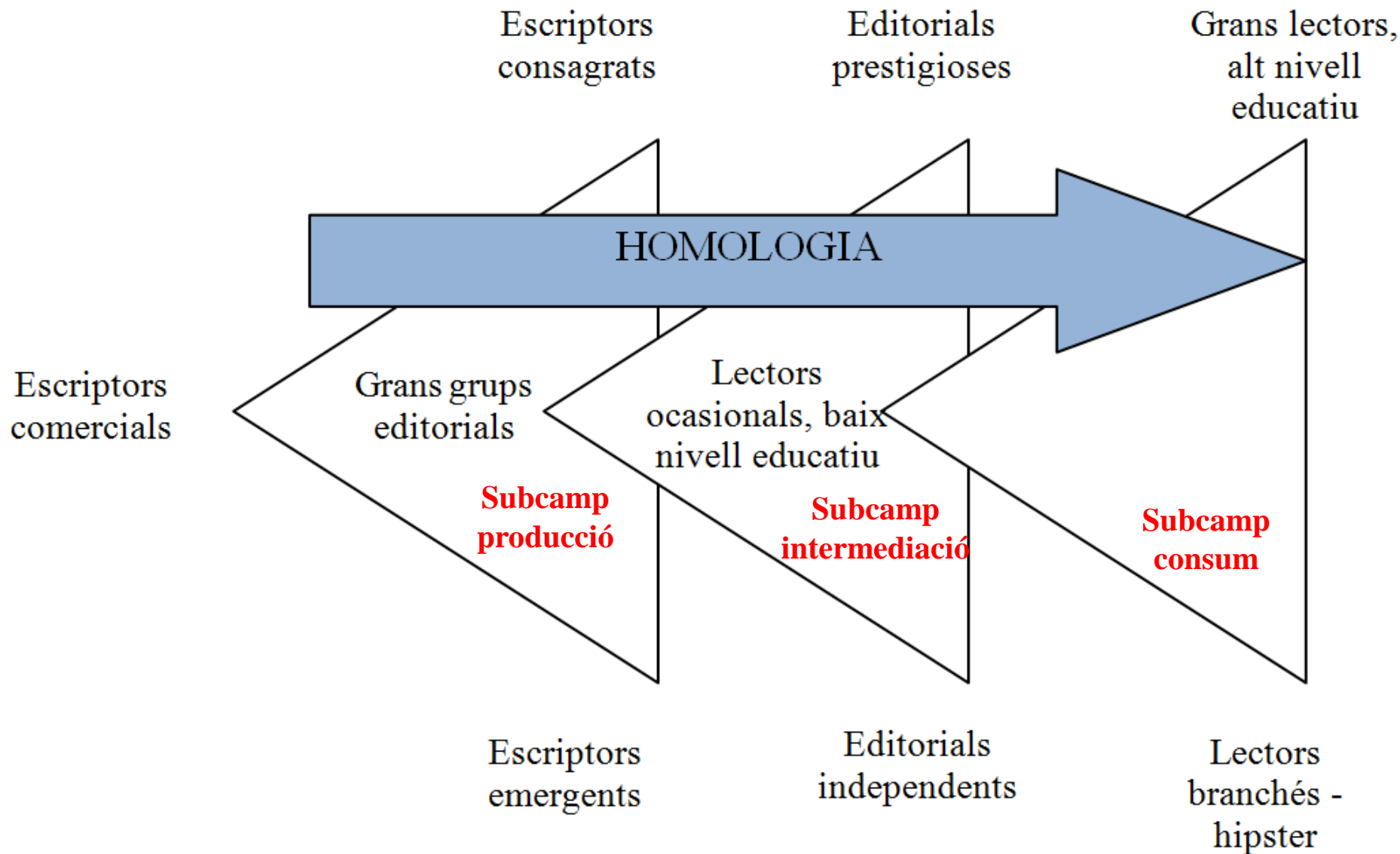
## ■ Capital cultural i posició social

- Per a aquest autor, en les societats avançades el capital cultural juga un rol fonamental en la posició social. Construeix així una teoria bidimensional de l'espai social, en què un individu se situa en l'espai social per dos criteris:
  - El volum total de capital
  - La composició del seu capital
- Segons aquesta teoria, hi ha dos tipus bàsics de capital:
  - El capital econòmic mesura el conjunt dels seus recursos econòmics d'un individu, rendes i patrimoni.
  - El capital cultural mesura el conjunt dels recursos culturals de què disposa un individu. N'hi ha de tres tipus:
    - Incorporat: coneixements i competències, forma de parlar, etc.
    - Objectiu: possessió d'objectes culturals.
    - Institucionalitzats: títols i diplomes escolars.
- El capital simbòlic, que seria una forma de designar tota forma de capital (social, cultural o econòmic) que té un reconeixement particular en una societat, en un camp determinat.

# La teoria de la distinció cultural

- **Volum i estructura de capitals i posició social**
  - Bourdieu construeix a partir d'aquest criteri del capital i dels seus dos tipus una tipologia de classes socials, que té pretensió universalista (malgrat que és geogràficament i històricament antiquada).
  - Segons aquesta tipologia hi hauria:
    - Classes dominants
      - Fracció dominant de la classe dominant (+ capital econòmic / - capital cultural)
      - Fracció dominada de la classe dominant (- capital econòmic / + capital cultural)
    - Classes mitjanes
      - Antiga petita burgesia (+ capital econòmic / - capital cultural)
      - Noves capes mitjanes (- capital econòmic / + capital cultural)
    - Classes populars (- capital econòmic / - capital cultural)





# La teoria de la distinció cultural

## ■ Els gustos: expressió d'un *habitus*

- El concepte d'*habitus* de Bourdieu serveix per a pensar la relació entre la socialització i accions dels individus. L'*habitus* és constituït per totes les disposicions, els esquemes d'acció o de percepció que un individu adquireix a través de la seua experiència social. Per la socialització i la seua trajectòria social, tothom incorpora lentament un conjunt de formes de pensar, sentir i actuar, que seran duradores. Per això, aquestes disposicions són la font de les pràctiques futures de les persones.
- Algunes característiques de l'*habitus*
  - **Histèresi:** quan un agent ha estat socialitzat en un cert món social, el conserva encara que aquesta disposició haja esdevingut inadaptada a causa dels canvis socials. P. ex. Quixot i la cavalleria / gust per la lectura analògica.
  - **Transposabilitat:** les disposicions constitutives de l'*habitus* que s'han adquirit en una certa activitat social, per exemple, en la família són transposades a una altra activitat, per exemple, al món professional o al camp cultural. P. ex. valoració obrera de la substància per sobre de la forma, expressant la necessitat. Per contra, els gustos de les classes altes tendeixen a expressar la manca de limitacions i la capacitat de malbaratar (Cf. Veblen).
  - **Homologia:** aquestes disposicions seran homòlogues en diferents camps d'activitat humana i esferes de consum: alimentari, vestimenta, cultural, etc.

# La teoria de la distinció cultural

- **Consums, estils de vida i *habitus* de classe**
  - Els consums en els diversos àmbits s'expressen de manera coherent amb l'*habitus* característic de cada classe i fracció social.
    - Els consums de les classes altes expressen la seua capacitat econòmica, **l'absència de necessitats i la capacitat de dominació**. Els ocis cars i la seua condició d'exclusivitat són marcadors del gust de classe alta.



# La teoria de la distinció cultural

- Consums de classe popular: **vinculats al contingut i funció i no a la forma**. Menjars barats i “que alimenten”, robes “ben fetes” i resistents i formes artístiques interpretades pel contingut no per la innovació formal o per la novetat dins el camp artístic (valoració segons la bellesa en termes tradicionals, la virtuositat tècnica o per la qualitat moral).
- Per contra, els consums de la fracció intel·lectual es vinculen amb la forma, no amb la funció. Trien aliments cars que tenen un valor simbòlic (exotisme, neotradicionalisme com el menjar bio, etc.) i un baix nivell nutritiu (el menjar vegetarià), i valoren els consums i els seus estils de vida per la innovació i el contingut simbòlic que aporten sense valorar-ne els materials o el contingut moral o, en tot cas, **fent-ho en relació a una moral postmaterialista** (autenticitat, sostenibilitat, etc.).



# La teoria de la distinció cultural

- **Posició de classe, disposició envers la cultura i gust cultural (1)**
  - Segons la teoria de la distinció, trobaríem en correspondència tres disposicions contrastades en termes de consum cultural:
    - Una cultura minoritària que compleix el paper de vèrtex i marc de referència per a les restants com a **cultura distingida**. L'exhibició d'aquesta cultura aportaria un capital simbòlic a qui és capaç i té els recursos per dominar-la i/o posseir-la. Es produiria un efecte de difusió social i banalització (Cf. Elias).
    - Les elits defineixen què és el consum legítim i es beneficien de l'efecte de distinció; exerceixen violència simbòlica sobre la resta de capes socials definint els seus consums com a vulgars i de mal gust.

Some people think  
luxury is the  
opposite of poverty  
It is not. It is the  
opposite of vulgarity  
**Coco Chanel**



# La teoria de la distinció cultural

- **Posició de classe, disposició envers la cultura i gust cultural (2)**
  - Una **cultura de pretensió**, que idealment intenta arribar als nivells d'excel·lència normativa sense aconseguir-ho. Aquí se situarien les arts intermèdies o els gèneres considerats menors.
  - Les classes mitjanes intenten acumular aquest capital per afavorir la mobilitat social ascendent. Fan en aquest sentit un exercici de “bona voluntat” cultural: reconeixen la jerarquia cultural i s'esforcen per arribar a adquirir els gustos legítims, però no arriben a dominar el camp del gust (fent el ridícul, tal com ridiculitzen a vegades els intel·lectuals i els artistes).



# La teoria de la distinció cultural

- **Posició de classe, disposició envers la cultura i gust cultural (3)**
  - Una altra cultura, que es configura com a **cultura subordinada** i purament defensiva: la cultura vulgar (que seria “pur” entreteniment). Segons la tesi de la dominació cultural, mostrar gust envers aquestes formes culturals seria una forma de mostrar (i acceptar) una dominació simbòlica.
  - Actualment hi ha processos de reavaluació en algunes arts considerades pel cànon clàssic com a menors: la fotografia, el jazz o el còmic, Antigament menysvalorades i estigmatitzades com a tècniques o part d’una comunitat ètnica o grup d’edat, actualment hi ha processos de reavaluació d’aquestes formes culturals. Podria veure’s com una **forma híbrida** entre la cultura de pretensió, la cultura legítima i la cultura subordinada
    - **O és una altra cosa?**



# La teoria de la distinció cultural

- **Perspectiva legitimista, etnocentrisme de classe i populisme**
  - Una de les acusacions habituals a Pierre Bourdieu i la seua escola és que adopta el punt de vista de les classes dominants i que, per tant, atorga legitimitat acadèmica a l'etnocentrisme d'aquests envers les capes populars. Les observacions entorn del *Kitsch* d'aquestes serien un exemple segons aquesta perspectiva crítica.
  - No obstant això, es pot contraargumentar que aquesta darrera perspectiva crítica amb PB oblida la dominació i pren una perspectiva populista en recuperar la idea romàntica d'una "cultura autèntica" enfront d'una cultura artificial, associant-ho a les bondats morals de les classes populars. Seria en aquest cas una elaboració intel·lectual d'un etnocentrisme invers.



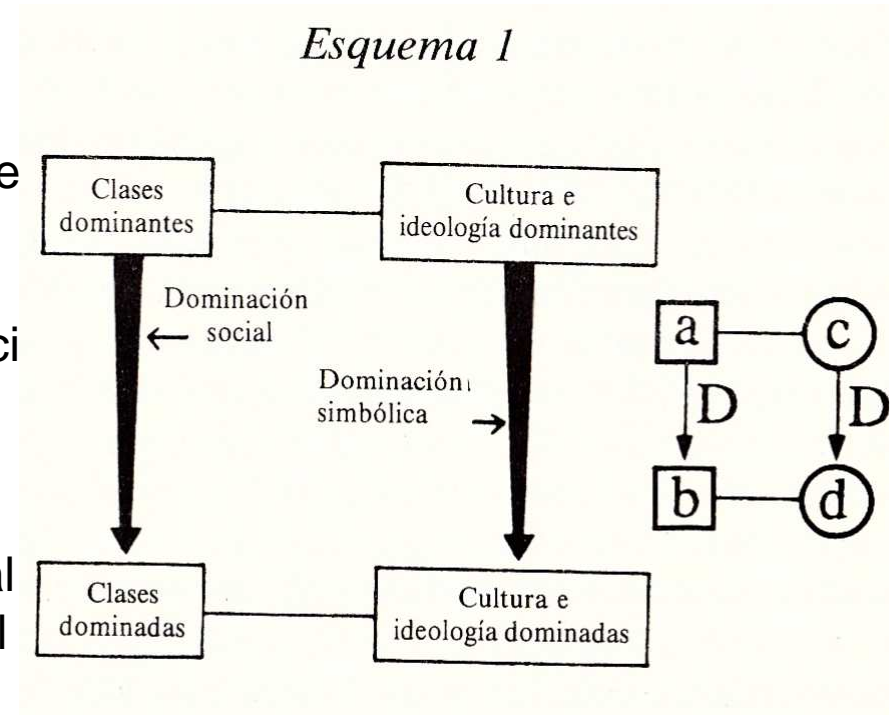
Angel Guimerà,  
*Terra Baixa*



# La teoria de la distinció cultural

- **Violència simbòlica i dominació social**

- La violència simbòlica es basa en la legitimació dels sistemes de classificació inherents a la jerarquia de grups socials. En aquest sentit el sistema educatiu proporciona un dels elements clau per a la seua reproducció en sancionar i formalitzar la violència simbòlica (mitjançant la institucionalització del capital cultural heretat que és concebut com a natural de l'individu o bé adquirit mitjançant el mèrit) i també el consum cultural en fomentar una exteriorització dels elements de distinció social (que permet així una naturalització de les diferències socials, atribuint-los al gust personal).



# La teoria de la distinció cultural

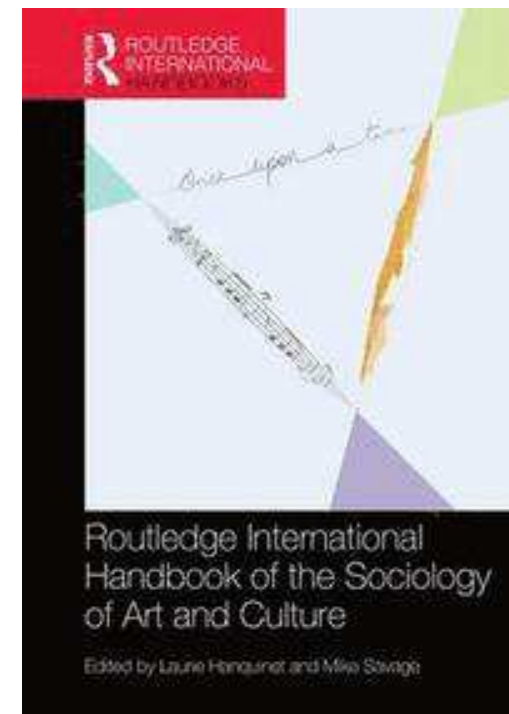
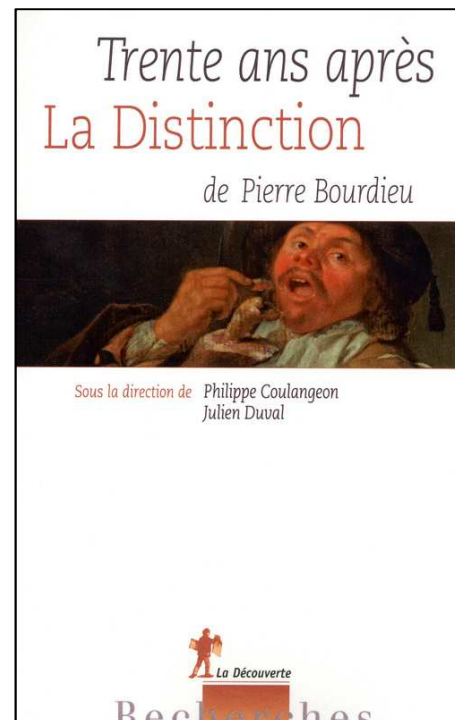
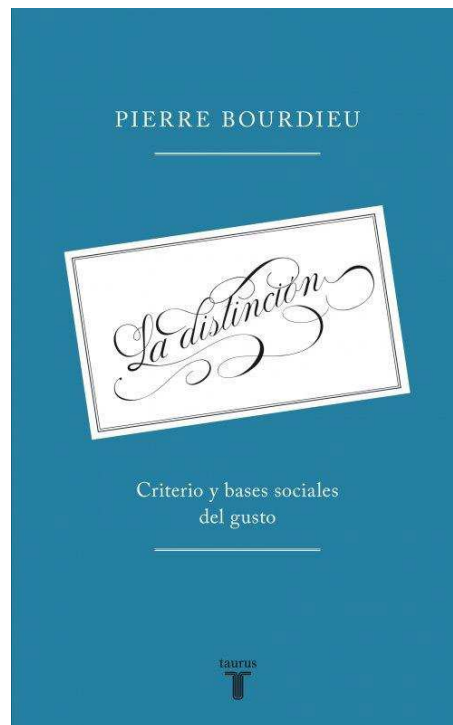
## ■ Crítiques al paradigma de la dominació simbòlica

- La cultura popular sempre és descrita en termes de dèficit (producte de l'absència de capital econòmic i cultural). No obstant això, aquesta cultura és àmplia i diversa: cultura pagesa, cultura obrera, cultures regionals i locals, etc.
- La cultura popular sempre és analitzada en termes de submissió (acceptació d'una dominació simbòlica). No obstant això, pot haver-hi una certa “autonomia” de la dominació, ja que no tot es defineix respecte a l'alta cultura.
- La cultura popular sempre és avaluada “des de fora”, per part dels dominants. Sense caure en el miserabilisme o el populisme es pot establir un estudi de la cultura de les classes populars que restablisca una mirada completa i des de dins.

# La teoria de la distinció cultural

## Per a saber-ne més

- Pierre Bourdieu, *La distinción*



# 3. Cultura, identitat, estatus i poder: l'estudi sociològic del consum i les pràctiques culturals

## 3.3 L'omnivorisme cultural

---

Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# L'omnivorisme cultural

- **La teoria de l'omnivoritat (1)**
  - La teoria de l'omnivoritat cultural, sorgeix com una alternativa / una reacció al domini de la teoria de la dominació simbòlica de Bourdieu.
  - Definició omnivoritat o omnivorisme: sector de la població al qual li agraden un major ventall de formes de cultura que en èpoques prèvies, cosa que relaxaria una major tolerància social envers altres formes i gustos socials i posaria en qüestió les actituds relacionades amb l'esnobisme.
  - Per tant, seria una alternativa a la teoria del gust basada en l'esnobisme com a factor excloent i distintiu.

# L'omnivorisme cultural

## ■ La teoria de l'omnivoritat (2)

- Podem trobar l'origen en la dècada dels noranta, concretament, de la mà del sociòleg nord-americà Richard Peterson. El seu treball es basa en l'anàlisi de dues enquestes de consums culturals 1982-1992. Detecten tendència entre classes mitjanes i altes de valoració dels objectes de consum cultural considerats de les classes baixes. Fenomen nou enfront de la situació precedent: elitisme intel·lectual - esnobisme de les classes altes / univorisme o ventall estret de gustos que caracteritzarien les classes populars.
- Reformulació 2005: no només els snobs s'han tornat omnívors enfront dels consumidors més o menys interessats a adquirir un estatus simbòlic estancats en l'univorisme, sinó que hi ha diversos tipus d'omnivorisme.



Richard A.  
Peterson

# L'omnivorisme cultural

## ■ Problemes de la teoria de la dominació simbòlica (1)

- Aquesta teoria posa en dubte alguns dels fonaments de la teoria de la dominació simbòlica. Segons aquesta teoria:
  - Les disposicions generades per l'*habitus* generen un ventall limitat de preferències culturals. **No obstant això, avui en dia podem veure el desenvolupament d'un gran ventall de formes culturals de diversos orígens i nivells (globalització cultural i proliferació de subcultures).**
  - L'ús per part de les elits (econòmiques i culturals) ha de ser consistent per a evitar confusions i permetre el seu reconeixement. **No obstant això, actualment hi ha una crisi dels cànons normatius, no són reconeguts universalment (visió antropològica) i gran part de la població els desconeix.**

# L'omnivorisme cultural

- **Problemes de la teoria de la dominació simbòlica (2)**
  - Segons aquesta teoria, els consums estan estructurats per classes socials: gustos de l'elit, bona voluntat cultural classes mitjanes, gustos populars. **No obstant això, les dades de consum cultural aporten una visió molt menys clara d'oposicions i sense fronteres de classe marcades.**
  - La distinció entre els gustos expressa la lògica de dominació de classe i les estratègies culturals són un exemple més d'aquesta. El model és generalitzable a la resta de societats capitalistes avançades. **No obstant això, no és tan clar que la cultura siga un instrument de dominació (erosió del poder simbòlic del camp cultural) i alhora s'estan produint processos de modernització social que no generen una modernitat cultural igual a l'occidental (països emergents).**



# L'omnivorisme cultural

## ■ Tipologia d'omnívors

- ❑ **Unívors de l'alta cultura** (*highbrow univores*). Segueixen compartint els valors culturals elitistes dominants, fonamentalment les manifestacions tradicionals de l'alta cultura. Grups de classes altes i mitjanes altes.
- ❑ **Omnívors de l'alta cultura** (*highbrow omnivores*). Serien els omnívors autèntics que disposen d'amplis gustos que oscil·len des de l'alta cultura fins a elements de la cultura popular. Són consumidors actius. I procedeixen de les classes mitjanes i altes.
- ❑ **Unívors de la cultura popular** (*lowbrow univores*). Les seues aficions són reduïdes, els seus hàbits de consum són passius i el seu gust és considerat com l'essència del mal gust.
- ❑ **Consumidors omnívors de la cultura popular** (*lowbrow omnivores*) formen una nova categoria de consumidors que disposen d'un ventall de gustos ampli, però en què la majoria dels objectes pertanyen a l'esfera de la cultura popular, amb poques incursions en l'alta cultura.

# L'omnivorisme cultural

## ■ Algunes crítiques (1)

- ❑ L'omnivoritat a vegades és en relació als gustos, no a les pràctiques. Les persones poden ser omnívores en un àmbit però no en tots: música i televisió per exemple.
- ❑ Altres autors assenyalen que no només s'haurien de conèixer els gèneres que declara l'individu sinó també els ítems dins de cada estil. Per exemple, no és suficient conèixer que es declara gust pel còmic sinó quin tipus de còmic: manga vs. novel·la gràfica (sospita de la pervivència de la lògica de la legitimitat cultural).
- ❑ Excessiu pes de la música enfront d'altres sectors com el cine, les arts visuals o el teatre, més caracteritzats per la lògica de la distinció. Alhora en alguns sectors es tendeix a ser *paucivor* (consumir el que està disponible) o inactiu (absència de consum).
- ❑ Cal veure també l'efecte sobre l'oferta disponible. P. ex. estudis comparats entre països donen resultats diferents. O també del temps d'oci disponible (treball a temps complet o a temps parcial). Altres esferes a estudiar: viatges a l'estranger i pautes de consum.

# L'omnivorisme cultural

- **Omnivoritat, democratització cultural i estratificació social**
  - L'omnivoritat pot semblar una democratització cultural enfront de l'esnobisme de les estratègies de la distinció cultural. No obstant això, el concepte de l'omnivoritat peca del mateix aspecte que la teoria de Bourdieu: una atenció als patrons de comportament de les classes altes i una valoració positiva d'aquestes com a actives, curioses i obertes. Les classes baixes, en canvi, apareixen com a passives, despreocupades i intolerants. Deducció no demostrada del fet que una obertura a gustos amplis implica una tolerància cap als altres (p. ex. contradit per l'afició a la música negra dels racistes).
  - Conclusions i primer balanç: certament hi ha un escenari de fragmentació del consum cultural no aliena a la fragmentació social del postfordisme. I l'omnivoritat no sembla exclusiva de les classes altes. Però no suposa la fi de les barreres culturals ni les jerarquies, que ara operen sobre una pluralitat de diferències més complexa.

### **3. Cultura, identitat, estatus i poder: l'estudi sociològic del consum i les pràctiques culturals**

#### **3.3. L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

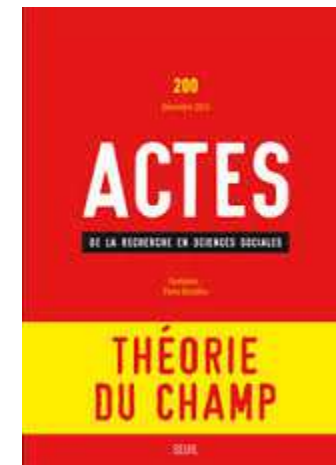
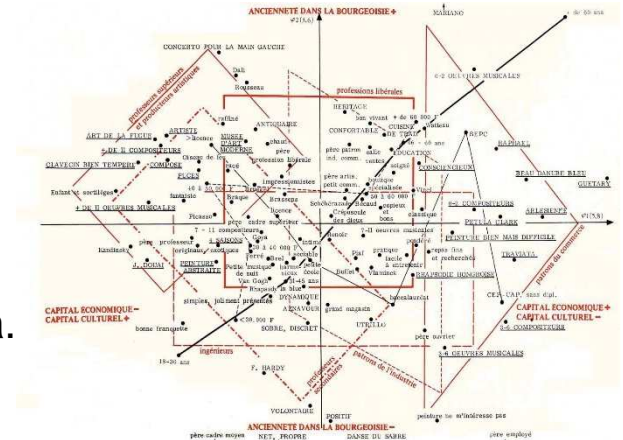
- **Estudi quantitatiu i estratègies d'anàlisi del consum i les pràctiques culturals**
  - L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals des d'una perspectiva sociològica es va desenvolupar a partir dels anys seixanta. Des dels anys setanta a més s'ha desenvolupat un aparell teòric i estadístic que ha suposat un pas endavant en la seua comprensió.
  - Estudiarem en primer lloc les enquestes a França desenvolupades pel Ministeri de Cultura francès, que constitueixen un exemple de bones pràctiques.
    - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/evo-resultat.php>



# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

## ■ Les enquestes de consum cultural a França

- En el cas francès es desenvolupa una enquesta de manera sistemàtica i coherent des dels anys 1974 cosa que permet una comparació longitudinal (1973, 1981, 1988, 1997, 2008). Alhora la categorització desenvolupada per l'INSEE (INE francès) és de gran utilitat per a l'anàlisi sociològica.
- Alhora es va desenvolupar una aplicació en aquest camp d'anàlisi de la metodologia de l'anàlisi de correspondències múltiples (ACM) que permet situar els consums i les pràctiques en un espai vectorial (i revelar-ne el pes estructurat) combinat amb l'anàlisi de classificació automàtica o de clústers que permet agrupar individus segons la proximitat o la distància en relació a aquests eixos.
- Es tracta d'una metodologia emprada de manera intensiva per part de l'escola bourdiniana per a desenvolupar la teoria de camps i ha estat aplicada repetidament al camp cultural (Bourdieu, Sapiro, Verger, etc.).



# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

- **La tipologia sociològica dels consums culturals. El cas francès: distinció, omnivorisme, cohort**
  - Olivier Donnat (2005), *Els set universos culturals dels francesos*. Es tracta d'una explotació i contrast longitudinal de les enquestes dels consums i les pràctiques culturals des dels anys vuitanta (Ministeri de Cultura).
  - Pregunta si es poden trobar grups de patrons de consum cultural. De les tres cultures als set universos culturals.
    - No són col·lectius homogenis sinó característiques que es troben prioritàriament en perfils sociodemogràfics homogenis.
    - Hi ha, però, casos més homogenis que altres: professor universitari jove de la capital, fill de professors universitaris / pagès sense estudis d'un poble aïllat. Però són l'excepció.
    - En general hi ha situacions més complexes, cada individu integra elements que pertanyen a diferents contextos viscuts en la seua trajectòria biogràfica.

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

- Univers de l'exclusió cultural:
  - Absència gairebé total de relacions amb el món de les arts i la cultura en totes les seues formes. Acumulen tots els handicaps en matèria d'accés a la cultura i tenen un perfil sociodemogràfic molt homogeni: agricultors o obrers sense estudis, d'edat avançada i rurals.
- Univers de la privació cultural
  - El coneixement del món de les arts és feble, la freqüentació dels equipaments culturals excepcional encara que la distància respecte a la vida cultural és menor a causa d'una sociabilitat més rica.
  - Es troben elements de la cultura popular: una forta sociabilitat familiar, predilecció per les sortides d'esbarjo, certes activitats manuals o esportives.
  - Consums culturals: usos freqüents de la ràdio i la televisió, preferència dels gèneres sense pretensió cultural, lectura de llibres comercials i pràctics. Els efectes del *boom* musical, però, hi són poc presents.



# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

- **Univers juvenil o adolescent**
  - Organitzat entorn de la música, de les xarxes d'amistat i d'un nombre reduït de tipus de consums (cinema, discoteca, etc.). Caràcter exclusiu dels gustos i una certa reserva respecte a la cultura consagrada. Les activitats associades al marc escolar, com la lectura de llibres, s'integren difícilment en les activitats d'oci.
  - Aquest univers és dominant en la majoria d'adolescents i postadolescents, ja que travessa les fronteres socials, i es combina sovint amb trets d'altres grups com l'univers cultivat modern.
- **Ciudadà mitjà**
  - Organitzat entorn de l'audiovisual (de la televisió principalment però també de la música i del cinema), integra alguns aspectes preponderants de la cultura cultivada però ignora l'espectacle en viu i en directe. S'explica per una extensió de la cultura comuna en relació a l'extensió del sistema escolar i a mediatització de la vida cultural.
  - És dominant en les persones que ocupen una posició mitjana en relació a les variables sociodemogràfiques usuals, però també és usual en les fraccions de treballadors i empleats urbans.
  - Sense ser aficionats a les arts, disposen gràcies a l'escola i als mitjans de comunicació d'un capital informacional suficient per a distanciar-se de tot el que és manifestament vulgar o de mal gust. No obstant això, la seua voluntat és adherir-se als valors més convenients i compartits des del seu punt de vista. Lluny de voler singularitzar-se són guiats per una lògica de conformitat.

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

## ■ Univers cultivat clàssic

- Organitzat en el següent eix: lectura de llibres, visites al patrimoni i assistència als teatres i concerts de música clàssica. Dominant en els individus d'estudis superiors de més de 45 anys i a una part important de les classes mitjanes nascudes abans dels anys quaranta. La "bona voluntat" cultural s'expressa també en la televisió (programes culturals).
- Resten al marge del *boom* musical i guarden les seues distàncies respecte a les noves formes d'expressió. Mostren una desconfiança crítica envers l'audiovisual, encara que són gran consumidors de televisió.

## ■ Univers cultural modern

- S'articula entorn de l'escolta musical i de les sortides nocturnes (concerts de jazz i de rock, espectacles de dansa i de cinema). La lectura de llibres conserva un lloc important, però ha perdut una gran part del seu poder de signe social.
- Construït a partir de formes d'expressió actuals en què les barreres d'accés simbòliques són menys fortes, és dominant entre els joves universitaris urbans.
- Més oberts a les influències exteriors i a l'actualitat que els individus de l'univers cultivat clàssic, mostren una certa reserva envers les formes jutjades massa intel·lectuals o massa serioses i són més sensibles als fenòmens de moda.
- La inversió en l'univers cultural pot ser important, però no té el caràcter sagrat que tenia sovint en l'univers cultivat clàssic. És més marcat pels valors de l'hedonisme i l'individualisme i s'integra més en l'art de viure al costat d'altres activitats de l'oci i el lleure.

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

## ■ L'univers “connectat” (*branché*)

- ❑ Situat a la cruïlla de l'univers clàssic i modern, correspon als usuaris més assidus dels equipaments culturals i són part fonamental de la vida cultural.
- ❑ El principi organitzador dels seus gustos és l'eclecticisme, entès com la forma d'associar activitats, gèneres de llibres o de músiques i d'espectacles que als ulls de la teoria de la legitimitat semblarien allunyats o inconciliables. Suposa una gran capacitat de seleccionar entre diferents tipus i categories d'activitats culturals i una familiaritat amb la cultura clàssica i actual.
- ❑ Resta en bona part una característica dels individus amb educació superior, d'edat intermèdia, sovint solters i habitants de les grans ciutats. Malgrat que són una minoria de la població (5-10%) tenen una forta visibilitat social.
- ❑ Es caracteritzen per l'extensió dels seus coneixements en matèria d'art i de cultura, manifesten una acceptació oberta de la cultura; integren la cultura consagrada amb gèneres considerats menors o infraculturals. P. ex. Hugo Pratt i Gustav Mahler.
- ❑ L'extensió dels seus coneixements els permet combinacions més singulars que els seus pares o avis, en què mostren una preocupació per mostrar signes exteriors de modernitat, com la moda o altres elements allunyats de la cultura cultivada clàssica.

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

## ■ **L'estudi del consum cultural a l'Estat espanyol**

- En el cas de l'Estat espanyol, l'estudi és més recent i sobretot menys sistemàtic: les enquestes de consum cultural són intermitents i s'han basat en una categorització socioeconòmica poc desenvolupada (p. ex. Categoria INE artistes i FFAA).
- Darrerament podem trobar diferents fonts per a estudiar el consum i les pràctiques culturals. En els àmbits estatal i autonòmic:
  - Instituto Nacional de Estadística
  - Centro de Investigaciones Sociológicas
  - Ministerio de Cultura
  - Fundación SGAE (abans Fundació Autor)
  - IDESCAT / Departament de Cultura Generalitat de Catalunya
  - Observatori de Dades Culturals de Barcelona

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

- **L'estudi del consum cultural a l'Estat espanyol**
  - Hem de destacar estudis des d'una perspectiva sociològica desenvolupats per Antonio Ariño, publicat el 2010. El llibre desenvolupa una anàlisi de tots els sectors incidint especialment en els canvis operats en dos eixos: 1) canvis dels formats i canals de difusió, 2) democratització de les pràctiques i 3) patrons de pràctica cultural per grup social, gènere i especialment per cohort.
  - En termes sociològics permet avançar en el debat sobre la persistència de la distinció (la cultura com a capital i com a font d'estatus) i l'aparició de l'omnivoritat en les seues diverses dimensions.



# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

## ■ Principals tendències detectades: consum i pràctiques culturals (1)

1. Pas del centre de gravetat de la cultura lletrada a una cultura audiovisual.
2. La llar es converteix en el centre del consum cultural primer amb la TV i actualment a partir dels dispositius electrònics constituint una *domus conexas*; s'estableixen cada vegada més espais segmentats per edat (*cultura de l'habitació*).
3. Actualment l'espai de consum és cada vegada més ubic (*cultura nòmada*) i s'ancora a la pròpia persona a partir dels dispositius mòbils (*cultura digital*). Alhora es transformen les modalitats de recepció i de participació cultural.
4. La lectura no és el centre i es transforma el seu ús (hipertextualitat). Situació paradoxal: augmenta la taxa general de lectura i la seua diversitat social, però hi ha grans disparitats per edat i gènere. La seua taxa es correlaciona amb el capital escolar.

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

## ■ Principals tendències detectades: consum i pràctiques culturals (2)

5. La lectura continua sent un objectiu essencial de la política cultural i és considerada com a accés al coneixement però molts segments de la població ho viuen de manera més profana, instrumental i hedonista.
6. El debat de la democratització cultural en el context de l'audiovisual i la digitalització dels sectors culturals bascula de l'accessibilitat al capital cultural necessari per a apropiar-se de la cultura: diversitat, augment i ubiqüitat de pràctiques culturals i es combina amb l'elitisme i pràctiques de cultura culta en espais institucionals.
7. Es produeix un gran augment del consum de música (*boom musical*). L'assistència a auditoris continua sent una forma de sociabilitat i mostra d'estatus i al mateix temps la digitalització converteix la música en pràctica central de les societats contemporànies.

# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

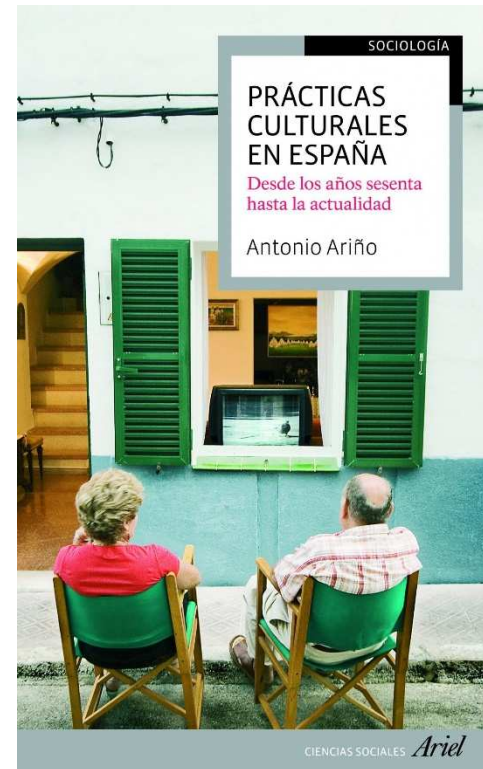
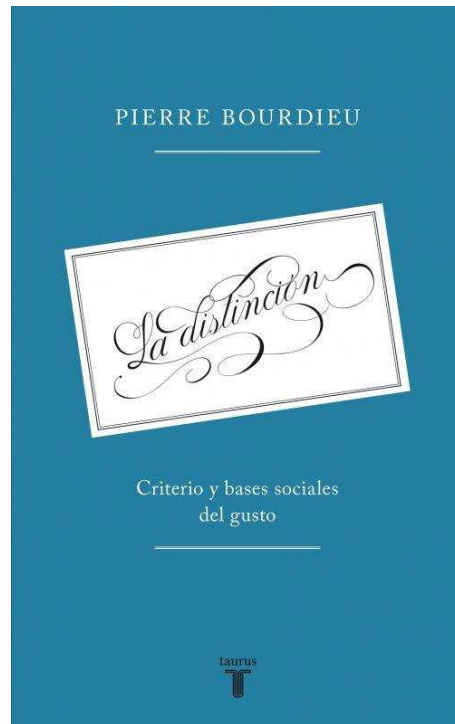
## ■ Principals tendències detectades: consum i pràctiques culturals (3)

8. Malgrat que continuem observant l'existència d'una lògica de distinció (encara que més estilitzada), no hi ha una homologia exacta entre pràctiques culturals i espai social.
9. Les pràctiques culturals no s'organitzen només en l'eix vertical culte-popular sinó també a partir d'altres criteris com la modernitat/tradicionalitat, gustos femenins/masculins, etc.
10. El mecanisme d'enquesta té una gran limitació perquè només observa absència en les cultures populars o subculturals.



# L'estudi quantitatiu del consum i les pràctiques culturals

- Per a saber-ne més
- Antonio Ariño, *Prácticas culturales en España*



### **3. Cultura, identitat, estatus i poder: l'estudi sociològic del consum i les pràctiques culturals**

#### **3.4. Els grans amateurs i les subcultures**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les  
pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# Els grans amateurs i les subcultures

- **L'estudi dels “grans amateurs” (aficionats, consumidors)**
  - Les teories sobre el consum cultural solen relacionar estructura social i consums i pràctiques culturals (teoria de la dominació simbòlica o teoria de l'omnivoritat). No obstant això, hi ha un fenomen que resta desenfocat, els grans consumidors, els “grans amateurs” (realitat estadísticament difícil d'atrapar i sobreinterpretada).
  - La teoria de la dominació simbòlica preconitza un distanciament de la creença compartida per a possibilitar una objectivació sociològica. No obstant això, es tracta també d'una ignorància tècnica i un descart sistemàtic del punt de vista de l'amateur. Percepció només de l'arbitrari dels codis. Nul·la sensibilitat a les diferències de qualitat i als canvis en els codis.
  - S'està desenvolupant una tradició d'estudi més microsociològica que estudia els grans amateurs de la música, els grans lectors, el gust pel vi, la gastronomia, etc. (Cf. Hennion).

# Els grans amateurs i les subcultures

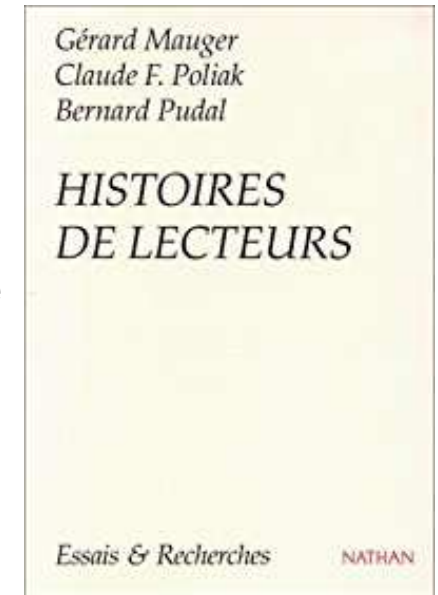
- **Problemes de l'aproximació macrosociològica o externa:**
  - El gust és una forma de relació problemàtica amb la realitat. En una mateixa operació es produeixen les competències i el repertori d'objectes als quals es presta atenció (gaudir l'art, degustar un vi, etc., és un procés que crea l'objecte).
  - Es deixa fora l'experiència de l'amateur (el que estima), la manera en què es produeixen les relacions i quins efectes produeixen. I no es tenen en compte l'establiment d'un dispositiu tècnic d'apreciació (conjunt més o menys organitzat de condicions favorables a l'apreciació).
  - És un dispositiu reflexiu i instrumentat de posada a prova de les sensacions. Cal reintroduir el "retorn" de l'objecte avaluat, el que fa i el que fa fer. Subjecte – mediació – objecte. Mediació: els mitjans per a avaluar l'objecte formen part dels efectes que pot produir. P. ex. el dispositiu de reproducció de música.

# Els grans amateurs i les subcultures

- **D'una sociologia externa de les determinacions a la microsociologia de les mediacions**
  - S'està desenvolupant una traducció d'estudi més microsociològica que estudia els grans amateurs de la música, els grans lectors, el gust pel vi, la gastronomia, etc. (Cf. Antonine Hennion).
    - Visió externa: repetició arbitrària dels codis, de ritus, d'hàbits, de convencions obeïdes de manera obsessiva pels practicants formant un grup i excloent-ne els no membres. Visió que ho pren en compte tot, excepte l'objecte. P. ex. degustació de vi: atenció al lloc, la taula, el ritu, l'esnobisme, els gots, els gestos, etc., menys el que hi ha a la copa.
    - Superar una visió dual: interpretacions lineals, naturals (el gust ve de les coses en elles mateixes: coses autònomes i inertes) i les interpretacions circulars, culturals (els objectes són el que nosaltres en fem: signes socials). Observar el món de mediacions i efectes: el cos que degusta i el gust de l'objecte, el col·lectiu que aprecia i el repertori dels objectes apreciats.

# Els grans amateurs i les subcultures

- **Història de vida i trajectòries de consum cultural**
  - Lectura com a forma de consum cultural més legítima, existència de “pànic moral” al descens de la taxa de lectura. Etnocentrisme lector per part de les ciències socials.
  - Històries de lectors: històries de vida d’una mostra de 15 persones de diverses classes socials, des de pagesos, treballadors, intel·lectuals, burgesos, aristòcrates, etc., que pertanyen a la generació del 68.
  - L’itinerari lector és associat a una trajectòria biogràfica (història familiar, currículum educatiu, carrera professional) necessari per a comprendre la relació amb la lectura.
  - Generació amb lectures associades a compromisos socials i polítics i itineraris lectors amb punts comuns però amb segregació per gèneres. I algunes sorpreses: gran burgesia i aristocràcia, distanciament de la lectura (pràctica democratitzada?).



# Els grans amateurs i les subcultures

## ■ Les subcultures espectaculars: l'estil com a resistència a la dominació

- Dick Hebdige parteix de la noció gramsciana d'ideologia, com una estructura mental que discorre per sota la consciència i que “satura el discurs quotidià en forma de sentit comú”, expressant-se a través processos socials, relacions i objectes que conformen la cultura dominant.
- Per contraposició, Hedbigge situa els grups subculturals que posen en dubte el principi d'unitat i cohesió de la cultura hegemònica. Cal, però, anar més enllà dels signes superficials entendre les motivacions per a rebutjar la cultura hegemònica.
- Els grups subculturals escullen objectes i els doten d'un nou sentit només comprensible inicialment per als qui la conformen. Aquests signes els diferencien de la resta de la societat i comuniquen la identitat del grup. No obstant això, gran part de les seues actituds s'expliquen per la seua posició social i la seua adscripció a una cultura ètnica (blanca, antillana, afroamericana, etc.).



# Els grans amateurs i les subcultures

## ■ El cicle de les subcultures: l'emergència

- Sorgeixen individus i grups que s'autoprodueixen la cultura com a forma de producció d'un estil de vida. Inicialment s'estudiaven casos dels grups marginals (joventut, grups ètnics, excèntrics), però actualment s'aplica a diversos col·lectius que creen significats que constitueixen les seues identitats distintives.
- Alhora hi ha una dialèctica entre resistència i apropiació entre els consumidors de cultura de masses en una dialèctica:
  - Els productors de les multinacionals intenten estructurar els desitjos dels potencials consumidors, promovent nous productes intensament.
  - Els individus escullen entre els béns oferts en consum i construeixen una expressió “autèntica” d'ells mateixos. Aquesta recombinació es produeix en uns patrons diferents dels de la societat dominant.



# Els grans amateurs i les subcultures

- **El cicle de les subcultures: la cooptació**
  - Estigmatitzats com a “diferents”, aquestes persones consoliden un conjunt de trets distintius que els defineixen una identitat individual i de grup.
  - Les autoritats inicialment ignoren aquest estil resistent, però això canvia quan és vist com un desafiament a la llei o les normes socials. A vegades aquest fenomen acaba amb un escàndol mediàtic.
  - La reacció de les autoritats atrau un nombre de joves difusament desafectes que emulen de manera superficial aquest estil sense comprometre's amb les accions i les actituds polítiques del grup inicial.
  - L'estadi final del cercle dialèctic és la cooptació de la indústria que trau tota força simbòlica a la resistència i **converteix la revolta en un mer estil**. Retorn al pas 1.



# Els grans amateurs i les subcultures

## ■ De les subcultures a les comunitats de fans

- Amb la noció de subcultura espectacular, Hebdige analitza diverses subcultures aparegudes des dels anys seixanta fins als setanta (rockers, mods, punks, rastafaris, etc.) i permet analitzar altres subcultures posteriors. No obstant això, deixa fora de focus aquelles subcultures que no tenen com a base un estil musical concret o bé que no expressen l'estil de manera destacada a través d'una forma subcultural de vestir. Per exemple, les comunitats de fans de jocs de rol, els seguidors de Star Trek, etc.
- Amb la irrupció de les noves tecnologies de la comunicació, aquesta realitat que ja era existent s'amplifica, capta nous públics i ocupa una posició més central dins la cultura contemporània (Henkins). La subcultura fan, però, ja no pot ser analitzada com un tot homogeni sinó que sorgeixen diversos graus d'integració o bé distàncies diverses respecte a la cultura *mainstream*.



# Els grans amateurs i les subcultures

## ACTIVITAT

- Classifiqueu les pràctiques en la subcultura antihegemònica o elements subculturals dins una comunitat de pràctiques.
  - Hackers / Nerds / Usuari d'informàtica
  - Fanàtic del còmic / Otaku / Lector / Gamer / Espectador
  - LAMP / Teatre amateur / Community theatre / Airsoft / Assistent a parc temàtic

# Els grans amateurs i les subcultures

## ACTIVITAT

- Visionament del documental *Comic-Con Episode IV: A Fan's Hope* dirigit per Morgan Spurlock (director *Super size me*), estrenat el 2011. *Comic Con* filma la convenció que se celebra a San Diego (Estats Units), l'any 2010. El documental segueix cinc visitants durant la seua estada a la Comic Con.
- Qüestions per a treballar:
  - Quin paper juga el còmic com a pràctica cultural i quines etapes podem destacar en la seua consideració social com a pràctica cultural?
  - L'afició dels còmics continua sent una pràctica de fans subcultural o bé ja es tracta d'una pràctica de la cultura de masses? La convenció està dominada pels fans o per la indústria i els *media*?
  - En relació als aspirants a dibuixants o els dibuixants professionals podem trobar similituds i diferències respecte a les altres professions culturals?



# Els grans amateurs i les subcultures

## Per saber-ne més

- Henry Jenkins, Fans bloggers y videojuegos
- Matt Hills, *Fan cultures*



---

# Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals



VNIVERSITAT  
ID VALÈNCIA

Joaquim Rius Ulldemolins  
Dr. en Sociologia  
Professor Ajudant Doctor UV

---

---

## **4. Canvis socials i transformacions de les pràctiques culturals**

### **4.1. Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Un canvi de fase històrica, una transformació del sistema cultural**
  - En el marc de la societat postindustrial (Bell, 1976) la cultura es converteix en un factor productiu clau. En aquest context assistim a tres tipus de canvis:
    - Canvis en els modes de producció en què la cultura i el coneixement es converteixen en un dels objectes centrals (capitalisme cognitiu) i les mercaderies estan carregades simbòlicament.
    - Canvis en la forma de treball; s'introdueix la flexibilitat característica del treball creatiu com a paradigma de treball i en què el treball creatiu s'inscriu en el nucli de la producció de valor
    - Canvis en els patrons de consum, que es converteix en un mode de producció de les identitats i de formació de comunitats socials.



---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

## ■ **Canvis en el mode de producció**

- Des de la dècada del setanta hi va haver un canvi profund en les societats occidentals que marquen la fi d'una economia centrada en la indústria i basada en un model de producció vinculat al fordisme i un passatge a un tipus d'economia centrat en els serveis i un model productiu postfordista.
- Hi ha tot un corrent de pensament vinculat al marxisme que planteja:
  - **Ernest Mandel:** entén que la millora en les condicions de valorització del capital i les transformacions tecnològiques defineixen una nova fase del capitalisme a la qual denomina capitalisme tardà.
  - **David Harvey:** aquestes transformacions tecnològiques tenen com a conseqüència noves modalitats de treball (flexibilitat) i la configuració d'un nou tipus de relacions socials de producció que afecta no només l'esfera econòmica en la seua totalitat sinó, i conjuntament amb ella, a la cultura.
  - **Frederic Jameson:** aquest nou tipus de capitalisme es caracteritza pel predomini de les corporacions transnacionals i l'expansió dels *mass media* que produeix una nova relació entre cultura i societat. La saturació de signes i imatges provoca una expansió de l'esfera cultural sobre l'econòmica.

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Canvi en les modalitats de treball**

- Aquestes transformacions en les formes de producció van portar aparellada l'emergència i centralitat de noves activitats i professionals i un canvi en les modalitats de treball. Aquestes transformacions són desenvolupades al llarg de la dècada dels noranta per autors com Mike Featherstone, Antonio Negri i Mauricio Lazzarato, Richard Sennett, Pierre-Michel Menger.
  - Noves activitats: apareixen vinculades a les indústries de la comunicació (cinema, televisió, música i publicitat), els sectors de producció de béns vinculats a la moda (roba, mobles, joieria, etc.); diferents tipus de serveis (com el turisme, indústries de l'entreteniment, etc.) i les professions "creatives" (arquitectura, arts gràfiques, disseny web, etc.).

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Característiques de les noves activitats**
  - Aquest segment d'activitats productives es caracteritza per:
    - Generar béns i serveis simbòlics. Això vol dir que transmeten als consumidors signes estètics i semiòtics no directament utilitaris.
    - Incloure relacions laborals basades, majoritàriament, en processos intel·lectuals, afectius i flexibles (en detriment d'aspectes manuals, tècnics i rutinaris).
    - Estar basats en l'ús intensiu de les noves tecnologies digitals i de la comunicació.

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Nous professionals, noves mediacions entre cultura i societat**
  - Mike Featherstone utilitza el terme d'intermediaris culturals per a definir algunes característiques d'aquests nous professionals vinculats a aquestes noves activitats de la cultura de consum orientada al mercat.
    - Aquests intermediaris funcionen com a **vasos comunicants entre les abans tancades àrees de l'anomenada alta cultura i la resta de la societat**. Els intermediaris apareixen vinculats a l'aparició i expansió d'una nova classe mitjana vinculada al sector dels serveis que es converteixen no només en productors i difusors simbòlics sinó en potencials consumidors sensibles a l'estilització de gustos i consums.
    - Com a productors i difusors, aquests intermediaris generen nous mecanismes pedagògics capaços de transmetre pautes culturals i gustos que abans estaven vinculats als participants actius de l'anomenada alta cultura.

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Noves modalitats de treball i carrera professional**
  - Conjuntament, amb l'emergència d'aquests nous sectors i professionals es van definint noves modalitats de treball que afecten el món laboral en el seu conjunt. Sennett caracteritza aquestes noves modalitats de treball a partir d'elements quasi oposats a la feina fordista, com l'organització des-jerarquitzada, l'adaptabilitat constant i la flexibilitat.
  - Els seus patrons de carrera adopten perfils similars als dels mons artístics:
    - Flexibilitat en les formes de contractació i generalització de l'autoemprenedoria.
    - Absència de barreres a l'entrada i reputacions segons resultats.
    - Treball per projectes: períodes d'activitat i d'atur, orientació als resultats i no per processos, avaluació i remuneració segons aquests.
    - Inestabilitat en les remuneracions i alts graus d'incertesa en els resultats dels projectes.

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

## ■ **Noves formes de consum**

- No només en els àmbits de la producció es van generar canvis. També en les formes de consum. Es pot dir que no només hi ha un creixement del consum, sinó un canvi en les seues pautes i en les transformacions socials que operen a partir d'elles.
- **Bauman:** Distingeix el consum en la modernitat sòlida (societat de productors) del consum en la modernitat líquida (societat de consumidors).
- El consum en la modernitat sòlida - societat de productors:
  - Cerca de possessions sòlides i perdurables.
  - La gratificació era donada per una promesa de seguretat a llarg termini i no per un gaudi immediat.
- El consum en la modernitat líquida - societat de consumidors:
  - Tipus d'acord social que resulta de la reconversió dels desitjos, anhels i ganes humans en la principal força d'impuls i d'operacions de la societat.

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Bell:** El sociòleg nord-americà Daniel Bell utilitza el terme societat postindustrial per a explicar l'emergència d'aquest nou període en les societats occidentals centrades en el consum.
  - Bell entén que les transformacions socials dels darrers temps no s'expliquen únicament a partir dels canvis tecnològics sinó principalment, en els comportaments en el consum (específicament els experimentats en la societat nord-americana a partir de la dècada del vint del segle XX). Bell sosté que les societats contemporànies —a diferència d'altres períodes de la història— s'estructuren, cada vegada més, a partir de les pautes culturals que funcionen com a fonament i principi dinamitzador de la societat.



---

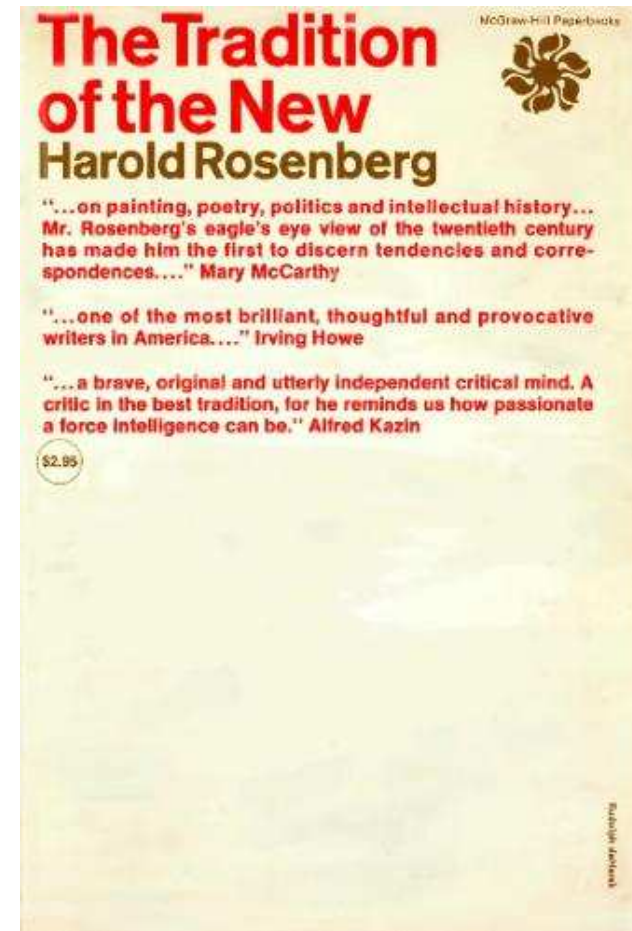
# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Maduresa i obsolescència de l'ordre cultural modern (1)**
  - L'ordre cultural modern, sorgit en la segona meitat del segle XIX, arriba al seu punt àlgid de legitimació i desenvolupament en la segona meitat del segle XX. És aleshores, per exemple, que les primeres avantguardes (cf. el fauvisme, l'expressionisme, el cubisme i també el surrealisme) arriben a la seua consagració, com ho poden mostrar les exposicions que els són dedicades, la cotització de les obres o el reconeixement i distincions als seus protagonistes.
  - En els anys cinquanta i els anys seixanta es produeix una transició des d'una **cultura avantguardista “organitzada” cap a un corrent vague d'innovació** que es caracteritza pel seu hedonisme, la seua voluntat de trencament de la distància entre l'art i la vida, la democratització del geni, etc. És a dir, tot allò que els francesos anomenen l'esperit del “seixanta-vuit” i que per tant centren a París. No obstant això, aquest procés a diferència dels anteriors no va tenir un sol centre o pocs centres (París, Londres, Berlín, Viena), sinó que va tenir uns lideratges més difusos i, en tot cas, el principal lideratge el van tenir els EUA, concretament Nova York i Los Angeles.



# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Maduresa i obsolescència de l'ordre cultural modern (2)**
  - Amb aquesta “institucionalització” ja sorgeixen les primeres (auto)crítiques com “The Tradition of the New” (la tradició de la novetat) (1959) de Harold Rosenberg, el gran crític d'art nord-americà, que assenyalen l'obsolescència del paradigma modern.
  - Altres crítiques insisteixen en el caràcter autoreferencial (i per tant desconnectat del públic), en l'obsolescència immediata posteriorment a la seua presentació (art com les restes “après la fête”) i en el seu caràcter inútil per al progrés social o per a establir pautes morals i de conducta.



---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Postmodernitat i procés de desdiferenciació d'esferes (1)**
  - Per a Scott Lash, si la modernització és el procés de diferenciació entre esferes socials, la postmodernitat és el procés de desdiferenciació. Afirmar que si el referent del procés de modernització com a diferenciació és Weber, el teòric postmodern és Walter Benjamin.
  - Per a Lash, hi ha quatre components principals en un paradigma cultural:
    - La relació entre els tipus d'objectes culturals produïts, per exemple, estètic, teòric, ètic.
    - La relació entre el cultural com a conjunt i el social.
    - La seua economia cultural: les condicions de producció i consum, les institucions de la cultura, el mode de circulació i el producte cultural.
    - El mode de significació, les relacions entre significant, significat i referent.
  - Si la modernitat pressuposava la diferenciació d'aquestes unitats, la postmodernització es desenvolupa a partir de la desdiferenciació d'aquests quatre components.

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Postmodernitat, difuminació de l'ordre modern i noves regles de l'art**
  - No existeixen dos modes de producció tan contrastats:
    - En el sector de la gran producció no hi ha un monopoli i un entorn estable sinó que hi ha inestabilitat i canvi accelerat. Les grans empreses han respost amb la creació d'estructures flexibles i adaptables: agents que assumeixen el risc (productors) i filials “independents” adaptades als gustos locals.
    - En el sector de la producció restringida s'han produït canvis profunds per l'extensió de les subvencions públiques i el mecenatge privat; s'ha creat un “mercat administrat” que socialitza el risc i possibilita una carrera al marge del mercat privat.
  - Ja no existeix una dualitat entre intermediaris: descobridors i consagradors vs. publicistes i comunicadors. Actualment el màrqueting ha entrat en l'esfera de la gestió cultural i alhora els publicistes i comunicadors tenen un rol cada vegada més decisiu en la valoració de l'art com a *trendsetters*.

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

## ■ Postmodernitat i procés de desdiferenciació d'esferes (2)

- No existeix ja l'estructura tripartida (comercial, art pur consagrat, art pur emergent). La velocitat de carrera s'escurça en accelerar-se les carreres (p. ex. subhastes d'art). Es desactiva la dinàmica de consagració en grup que substitueix un altre (pauta avantguardista).
- Els codis de l'art pur i l'art comercial s'apropen, ja que en l'art pur s'assimilen els codis i els objectes de l'art comercial —el pop art—, i en l'art comercial s'adopten llenguatges i la sofisticació de l'art pur —els anuncis de cotxes, tecnologia de consum.
- Hi ha menys distància social entre els artistes purs i els comercials, i es donen freqüents trànsits entre uns sectors i els altres sense que això produísca un fenomen d'expulsió el camp artístic (p. ex. escriptor i guionista televisiu).



Roy Lichtenstein



Marvel comics

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Postmodernitat i procés de desdiferenciació d'esferes (3)**
  - No hi ha una dinàmica de canvi progressiu i un ajustament automàtic entre producció i consum. El relleu lent i ordenat de cicles de consagració estilística és suplantat cada vegada més per una dinàmica de modes efímeres o de llançaments personals continus i dispersos (el valor de posició ha perdut importància).
  - Conclusions: en general, hi ha una expansió de l'esfera cultural especialitzada; s'ha expandit a altres activitats ocupant actualment un lloc central a la societat. Els límits de l'esfera artística s'han difuminat per la seua expansió a altres activitats (disseny, còmic, alimentació, etc.) així com per l'entrada del sector públic i el tercer sector que democratitzen els públics i els objectes definits com a cultura.

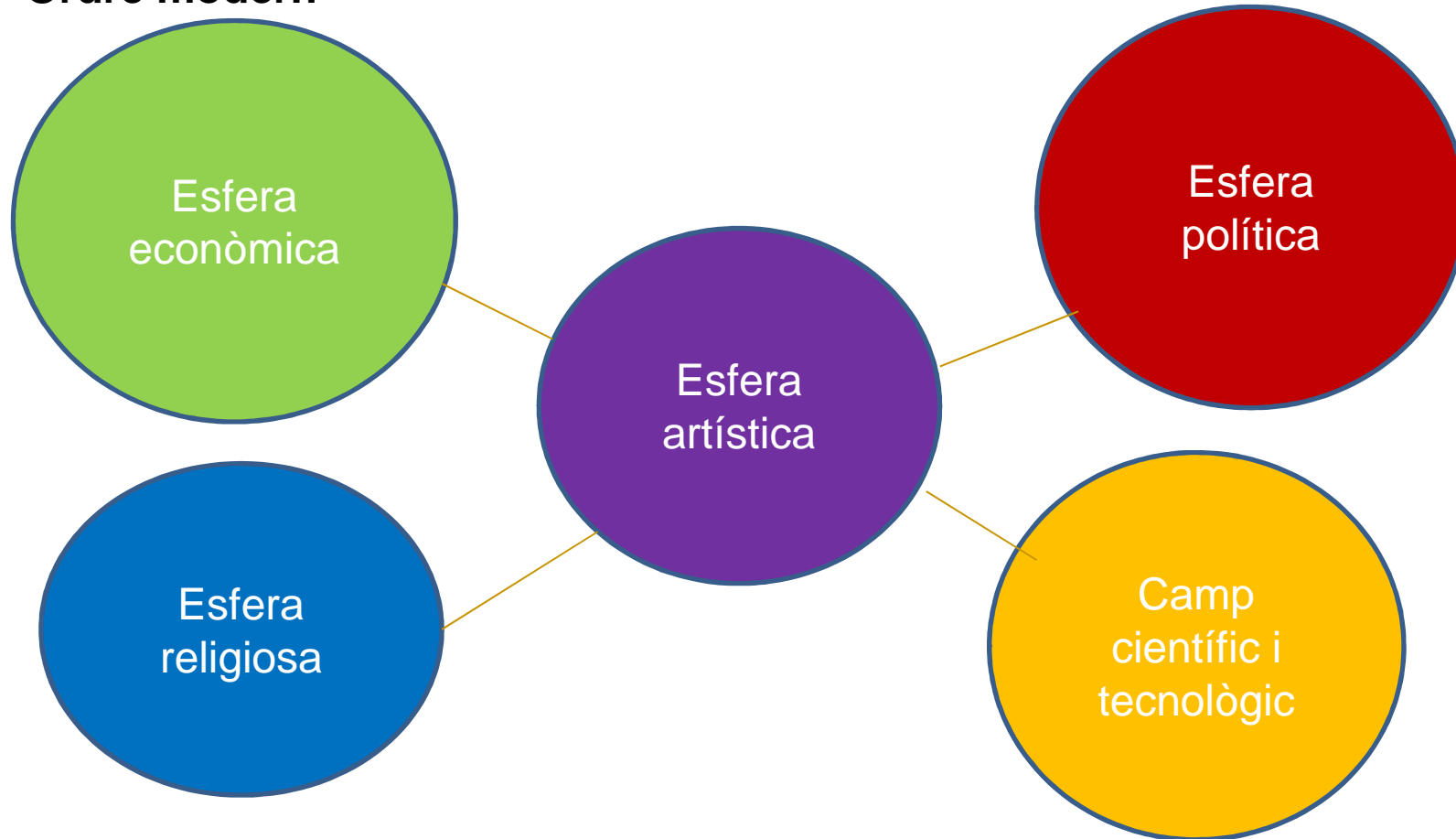
# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Convergència entre l'esfera cultural i l'econòmica: el rol del consum**
  - Aquests canvis acompanyen una transformació encara més profunda del sistema social i econòmic, que canvia les relacions generals entre economia i cultura, esferes que ara ja no apareixen com a oposades sinó com estretament imbricades i a vegades fins i tot confoses, amb una **espectacularització de la cultura i una estetització del consum de béns i serveis** (Graeme Evans, *From Prado to Prada*).



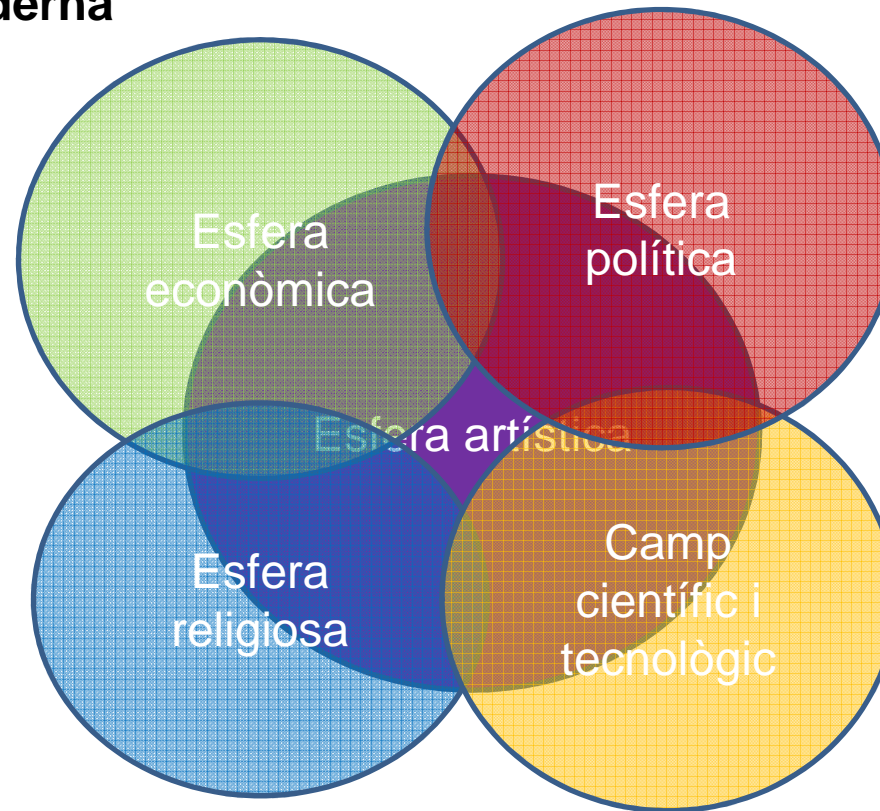
# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Ordre modern**



# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Fusió postmoderna**



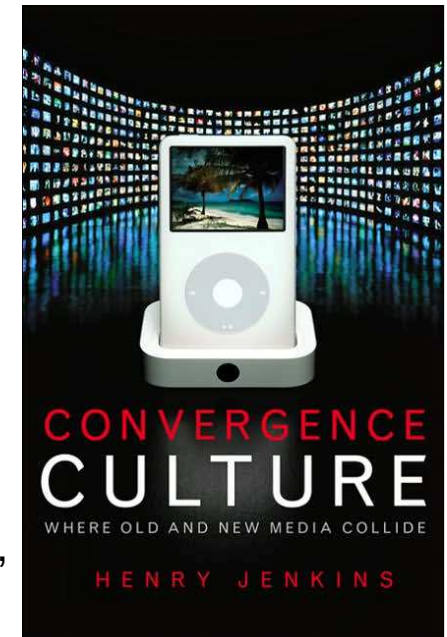
Font: elaboració pròpia



# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

## ■ La cultura de la convergència (1)

- Henry Jenkins defensa la idea de la cultura de la convergència (2008) en què el marc de les tecnologies digitals està transformant les lògiques de la producció i el consum cultural.
  - Aquesta convergència és deguda al fet que es redueix el cost de transferir el contingut entre diferents formats i plataformes.
  - Es produeix una estratègia de desregulació de les xarxes de comunicació i de les indústries culturals des dels anys vuitanta.
  - Una convergència entre les empreses del sector de les TIC, les comunicacions i la indústria cultural que suposa la creació de conglomerats empresarials.
  - La visió de Jenkins és fonamentalment positiva d'aquest procés, ja que té uns efectes culturals democratitzadors, malgrat la formació de quasi-monopolis en algunes àrees de la producció cultural.



---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **La cultura de la convergència (2)**
  - Segons els seus defensors com Deuze (2006), Jenkins (2008), Bruns (2008), la cultura de la convergència té dues conseqüències fonamentals:
    - Afavoreix una cultura participativa en què els consumidors són incitats a buscar la seua pròpia informació i establir les seues pròpies connexions entre continguts diversos.
    - Suposa una nova forma de producció cultural en què els individus, de manera col·lectiva, comparteixen interessos i experiències per a resoldre problemes comuns, crear recursos col·lectius i reunir informació escampada en benefici de la comunitat. Aquesta nova forma de producció social s'ha denominat "intel·ligència col·lectiva" (Lévy 2007), "multituds intel·ligents" (Rheingold 2002) o We-think (Leadbeater 2008).
  - En tots els casos, es tracta de formes d'organització social obertes i no institucionalitzades que reuneixen i comparteixen recursos, informacions i creacions a través de les plataformes tecnològiques, i així aconseguen resultats que no podrien aconseguir mitjançant esforços individuals.

---

# Societat postfordista i dinàmiques culturals postmodernes

- **Resum: de l'ordre modern a la societat de la cultura o la societat creativa**
  - No existeix una oposició en els mons de producció i no ens trobem ja davant una bipolaritat en els intermediaris. Per tant, l'estructura tripartida i la modalitat de canvi per onades avantguardistes ha quedat desdibuixada.
  - No hi ha una oposició tan gran entre productors i consumidors i una diversitat de professions són considerades creatives i els consumidors adopten un patró més actiu. S'ha passat a una noció més laxa de l'esfera cultural com a esfera creativa.
  - Es produeix una convergència entre diferents empreses de la comunicació i indústries culturals i una major connexió entre nivells culturals amateurs i professionals.
  - La creació no es concep com un treball carismàtic o col·lectiu orientat a una producció disciplinària sinó com una activitat difusa o una actitud que genera *mixes*, sinergies o ressonàncies.

---

## **4. Canvis socials i transformacions de les pràctiques culturals**

### **4.2. Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

- **Consum i pràctiques culturals en el segle XXI**
  - Aparició de noves capes mitjanes amb alts nivells educatius i amb unes professions lligades a la intermediació cultural. Atenció major als productes d'altres cultures: consums culturals més heterogenis (efecte traducció).
  - Tendència a la desjerarquitxació dels consums culturals i la revaloració dels consums “underground” / kitsch / sèrie B, etc. (desclassificació, DiMaggio). Revaloració de la cultura com a estil de vida, en la seua dimensió més hedonista.
  - Utilització intensiva en tots els àmbits dels gadgets tecnològics i creença en el paper democratitzador d'internet. Predomini de la ideologia ciberutòpica, de la ideologia californiana respecte a la democratització cultural i les relacions socials.
  - Sorgiment de comunitats locals o virtuals al voltant de consums culturals o marques de productes.

---

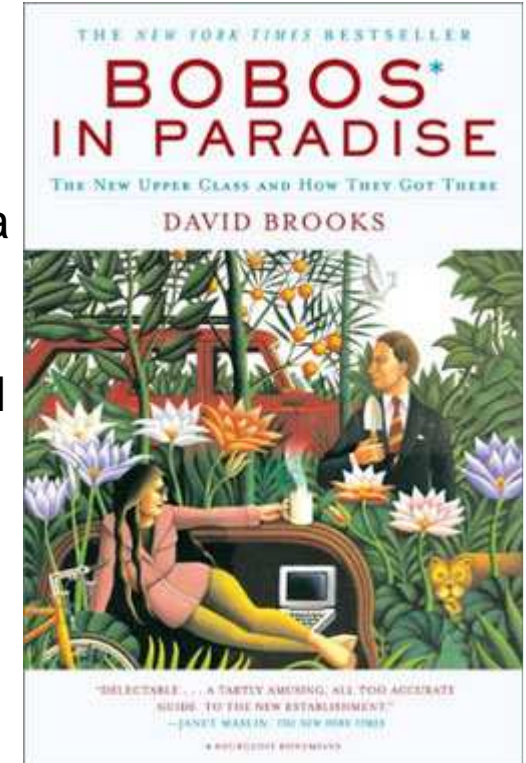
# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

- **Cosmopolites (Ulf Hannerz, 1990)**
  - Normalment les cultures es defineixen territorialment (en termes de nacions, regions o localitats), però també podem parlar d'estructures col·lectives de sentit per les xarxes més àmplies en l'espai, transnacional o fins i tot global.
  - De tant en tant els emigrants poden ser cosmopolites, però la majoria d'ells no ho són. El concepte de l'expatriat pot ser dels que s'associen més fàcilment amb la categoria de cosmopolita: aquestes són persones que poden permetre el luxe d'experimentar amb altres cultures, però viuen l'amenaça del desarrelament.
  - Cada vegada hi ha més persones que de manera sistemàtica i directa estan involucrades en més d'una cultura.

# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ BoBos (Brooks, 2000)

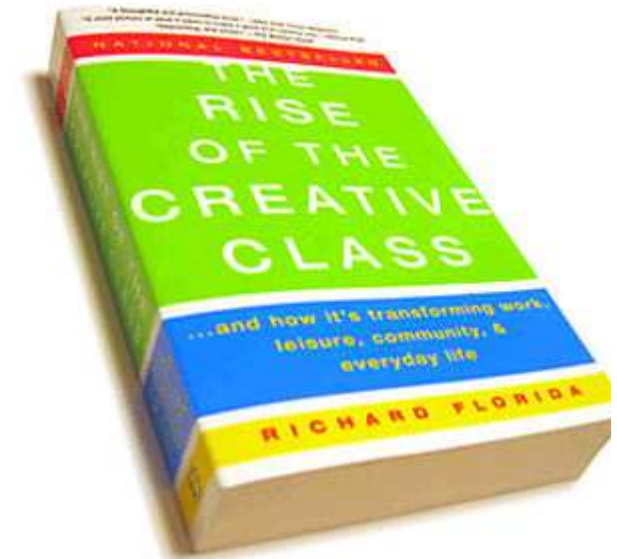
- Bobos, abreviatura de burgesos bohemis és l'intent de caracteritzar un grup social pels valors que els seus membres comparteixen, agrupant sota aquest terme la transformació dels *yuppies* dels anys vuitanta.
- Per a Brooks, la nova classe alta és un encreuament entre l'idealisme de la dècada de 1960 i l'actitud liberal i individualista de l'era Reagan. En el consum cultural són més eclèctics i contraculturals que les antigues classes mitjanes altes.
- És un terme pejoratiu i a Europa hi ha moltes variacions es troben relativament a prop: xampany socialista, liberal de limusina, esquerra caviar, etc., que fan referència a un component ideològic i estil de vida de les noves elits urbanes.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ **Les classes creatives (Richard Florida, 2000)**

- Segons aquest autor, aquesta classe reuneix uns 40 milions de persones als EUA, o el 30% de la força laboral, però el 50% dels salaris i el 70% del poder adquisitiu disponible. La seua investigació es dirigeix a la comprensió i als plans d'atracció de les ciutats per a les classes creatives.
- Aquesta capa social es defineix principalment pel talent, la tecnologia i la tolerància. Segons la seua visió, hi ha una correlació entre la presència de la "classe creativa" en les principals ciutats i un alt nivell de desenvolupament econòmic. La classe creativa se sent atreta per certes àrees urbanes i alhora la seua presència en reforça l'atractiu. Això crea un cercle virtuós.

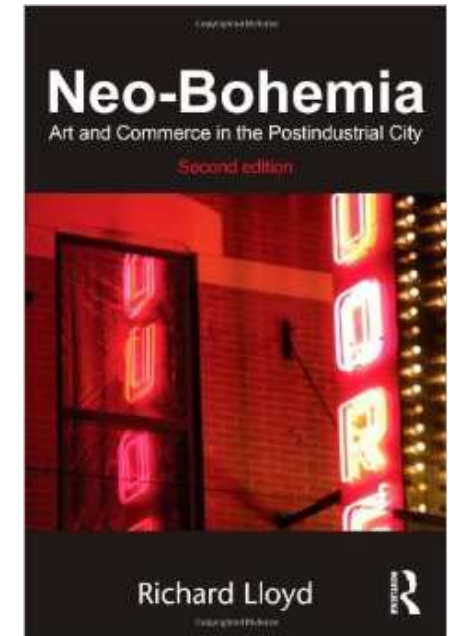




# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ Neo-bohemia (Lloyd, 2010)

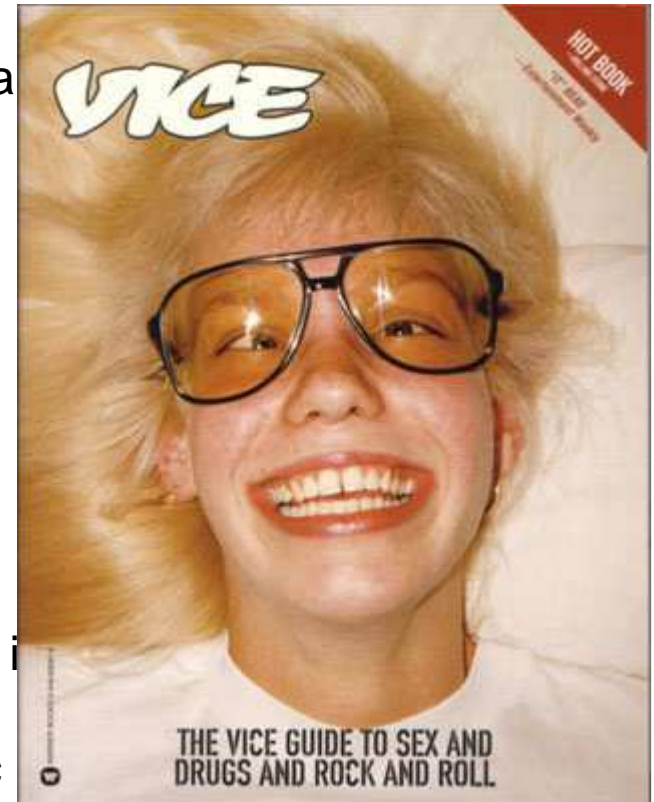
- El terme parteix del concepte de bohèmia utilitzat per a caracteritzar els eterns candidats a la fama artística que van poblar les grans capitals culturals del segle XIX i XX (Graña 1964). Així mateix, l'apel·latiu *neo* fa referència a la seua incardinació en l'economia postfordista i el seu pas d'una posició marginal a un paper central dins d'aquesta economia i la seua capacitat de generar patrons de consum *mainstream* a escala global.
- El seu *ethos* antiinstitucional i la seua capacitat per a integrar-se en ambients urbans complexos (tornada al centre ciutat) fa que siga més permeable a les innovacions socials i estilístiques. Alhora transmeten aquestes a la nova economia a través del seu treball flexible per a les indústries culturals.
- Aquesta neobohèmia es caracteritza per repetir els patrons de concentració propis de les professions artístiques en determinats barris i en convertir-los a posteriori en llocs d'atenció mediàtica i turística com a barris bohemis.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ Hiptsers (Grief, 2010)

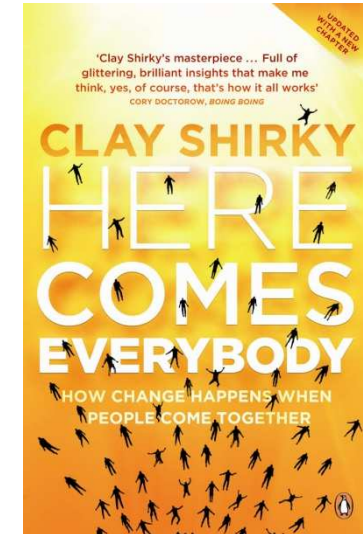
- En els països anglosaxons (i cada vegada més a la resta del món), s'utilitza el terme "Hipster" per a referir-se als codis culturals deliberadament eclèctics i superficials de les classes mitjanes i altes que combinen elements de la cultura de masses amb elements de la contracultura desproveïda de la crítica política anterior.
- La seua actitud davant del consum cultural és ambivalent: rebutja tot el que és *mainstream*, però no ho fa en nom d'un avantguardisme (autonomia i innovació) sinó d'un elitisme (ironia i hedonisme).
- Com a subcultura, és desenvolupada en el marc de la identitat blanca i masculina (i no associat a subcultures minoritàries), cosa que li ha valgut l'acusació de conformisme social i ideològic.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ Tesis sobre el món digital i la cultura

- ❑ Existeix un món cultural digital separat de les esferes culturals analògiques. Podem parlar d'una "cultura digital" com una nova forma de consum i pràctica cultural, que representa una nova etapa en la història tecnològica i cultural en concret i en l'evolució humana en general.
- ❑ En el món digital es formen segons aquesta visió "comunitats virtuals" que són la base d'una contracultura digital que s'expressa en el moviment *hacker* que combina desenvolupament tecnològic, activisme polític i un estil de vida diferenciat.
- ❑ Les comunitats virtuals són presentades com una forma que combina individualisme i comunitat / competència i cooperació de forma harmònica. Alhora són comunitats obertes a la participació no especialitzada, i possibiliten una participació cultural gairebé totalment horitzontal.



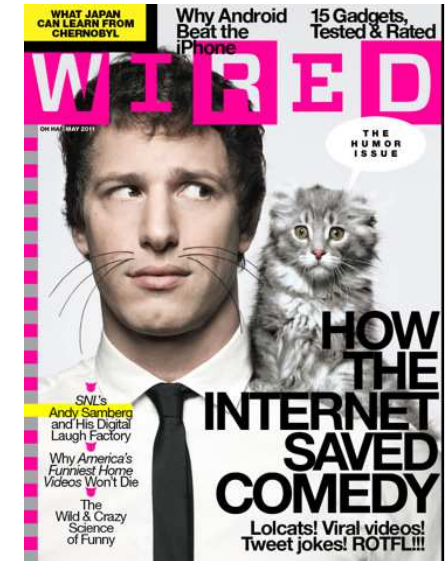
# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

- **Mix com a forma cultural / hacker com a heroi**
  - Una de les tesis de l'utopisme digital és la transformació de l'objecte de creació. Enllaçant amb les tesis postmodernes sobre la dissolució de la dinàmica de la innovació i del reemplaçament per la mescla (alguns ho anomenen "pastiche") propi del món posterior a les avantguardes inaugurat en els anys vuitanta.
  - L'abundància de fonts impulsaria aquesta forma de creació imitativa i col·lectiva, que segons recorden ha estat comuna en la història de la cultura. La idea és que la forma pròpia de l'era d'internet és la mescla a partir de diverses fonts (cultura del *mix*).
  - El *hacker* apareixeria com el representant d'aquesta nova capacitat de mesclar materials amb independència de les lleis de copyright i de desmuntar els artefactes corporatius (enginyeria inversa) generant un coneixement contrahegemònic. Alhora el *hacker* seria una figura: expert enginyer, activista (*hacktivista*), partisà (Anonymous).

# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ La Ideologia californiana (1)

- La "ideologia californiana" (Barbrook and Cameron) és una combinació d'actitud bohèmia, utopisme tecnològic i neoliberalisme. Representa en realitat una reconfiguració de l'imaginari social i una confluència entre la nova dreta i la nova esquerra. Nascuda a Silicon Valley, la meca de l'anomenada nova economia, la ideologia californiana es va nodrir del radicalisme democràtic i els moviments contraculturals, que promouen un *ethos* postmodern.
- Aquests moviments insisteixen en la descentralització, la pluralitat i la identitat fragmentada i promouen el rebuig a les institucions (familiars, educatives i estatals) que són considerades impediments a l'emancipació individual.
- Els seus principals protagonistes han anat guanyant pes econòmic i poder social i política en la mesura que les noves tecnologies esdevenien un sector clau en l'economia.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ La Ideologia californiana (2)

- Segons aquesta visió, la confluència de la ideologia neoliberal i del moviment hippy, inspirats pels textos de McLuhan (McLuhan & Zingrone 1997) sobre el veïnatge universal, situarien a les noves tecnologies de la informació primer i internet després, com una oportunitat de crear una democràcia jeffersoniana en què els individus podrien expressar-se lliurement en el ciberespai.
- Des dels anys noranta, aquesta ideologia ha pres un nou impuls a partir de gurus i consultors tecnològics en considerar la tecnologia —i les empreses tecnològiques— com la solució a bona part dels problemes socials i polítics actuals.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ **Contratesi sobre el món digital i la cultura**

- ❑ Pròpiament no es pot distingir entre una cultura digital i una cultura analògica, les arts es desenvolupen en esferes especialitzades d'activitat sotmeses a unes normes socials idèntiques, malgrat que canvie el canal d'intermediació.
- ❑ La interacció creativa es basa en els grups reduïts i molt focalitzats en contrast que dona lloc a la innovació (Collins). Aquest contrast pot ser més conflictiu (Bourdieu) o cooperatiu (Becker), però exigeix un marc especialitzat.
- ❑ En el món digital els que s'organitzen en comunitats creatives restringides funcionen (Wikipedia), però aquestes no són horitzontals. No obstant això, les grans comunitats de participants atomitzats només donen lloc a fenòmens virals repetitius i circulars sense veritable novetat disciplinària.
- ❑ La dispersió dels creadors i la dependència d'intermediaris quasi-oligopolístic transformarà el món cultural, però en tot cas desactivarà la lògica de creació basada en la innovació disciplinària. Cal posar en dubte el discurs de "creativitat alliberada" pel món digital.

---

# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ Fandom (1)

- Contracció de la paraula *fanatic domain*. És un terme utilitzat per a referir-se a una subcultura composta per aficionats que es caracteritzen per un sentiment d'empatia i la companyonia amb altres que comparteixen un interès comú.
- Els aficionats normalment estan interessats en els detalls, fins i tot de menor importància de l'objecte de la seua afició i passen una part significativa del seu temps i energia involucrada amb el seu interès, sovint com a part d'una xarxa social amb pràctiques particulars. Serien els protagonistes de la cultura DIY o *User Generated Content*.
- Per a alguns autors, conformen comunitats socials que comparteixen lligams de formació de sentit vital, com les minories religioses. En tot cas expressarien la importància del consum cultural per a la formació d'identitats postmaterialistes.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

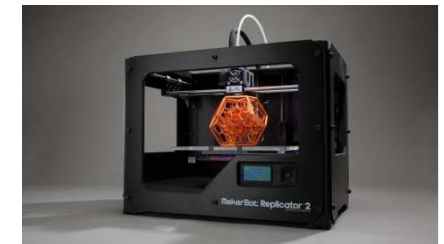
## ■ Fandom (2)

- És molt freqüent que aquestes comunitats tinguen uns canals de comunicació habituals, trobades anuals, codis compartits, disfresses, etc. Altres noms utilitzats segons especialitzacions: *Furry* (animals), *Otaku* (Manga), *Geeks* (tecnologia), *Gamers* (videojocs), *Trekkies* (sèrie Star Trek), AFOL (Lego), etc.
- Un tema controvertit és la vinculació amb els *media* (indústria cultural i mitjans de comunicació). Mentre alguns autors defensen la teoria d'una compatibilitat i convergència (Jenkins), altres n'assenyalen l'antagonisme i el conflicte i preconitzen l'establiment d'estratègies subversió (*culture jamming*, guerrilla comunicativa, etc.).



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

- **Prosumers i makers: esborrament de la distància entre productor i consumidor?**
  - Cal destacar també l'aparició dels prosumers (contracció del mot productor-professional amb consumidor). Es tracta d'un neologisme inventat per Alvin Toffler (sociòleg i futuròleg, *sic*) per a caracteritzar el consumidor actiu que participa en la distribució. Actualment, però, pren l'accepció de consumidor-productor, especialment en el sector audiovisual.
  - Darrerament, amb l'emergència de tecnologies com les impressores d'objectes o 3D, s'ha desenvolupat el terme *makers* amb un significat similar.
    - Hi ha empreses que ho afavoreixen: p. ex. Lego possibilita a la seua pàgina web compartir nous models elaborats pels mateixos consumidors.
    - Però no només això: hi ha productes directament dirigits a fomentar aquest vessant participatiu i que són coproduïts amb els usuaris, és el cas de Mindstorms.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

- **El cas de Lego i Mindstorms: democratització de la innovació? (1)**
  - Eric von Hippel, el professor del MIT que es dedica a analitzar els models d'innovació col·laborativa entre empreses i usuaris i que va publicar el llibre *Democratizing innovation*. Com a resum:
    - La innovació pels usuaris (el que ell anomena democràtica) seria la forma natural d'organització (que sorgeix de manera espontània sense un objectiu comercial).
    - Una vegada que les tecnologies de la informació redueixen les barreres d'entrada (comunicació i eines de disseny i fabricació), aquest model és molt més eficient i eficaç que els models tancats *in house*.
    - La propietat intel·lectual s'utilitza com una arma per a bloquejar aquest tipus d'innovació.



# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

- **El cas de Lego i Mindstorms: democratització de la innovació? (2)**
  - Lego ha aplicat aquest paradigma a Mindstorms, un joc basat en blocs de construcció robotitzats i programables. Mindstorms va aparèixer per primera vegada a mitjans dels 90, i el 2001 es va començar a comercialitzar la versió 2.0.
  - Tot i que no ha tingut actualitzacions, ni gairebé publicitat en els últims anys, Mindstorms ha estat un *long seller* que ha enganxat tant nens com, sobretot, adults.
  - Els usuaris de Mindstorms han estat molt actius creant clubs i fòrums independents de Lego en què discuteixen i intercanvien dissenys i coneixement. Fins i tot han sorgit reunions internacionals que inclouen concursos per als millors dissenys.



AFOL (Adult Fan Of Lego)



Demostració Mindstorms a  
Hisfabrick, MNACTEC, 2015

---

# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

- **El cas de Lego i Mindstorms: democratització de la innovació? (3)**
  - Malgrat tot, Mindstorms, que havia estat desenvolupat fins al 2001 de manera totalment tancada a les oficines daneses de Lego, necessitava una forta actualització. Per a la nova versió, que es denomina NXT i no 3.0, van decidir aprofitar a les comunitats d'usuaris.
  - Lego ha utilitzat un reduït equip d'usuaris líders per a redissenyar el producte. Aquests usuaris han treballat sense ànim de lucre pel simple plaer de poder participar en aquest procés i poder millorar un hobby central en les seues vides.
  - S'ha creat una comunitat de desenvolupadors, que introdueixen innovacions creades pels mateixos usuaris. Tot un exemple empíric de la "do-it-yourself economy" i de la simbiosi entre usuaris i empreses.

# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ■ Fans com a comunitat de consumidors

- Sorgides en els anys setanta les comunitats de consumidors d'una marca (*brand community*) sorgeixen al voltant de marques que representen una minoria de consumidors que s'identifiquen amb els valors que representa una marca o un producte concret. Per exemple, els ordinadors Apple en els anys vuitanta, els cotxes Saab als EUA o el model “escarabat” de Volkswagen.
- En aquests casos les comunitats s'organitzen a través de llistes de correu postal, publicacions autoeditades i reunions periòdiques que combinen sessions de compartir coneixement amb creació de sociabilitat entorn dels valors de la marca / producte. Aquests solen anar associats a la “llibertat” d'escollir, la capacitat de personalització o *Do It Yourself* (DIY) o a una idealització del passat (*retrobranding*).



---

# Canvi social i noves pràctiques culturals en el segle XXI

## ACTIVITAT

- Analitzeu una comunitat de fans: origen, dinàmica, evolució, etc.
- Debateu:
  - Els fans són creadors? En quin sentit ho són?
  - Les comunitats de fans permeten expressar la creativitat?
  - Els fans són instrumentalitzats per les grans marques?

---

## **4. Canvis socials i transformacions de les pràctiques culturals**

### **4.3. La globalització cultural**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---



# La globalització cultural

## ■ Globalització cultural per Peter L. Berger

- “Suposadament, el repte el planteja una cultura global emergent, de procedència occidental en la seua major part (nord-americana, en realitat), que penetra en la resta del món tant en el nivell de l’elit com en el nivell popular.”
- “Es considera llavors que la resposta de les societats receptores oscil·la en una escala que va de l’acceptació al rebuig, i en la qual hi ha posicions intermèdies de coexistència i síntesi.”



# La globalització cultural

- **Globalització cultural o globalització de la cultura?**
  - Globalització cultural com a homogeneïtzació de la cultura entesa en el sentit global, antropològic (cosmovisió, valors, comportaments, cultura material, etc.).
  - Globalització de la cultura com a formació d'una escena cultural mundial, entenent la cultura en el sentit restringit (les arts).
  - Alguns exemples:
    - Hollywood a Mumbay, Mumbay a Occident.
    - Productes culturals globals: Barbie, Manga, Pokémon, Sudoku.
    - Grans esdeveniments esportius mundials com la Copa del Món de Futbol o els Jocs Olímpics.



---

# La globalització cultural

## ■ Globalització de la cultura per Diana Crane

- La globalització cultural —com a oposat a globalització econòmica, política o tecnològica— es refereix a la transmissió o la difusió a través de les fronteres nacionals de diverses formes de mitjans de masses o d'arts. Generalment la circulació de productes o artefactes culturals es dona entre països avançats, particularment entre els que constitueixen un mercat desitjable per als *media* (...).
- És important adonar-se que la globalització cultural no és ja conceptualitzada en termes d'emergència d'una cultura global homogeneïtzada segons el veïnatge universal de Marshall MacLuhan. Per contra, la globalització cultural s'analitza com un fenomen complex i divers que consisteix en cultures globals que s'origina en moltes nacions i regions diferents.



Diana  
Crane

# La globalització cultural

<b>Model</b>	<b>Procés de Transmissió Cultural</b>	<b>Principals actors o llocs</b>	<b>Possibles conseqüències</b>
<b>Imperialisme cultural Imperialisme mediàtic</b>	<b>Centre – Perifèria</b>	<b>Conglomerats mediàtics globals</b>	<b>Homogeneïtzació de la cultura</b>
<b>Fluxes / Xarxes culturals</b>	<b>Fluxe d'anada i tornada</b>	<b>Conglomerats corporatius nacionals i regionals</b>	<b>Hibridació de la cultura</b>
<b>Teoria de la Recepció</b>	<b>Centre-Perifèria: multidireccional</b>	<b>Audiències, públics, empresaris culturals, <i>gatekeepers</i></b>	<b>Negociació, resistència</b>
<b>Estratègies de la política cultural</b>	<b><i>Framing</i> cultures nacionals</b>	<b>Ciutats globals, museus, patrimoni (<i>heritage sites</i>), mitjans de comunicació, ministeris de la cultura i de comerç</b>	<b>Competició, negociació</b>



---

# La globalització cultural

## ■ Imperialisme cultural

- Dominació cultural de les nacions poderoses sobre les nacions més febles.
- És un mitjà de penetració i dominació del centre cap a la perifèria a través dels governs i de les empreses multinacionals.
- Les principals forces que condueixen a la globalització cultural són de caràcter econòmic i organitzatiu.

## ■ Fluxos culturals / model de xarxa

- Hibridació cultural resultat d'una diversificació de la cultura, que flueix sense un centre i una perifèria clarament definits, i en què les influències culturals es mouen en moltes direccions.
- En termes estructurals significa un augment de formes d'organització: transnacional, internacional, macroregional, nacional, microregional, local...
- Les regions mostren gran densitat de xarxes dins de la xarxa global, però estan vinculades amb menys força amb altres àrees.

---

# La globalització cultural

## ■ Teoria de la recepció

- Observació i teorització sobre les respostes d'audiències i públics enfront de productes culturals globalitzats. Es percep l'audiència com a capaç d'interpretar de maneres diferents els continguts. Receptors actius.
- Té en compte la importància de la crítica i la resistència dels públics a adoptar alguns valors i ideologies.
- Diàleg de coexistència entre el local i el global, construcció de mescleres culturals, adaptació, fusió.

## ■ Estratègies de la política cultural

- Polítiques de control cultural, dirigides a la resistència, conservació o al posicionament i difusió de productes culturals propis i forans en el mercat global.
  - Preservació i protecció cultural.
  - Resistència a la cultura global.
  - Cultures nacionals o locals globalitzades.

---

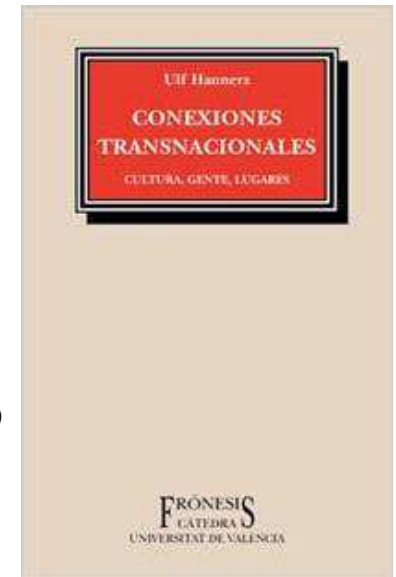
# La globalització cultural

## ■ Conclusions

- ❑ Imperialisme cultural: necessitat de reconceptualització. Impacte de la revolució digital.
- ❑ Model de xarxa: Permet observar el rol de cultures locals. És aplicable a estudis futurs amb l'augment de la producció i l'exportació local.
- ❑ Teoria de la recepció: Modificació necessària, conceptualització. Anar més enllà de l'audiència. Necessitat d'entendre el rol actiu del consumidor.
- ❑ Estratègies – Necessita més estudi empíric i ser més ben comprès. Necessària adaptació al fenomen del *branding* nacional i local.
- ❑ Necessitat d'elaboració de nous models més complexos.

# La globalització cultural

- **Crítica a la conceptualització territorial de la cultura**
  - Cultura com a ordre simbòlic unitari sobre el qual s'organitza la vida d'una comunitat territorial ben delimitada, distingint-la d'altres (definició antropològica clàssica).
    - El que podria conduir al “fonamentalisme cultural” (Teresa San Roman). Concebut com una defensa del valor de cultures no occidentals, en defensar-se com un tot immutable i coherent, en el fons s'està condemnant la cultura a un immobilisme i una impermeabilitat a les influències externes, sota pena d'assimilació i desaparició en favor de la cultura occidental.
    - Alhora no contempla la dimensió especialitzada, institucionalitzada i valorada de la cultura (els mons artístics) que tenen una dinàmica que va més enllà del territori d'origen o els membres d'una comunitat.
  - Autocrítica d'aquesta visió territorialitzada
    - *Nigerian Kung Fu, Manhattan fatwa* (Hannerz).
    - Criollització, hibridació, etc., més que global o local entès com a dos pols oposats.



Ulf Hannerz,  
Conexiones  
Transnacionales



---

# La globalització cultural

## ■ Globalització i fluxos culturals

- Hannerz proposa considerar la cultura sense apriorismes, com a fluxos de significat que es produeixen, s'intercanvien i es distribueixen entre persones concretes.
  - La territorialitat de la cultura apareixeria a posteriori, revelada per l'anàlisi. Ell parla de fluxos, cosmopolites, ciutats.
  - Fluxos: concepte clau, ja que reemplaça la noció de cultura territorialitzada i coherent per una noció més dinàmica en què existeixen influències mútues.
  - No obstant això, hi ha asimetries en els fluxos, cosa que no ens ha de fer oblidar que hi ha centres i perifèries.
- Cosmopolites: aquelles persones que no són representants de cap cultura nacional concreta sinó que estableixen una relació distanciada amb diverses cultures.
  - Recordar: teoria de l'omnivoritat cultural ens indica el debilitament dels consums culturals legítims en l'elit social, reemplaçada per un tipus de consumidor que combina consums de diversos nivells culturals i de diversos orígens. Alhora també es detecta en les classes baixes una tendència a una major heterodòxia.

---

# La globalització cultural

## ■ Ciutats: escenaris de la criollització de la cultura

- Criollització = mestissatge, llenguatge crioll = llengua que es deriva de l'encreuament entre una llengua dominant i una llengua local, sense ser considerada una llengua en si mateixa.
- Característiques de les ciutats mundials. Quatre categories de població transnacional: 1) presència d'empreses i executius transnacionals, 2) presència d'immigració del tercer món, 3) presència d'artistes-creadors, 4) presència de turistes.
  - Complementarietat de les diverses categories: immigrants, mà d'obra que proporcionen serveis a executius i turistes (p. ex. restaurants).
  - Categories mixtes: aspirants a artistes, estudiants, etc.
- Les ciutats mundials continuen sent l'origen del flux cultural global, però també funcionen com a agències de la cultura global. Exemple de la música: salsa i Nova York, World Music i Londres o París.
- No obstant això, Hannerz rebutja la idea de “veïnatge universal” perquè pressuposa una certa comunitat o solidaritat global. Prefereix el concepte d’“ecumene global” per a al·ludir a la interconnexió del món a través d'interaccions, intercanvis que afecten l'esfera cultural.

---

# La globalització cultural

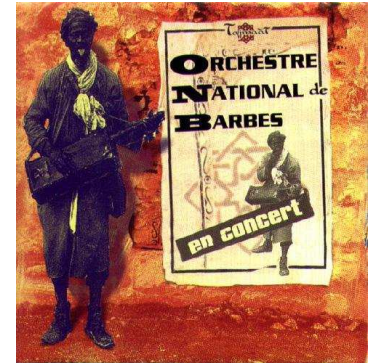
## ■ El contínuum cultural

- Hannerz caracteritza la globalització com l'aparició d'un contínuum mestís, que no són solament producte de la pressió del centre a la perifèria sinó una interacció més creativa.
  - 4 marcs d'organització de la vida cultural: forma de vida, estat, mercat i moviment. Centrant-nos en la interacció forma de vida / mercat no es pot dir que només trobem exemples d'homogeneïtzació sinó també casos destacats d'innovació cultural a través del mestissatge. Per exemple, en la música: mercat de cassetes pirates a l'Àfrica. Els empresaris culturals locals coneixen molt millor el terreny que les multinacionals.
- Passos en el contínuum (tres fases):
  1. Música com a part de la forma de vida (acompanyament de cerimònies familiars, socials, etc.) en què hi ha una especialització però no una entrada en el mercat.
  2. Entrada en el mercat i difusió dins de l'entorn comunitari (mercat local / mercat comunitari ciutat global).
  3. Promoció com a producte cultural (mercat internacional).

## La globalització cultural

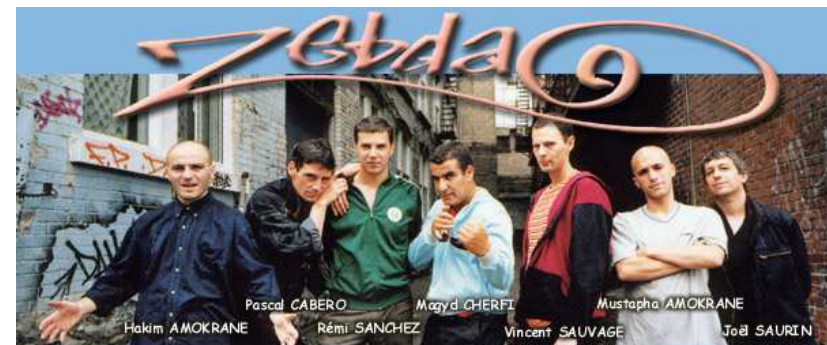
### ■ De la cultura com a forma de vida al producte cultural

- “(...) a voltes, la fase tres requereix un canvi més ampli per aconseguir una versió del producte que resulte més agradable als gustos que existeixen en el gran mercat cultural. En la música, pot sorgir una divisió entre “música de fusió” i “música d’arrels”, però mentre es mantinguen en contacte, i potser amb una relació dialèctica, el possible resultat és una major innovació i més encreuament i mescles en el mercat.”
- Quarta fase? Quan els immigrants de segona generació fan seu aquest estil de música. Des d’una base pop, introdueixen elements de la música tradicional: Zebda, ONB, etc.
- Cada pas suposa una transformació / mestissatge en el contingut cultural.
  - Música àrab tradicional a Algèria.
  - Música pop algeriana.
  - World Music.
  - Música pop de les *banlieues*.



# La globalització cultural

- **El contínuum de l'arrel al mercat metropolità**
  - Fluxos recíprocs: d'Orà a Marsella, de París a Alger.
  - La cançó tradicional i el rai.
  - El rai comercial (Khaled).
  - El rock "d'arrel" magrebí
    - Tradicional (ONB).
    - Rock *engagé* (Zebda).



# La globalització cultural

- **La salsa, la globalització musical *avant la lettre* (1)**
  - El que anomenem avui en dia salsa és un terme tan genèric com el que designa el jazz o el rock. Difícil de definir i subjecte a controvèrsies, aquest complex musical és, més que un gènere musical, una fusió o un estil musical. Va sorgir de nombrosos estils com el son, el mambo, la guaracha de Cuba, la plena i la bomba de Puerto Rico i altres estils com la charanga, el conjunto o el sexteto.
  - Per a estudiar les arrels de la salsa, hem de parlar de Cuba i les seues importants contribucions a aquest tipus de música. Però també hem de parlar dels EUA, Puerto Rico, Veneçuela, Mèxic, Colòmbia i la República Dominicana.



# La globalització cultural

## ■ La salsa, naixement d'un estil global

- La salsa naix a Cuba i es difon a Puerto Rico. No obstant això, Nova York va ser la capital de la salsa durant molts anys. Després de la creació de l'Estat lliure associat de Puerto Rico el 1952 hi ha grans sortides de població cap a la costa Est dels EUA, especialment cap al Harlem hispà (anomenat "el barrio"). També després de la Revolució cubana del 1959 hi ha una forta migració de cubans cap a Miami i Nova York. La barreja entre aquests immigrants (juntament amb altres músics d'altres orígens) dona lloc a l'estil novaiorquès de salsa.



# La globalització cultural

## ■ Altres fusions musicals globals

### □ Reggae

- Orígens: R&B, Jazz, Calypso, Ska, Rocksteady

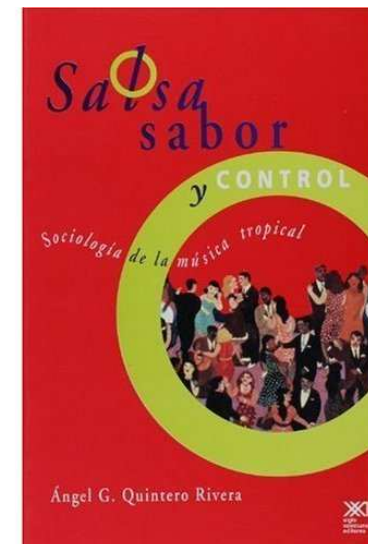
- Derivacions: ragga

- Països: Jamaica, Gran Bretanya, Brasil, Àfrica

### □ Altres fusions musicals

- ragga o raggamuffin: reggae + rap

- rumba (flamenca): guaracha + flamenco





---

# La globalització cultural

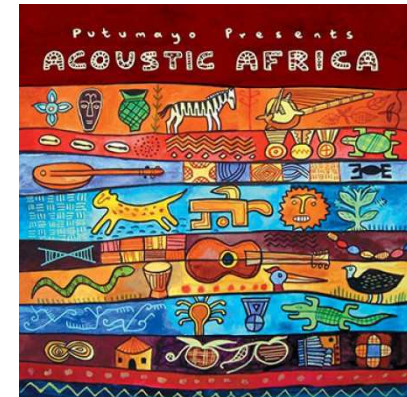
## ■ La World Music, la globalització del mestissatge?

- L'etiqueta va sorgir durant una reunió a Londres el 1987, en la qual alguns responsables de companyies discogràfiques independents, periodistes musicals i els directors del festival de música WOMAD, van decidir llançar l'etiqueta de World Music per a designar i donar coherència a tot un material musical heterogeni provinent de tot el món i que promovien des de feia uns quants anys.
- Aquesta etiqueta va acabar imposant-se a altres que s'utilitzaven com Worldbeat, Worldfusion o Ethnopop. Un dels antecedents del llançament de l'etiqueta de WM és l'aparició del festival WOMAD, sigles de World of Music, Arts and Dance. Originalment inspirat per Peter Gabriel, el primer festival es va desenvolupar a la Gran Bretanya el 1982. El seu propòsit era introduir en l'escena internacional, músics dels països del Tercer Món, amb la intenció de combatre el racisme.



# La globalització cultural

- **World Music, una etiqueta de música heterogènia**
  - Música ètnica (música tradicional no europea, com la música Gnawa).
  - Música popular tradicional (generalment europea, com la música irlandesa).
  - Música rock o pop de l'anomenat Tercer món (com el rock de Nigèria o el rai).
  - El potent sector de les músiques "llatines".
  - Tot tipus d'hibridacions i mescles com la música electrònica amb elements ètnics o "d'arrel".



---

# La globalització cultural

- **Globalització cultural, indústria cultural i hibridació cultural**

- Néstor García Canclini diferencia etapes:
  - Internacionalització = obertura controlada pels estats.
  - Transnacionalització = protagonisme actors econòmics transnacionals (grans empreses) o bé altres actors socials (moviments socials, moviments de població).
- Globalització: alguns trets distintius
  - Producció econòmica desterritorialitzada / adaptació a estils locals.
  - Formació cultura internacional popular.
  - Intensificació de les dependències recíproques.
  - Obligació de competir en el mercat internacional
  - Fluxos migratoris que afavoreixen la interconnexió transnacional.
- Segons Canclini, la globalització no només homogeneïtza i integra les cultures. També genera processos d'estratificació, segregació i exclusió.
  - Diferenciació actual, no tant per capital cultural (definit en un entorn local-nacional) sinó entre omnívors de classe alta i unívors de la cultura de la indústria cultural.

# La globalització cultural

## ■ Globalització cultural i cultural local

- Les indústries culturals es trans-nacionalitzen. Però el cas del cinema i la potència irradiadora de Hollywood és més una excepció que la regla. Per exemple:
  - Música ranchera a Los Angeles / Música llatina a Miami.
- No es pot parlar d'una indústria editorial global, sinó que hi ha adaptacions locals: universos lingüístics i culturals.
  - Cas de Planeta. Concentració editorial a Espanya i Llatinoamèrica. Però també:
    - Productora de best sellers no anglosaxons (4,6 exemplars / 35 idiomes).
    - Necessitat d'adaptació local dels segells.
- Indústria discogràfica: predomini de grans discogràfiques anglosaxones. Però cal tenir en compte:
  - Producció "llatina als EUA" (Miami, capital cultural llatinoamericana).
  - Existència d'"oasis" de producció pròpia com Brasil (60% de les vendes són de música pròpia, fenomen de la MPB).



# La globalització cultural

## ■ Globalització dels sectors culturals

- Transformacions substantives molt importants dins l'esfera cultural especialitzada. No obstant això, aquestes transformacions són específiques i diferencials de cada sector, depenent de les seues característiques organitzacionals i la natura de les seues produccions.
- Des del plantejament de Becker, l'activitat artística pot conceptualitzar-se com una cadena cooperativa, en la qual una multiplicitat d'agents contribueix directament o indirectament a produir allò que és designat com a obres d'art. Es poden trobar dins d'aquesta cadena activitats reguladores (normatives) i promocionals (mecenatge) / activitats productives (les dels creadors i executants, les de suport tècnic) / activitats distributives (les dels crítics, les dels intermediaris materials) / i activitats de consum
- Nivell globalització sector: cada un d'aquests elements té una identitat institucional definida territorialment i opera en espais determinats. L'estructura global no sol ser homogènia (hi ha elements de definició local, regional, nacional, internacional, global). El nivell de globalització es pot mesurar en relació amb tots aquests paràmetres.



---

# La globalització cultural

## ■ **Globalització en el sector editorial, balanç matisat**

- Es pot observar una convergència de regulacions (Unió Europea), però bàsicament continuen sent nacionals: legislacions nacionals de preu únic del llibre / drets d'autor, etc.
- Les activitats de promoció i suport continuen sent nacionals. La política cultural va adreçada a la producció en una llengua (tant a escala dels estats nació com d'entitats subestatsals, en el cas de Catalunya)
- En la producció es pot observar un procés de concentració i d'internacionalització del mercat (p. ex. Planeta, projecció a Llatinoamèrica i a França). Alhora podem observar la presència d'escriptors locals i globals. Més matisada és la situació de les traduccions (traduccions segons rendibilitat, traduccions de mala qualitat a Amazon).
- Activitats distributives i valoratives: ensenyament primari-secundari / recerca universitària / crítica literària i mitjans de comunicació. Continua sent en bona part nacional i poc global.
- En el consum: hi ha una influència de la recepció dels llibres segons l'origen, com la literatura d'aeroport anglosaxona i la novel·la negra escandinava.

---

# La globalització cultural

## ■ Globalització al sector de les arts visuals

- Producció: des del punt de vista de la producció artística existeix un discurs globalitzador i multicultural. Per exemple, Documenta 11 Kassel (2002), dedicat a les cultures del món, les zones perifèriques i la posició de l'artista al món. Altres institucions desenvolupen un discurs en què es destaca la fi de les fronteres del món de l'art.
- Quemin destaca que és una “il·lusió” i analitza el món internacional de l'art i les seues jerarquies:
  - Indicators de jerarquia:
    - A) Institucionals: Kunst Kompass / presència en col·leccions nacionals i internacionals de les institucions artístiques. L'índex de concentració creix si parlem no de lloc de naixement sinó de residència (NY).
    - B) Mercat: presència de les galeries a les fires internacionals. Predomini d'aquests mateixos països.
    - Conclusions: predomini dels EUA, Alemanya, Suïssa, Gran Bretanya. Decadència de França. I lloc secundari als països perifèrics.
- No es pot establir a priori i segons una dimensió: cal fer recerca i observar totes les dimensions del sector.

# La globalització cultural

- **El sorgiment d'un mercat de l'art global: transnacionalització i elitització (1)**
  - Diana Crane: globalització del mercat de l'art com a predomini de les grans galeries d'art internacionals / fires internacionals (Basel, Miami, etc.) / cases de subhasta.
    - Debilitació, per tant, dels mercats “nacionals” i les seues instàncies de consagració (institucions, crítics).
    - Debilitament de les avantguardes, concebudes com a revolucions del llenguatge artístic en el marc d'un camp relativament autònom.
    - Barrera d'accés a les galeries i artistes: oligopolització del mercat (costos de participació elevats / ingressos elevats).





# La globalització cultural

- **El sorgiment d'un mercat de l'art global: transnacionalització i elitització (2)**
  - Canvis en el contingut de l'art: sorgiment d'un estil "global" (ni alta cultura ni baixa cultura) relacionat amb el món de les indústries del luxe (joieria, decoració).
    - P. ex. calavera de diamants de Damien Hirst / ninots Jeff Koons / bosses de mà Vuitton Murakami. Barreja del que és extravagant (*bizarre*) i el que és fastigós, el que és mundà i el que és *kitsch*. Producció seriada per part de treballadors.
    - Exposicions d'art a la Fondation Cartier / exposicions Harley al Guggenheim
    - Cotes molt altes / consumidors superrics (països emergents).
  - Conclusió de Diana Crane: la globalització contribueix a l'expansió de la desigualtat econòmica i cultural.



Jeff Koons



Fondation Cartier Paris

# La globalització cultural

## ■ Les noves potències culturals emergents

- El llibre Frédéric Martel, *Cultura Mainstream* analitza críticament en els capítols dedicats a Àsia (especialment en relació a la Xina) la idea del domini de les indústries culturals nord-americanes i de les grans empreses tecnològiques (Murdoch i Google fracassen). Per contra, mostra com els xinesos a través del control de l'Estat regulen de manera molt precisa quines pel·lícules poden ser difoses i quines no, i protegeixen així de manera decidida la indústria cultural nacional.
- En relació a l'Índia mostra la capacitat de resistència del cinema indi (Bollywood) i la seua capacitat exportadora gràcies a la diàspora d'immigrants escampats per tot el món. Aquest cinema, però, té importants reptes per a modernitzar-se (i connectar amb les noves capes mitjanes occidentalitzades) i per a enfortir-se industrialment (baixes recaptacions).
- El cas asiàtic és un bon exemple de regionalització cultural amb productes que s'adapten d'un país a un altre (amb Corea com a nou centre) i amb productes pensats de manera panasiàtica.



---

## **4. Canvis socials i transformacions de les pràctiques culturals**

### **4.4. Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives**

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

## ■ Una definició de què és la política cultural

- La definició d'una política pública sectorial suposa, per principi, la delimitació per part del govern d'un àmbit específic d'actuació i d'unes feines o objectius en relació amb aquest, i juntament amb això la implantació d'un sistema coherent i eficaç d'intervenció. Això últim significa la creació d'una administració (capaç de desenvolupar normatives, prestar serveis i realitzar actuacions) i l'ús d'uns determinats pressupostos. En aquest sentit, es pot afirmar que l'aparició de la política cultural és un fet bastant recent, que no es remunta més enllà dels anys 60.
- Antecedents: en gran part d'Europa entronquen amb tradicions d'intervenció de caràcter aristocràtic que tenen diversos segles d'existència. Per exemple, a Espanya, a França o a Suècia la regulació normativa de la vida artística, l'acció de mecenatge i de foment de les arts o la protecció del patrimoni artístic són temes que s'incorporen a l'acció de govern des dels segles XVII i XVIII.

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Introducció: procés de sorgiment de la intervenció pública en cultura**
  - S. XVII
    - Encàrrecs i mecenatges reials, patrocini de les acadèmies i salons (funció amb protecció i direcció).
    - Activitat regulativa: control de l'ordre públic dels espectacles, censura moral i política dels continguts (funció de control) i inicis de la normativa sobre la protecció dels drets d'autor.
    - En l'educació, tant la universitat com l'ensenyament elemental (molt minoritari) està en mans de l'Església.
    - La variabilitat entre països es produeix en funció de la diferent assimilació de la lògica moderna sorgida del Renaixement (ex. Itàlia / França / Espanya) i de la variable organització d'una política artística (de més abast a França, més dèbil a Espanya).

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- S. XVIII
  - La Il·lustració introdueix en el poder la preocupació pel foment de les arts (com a emblema de valor reial) i pel foment de l'educació (com a base de desenvolupament econòmic i civilitzador).
  - En aquest context sorgeixen les grans institucions culturals de l'Estat (Felip V, 1712, Biblioteca Reial, 1714 Reial Acadèmia Espanyola, 1752-1773 Reial Acadèmia de Belles Arts, totes amb una funció patrimonial).
  - Reforçament de les acadèmies i sorgiment d'institucions educatives sota el patrocini reial (Jovellanos).
  - La centralització absolutista suposa una força d'unificació cultural en el territori (a través de la burocràcia).
  - Una altra variable de diferenciació està en la intensitat de la centralització i del patrocini i en la seua sistematicitat. Inversament, també en el dinamisme de l'activitat cultural mercantil independent (premsa, espectacles, etc.).

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **S. XIX (i fins al període d'entreguerres del s. XX)**
  - La transformació de l'Estat absolutista en Estat constitucional, que es dona en la majoria dels països europeus entre el XVIII i el XIX, sobre el rerefons de la transformació socioeconòmica capitalista, suposa l'accentuació decisiva de la dimensió pública de la tasca cultural que assumeix l'Estat:
    - D'una acció de mecenatge de caràcter encara bàsicament privat i ocasional (amb el seu aspecte públic de representació) a una altra més sistemàtica i orientada al públic (en la qual va remetent la censura i augmentant l'activitat regulativa comercial).
    - La cultura "nacional" es converteix en la base de legitimitat del sistema polític (funció de difusió cultural: grans institucions culturals / patrimoni) i la capacitació cultural de la població es fa a base de la ciutadania econòmica, política i social (funció pedagògica / educació).

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **S. XX (des dels anys trenta fins als anys cinquanta)**
  - Es desenvolupen els primers antecedents de política cultural:
    - Front Popular a França: polítiques de foment de l'oci entre les classes populars (jornada de 8 hores) / Teatre Nacional Popular de Jean Villar / programes d'educació artística del Front Popular francès
    - Mancomunitat de Catalunya, 1914-1923 (creació de xarxes de biblioteques, museus nacionals, Escola Catalana d'Art Dramàtic, antecedent de l'Institut del Teatre) / Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya establert el 1933 durant la Segona República.





# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

## ■ **Cultura i elits culturals: l'extensió de l'alta cultura europea a les antigues colònies**

- El desenvolupament de la cultura moderna troba el seu suport material en una nova funcionalitat social (indirecta) de la cultura, com a objecte de competència entre les elits (decadència de l'aristocràcia, emergència de la burgesia), competició entre diferents fraccions de l'elit, entre diferents pols regionals: Milà vs. Roma, Boston vs. Nova York, etc., o entre estats nació França-París vs. Gran Bretanya-Londres, etc.
- L'emergència de l'alta cultura es produeix a través de:
  - El mecenatge dels creadors per part de les noves elits socials en els països avançats.
  - La construcció de les institucions de l'alta cultura: museus de belles arts, biblioteques, auditoris, teatres d'òpera, etc., amb un nivell creixent d'intervenció de l'Estat
  - El suport simbòlic en unes noves institucions de valoració i legitimació: acadèmies, salons cortesans.
  - El nivell d'intervenció de l'Estat de la cultura depèn en gran mesura dels models d'Estat del benestar i del nivell d'institucionalització de l'alta cultura.

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Nivells d'institucionalització de l'alta cultura**
  - Als EUA, en absència d'aristocràcia, les institucions de l'alta cultura sorgeixen com a part de la formació de les elits urbanes que tenen arrels europees (un procés semblant a Amèrica Llatina, però en aquests casos la cultura té un pòsit neocolonial).
    - El cas de l'òpera és en aquest sentit un símptoma d'aquesta institucionalització de l'alta cultura. P. ex. la Metropolitan Opera House va ser fundada el 1890 (el Liceu va ser fundat el 1843).
  - És en aquest context que s'incrementa el caràcter públic del consum cultural. Abans, malgrat existir un mercat de béns artístics, aquests eren consumits en l'àmbit familiar o en llocs públics caracteritzats per la barreja de gèneres i estils.
  - No és fins a 1870 que es diferencia entre l'alta cultura i la baixa cultura. A Boston, per exemple, la burgesia comercial i industrial crea el museu de belles arts, l'orquestra simfònica, al mateix temps que crea les escoles artístiques i clubs socials que permeten el desenvolupament d'una vida social i un estil cultural diferenciat, establint un cànon "seriós" i exclouen altres estils.



Palais de l'Opera  
de Paris



Teatro Nacional  
San Salvador



Teatro Colón,  
Buenos Aires

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Graus de desenvolupament i orientacions de les polítiques culturals**
  - Aquest procés d'institucionalització de l'alta cultura que es presenta com a comú a tots els països desenvolupats des de finals del segle XIX fins a principis del segle XX presenta diversos graus i modalitats de desenvolupament que condicionen l'aparició de diversos models de política cultural.
  - El nivell i model de política cultural són condicionats per:
    - El nivell de desenvolupament de l'aristocràcia i de les institucions de l'alta cultura absolutistes i il·lustrades (major tradició i fortalesa a França o Alemanya que als països nòrdics).
    - Episodis en la constitució d'un estat nació independent (casos d'Irlanda o Noruega: tot just són independents a principis de segle XX).
    - El grau d'avançament o retard en el desenvolupament d'una esfera cultural autònoma i en desenvolupament d'institucions de l'alta cultura (major a Anglaterra que a Espanya, pel subdesenvolupament econòmic, social i educatiu d'Espanya).
    - El grau de centralització administrativa de l'estat nació i el grau de diversitat cultural interna (França estat jacobí vs. Canadà estat multicultural i multinacional).
    - Nivell d'intervencionisme estatal (menor a Anglaterra o als EUA que a França o Suècia).

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **La “invenció” de les polítiques culturals. Tres tesis segons Urfalino (1996):**
  - Moment de creació: “el que es pot anomenar raonablement una política cultural va ser inventat el 1959, amb el Ministeri encarregat dels Afers culturals” liderat per André Malraux.
  - Ruptura: el que caracteritza les polítiques culturals a diferència de les intervencions estatals en l'àmbit cultural, és que el projecte de la política cultural és posar en contacte directe el ciutadà i les arts (les obres de l'esperit, segons la famosa definició d'objectius malrauxià de l'any 1959).
  - La història de la política cultural és una història de sedimentació. La política cultural ha evolucionat per sumes: addició de competències, de segments administratius, d'iniciatives, d'organismes, de sectors artístics interessats.



Charles de Gaulle i  
André Malraux

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Definicions dels objectius de la política cultural francesa (1): la democratització cultural**

El ministeri encarregat dels afers culturals té per missió de **fer accessible les obres capitals de la humanitat**, i d'entrada de França, al nombre més gran possible de francesos, d'assegurar l'audiència més gran possible al nostre patrimoni cultural, i afavorir la creació de les obres d'art i de l'esperit que l'enriqueixen.

Font: Decret número 59-889 del 24 de juliol de 1959, art. 1.

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **El paradigma de la democratització cultural**
  - El paradigma de la democratització cultural es basa en una concepció universalista de la cultura i la idea d'un cos social unificat. La legitimitat de la intervenció pública en les arts és la confluència de:
    - La concepció de l'art com a alliberament dels filòsofs de les Llums.
    - La concepció de l'Estat "maître d'école" i del progrés per l'educació artística de l'escola de la 3a República.
    - La idea de la igualtat davant la cultura del Front Popular francès.
  - L'estratègia de la democratització comprèn dos objectius: per una banda, conservar i difondre les formes de la cultura culta; per altra banda, fomentar la creació contemporània. La democratització de la cultura és una acció de proselitisme, s'intenta que el conjunt de la societat arribe a apreciar les obres consagrades o les que estan en vies de ser-ho.
  - La democratització cultural ha constituït el paradigma fundador i dominant des dels anys seixanta. No obstant això, ja en els anys setanta sorgeix un paradigma concurrent: la democràcia cultural.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

## ■ El paradigma de la democràcia cultural

- El gran debat dels anys setanta, després dels moviments de 1968, ha oposat creació i creativitat, obres i expressió, pedagogia i animació, cultura en el sentit restringit i jerarquitzat de cultura culta i cultura en el sentit extensiu i relativista de cultura antropològica.
- El principi de la democratització no posava en dubte la cultura culta, sinó simplement la desigualtat en la seua repartició. En canvi, el paradigma de la democràcia cultural contesta, en el nom d'un relativisme igualitarista, els privilegis de la cultura culta.
- El principi de la democràcia cultural ha trobat la seua justificació en els límits etnocèntrics i sociocèntrics de l'objectiu de la democratització. Les anàlisis sociològiques han destacat el desfasament entre la generositat dels objectius i la mediocritat dels efectes d'una política de democratització:
  - Estudis sociològics revelen un augment del consum cultural de les classes mitjanes però no en les classes populars.
  - Alhora es detecta un replegament de l'alta cultura i un desfasament entre l'oferta institucional i la demanda social.





---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Definicions dels objectius de la política cultural francesa: la democràcia cultural**

“El ministeri encarregat de la cultura té per missió: de permetre a tots els francesos cultivar la seua **capacitat d’inventar i de crear**, d’expressar lliurement els seus talents i de rebre la formació artística de la seua elecció; de preservar el patrimoni cultural nacional, **regional o dels diversos grups socials** per al benefici comú de tota la col·lectivitat; d’afavorir la creació d’obres d’art i de l’esperit i proporcionar-los la més gran audiència; de contribuir a la projecció de la cultura i l’art francès en el **lliure diàleg de les cultures del món.**”

Font: Decret número 82-394 del 10 de maig de 1982, modificat relatiu a l’organització del ministeri de la Cultura, art. 1.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Crisi postfordista i nou paradigma emprenedor de la política cultural**
  - La separació tradicional entre l'esfera cultural i l'econòmica entra en crisi en els anys vuitanta en el marc de l'esfondrament del capitalisme organitzat o fordista i la crisi del consens polític de la postguerra amb l'aparició del neoliberalisme. Aquest produeix dos moviments aparentment contradictoris:
    - La retallada de fons a les subvencions culturals, una tendència a la desestatització de la política cultural i una agencialització i privatització de la política cultural.
    - Una reacció dels municipis defensant la política cultural com a eina de promoció econòmica i com a instrument per a resoldre els problemes de la ciutat postfordista: regenerar els centres urbans i els antics barris industrials en degradació per la desindustrialització i evitar així la fugida de la classe mitjana cap als barris residencials.



# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **La política cultural: des dels marges fins al centre de la política urbana**
  - Després d'aquesta fase inicial defensiva els mànagers culturals s'adonen que el context proporcionava l'ocasió de fer servir arguments més positius i agressius per a defensar un creixement de la despesa cultural.
  - Paral·lelament les elits locals i regionals s'adonen de la importància de la cultura per a:
    - Reconstruir la imatge externa d'una ciutat.
    - Atraure noves inversions i personal qualificat.
    - Desencadenar un procés de renovació física i de l'entorn urbà.
    - Impulsar el comerç al detall i la indústria turística.
  - S'inventa el terme de *creative city* (Landry) en els anys noranta, que aplica l'*entrepreneurial turn* o gir emprenedor de les polítiques culturals locals (Harvey).

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Definicions dels objectius de la política cultural francesa: síntesi i “ampliació del camp de batalla”**

El ministeri de la cultura i de la comunicació té per missió fer accessibles al nombre més gran de francesos les **obres capitals de la humanitat** i, d'entrada, de França.

Per això, desenvolupa la política de salvaguarda, de protecció i de valoració del **patrimoni cultural** en totes les seues dimensions, afavoreix la creació d'obres d'art i de l'esperit i el **desenvolupament de les pràctiques** i dels **ensenyaments artístics**.

Promou les iniciatives culturals locals, desenvolupa els lligams entre les polítiques culturals de l'Estat i les de les col·lectivitats territorials i participa, per tant, en la definició i la implementació de la política del Govern en el terreny de la **descentralització**.

Vetlla pel desenvolupament de les **indústries culturals**.

Implementa conjuntament amb els altres ministeris interessats, les accions de l'Estat destinades a assegurar la **projecció mundial** de la cultura i de la creació artística franceses i de la francofonia.

Decret número 2002-898 del 15 de maig de 2002, relatiu a les atribucions del Ministeri de la Cultura i de la Comunicació.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

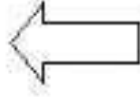
## ■ **Contradiccions entre paradigmes**

- El sistema d'acció que les polítiques culturals públiques de les societats democràtiques han anat establint se centra en quatre objectius principals: mantenir el patrimoni, formar professionals i especialistes amants de les arts, donar suport a la producció artística i democratitzar el consum cultural (socialment i geogràficament). Per a fer-ho, cal fer arribar les obres a públics més diversos, inventant noves modalitats d'accés a les obres i ampliant la definició mateixa de la cultura que es vol promoure i difondre mitjançant l'animació cultural.
- Ara bé, els dos imperatius amb un àmbit d'aplicació més extens (el suport a la creació artística i l'exigència de democratització del consum de béns i serveis culturals) semblen arrelats en dues representacions oposades de les relacions entre l'artista i el cos social.

---

## **Enlightenment**

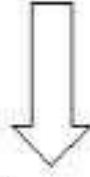
- Insight
- Knowledge
- Education
- Reflection



## **Cultural Policies** of **Cities**

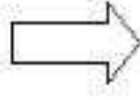
### **Economic Impact**

- Image
- Tourism
- Recruitment
- Job-creation



### **Empowerment**

- Identity
- Inclusion
- Cohesion
- Diversity



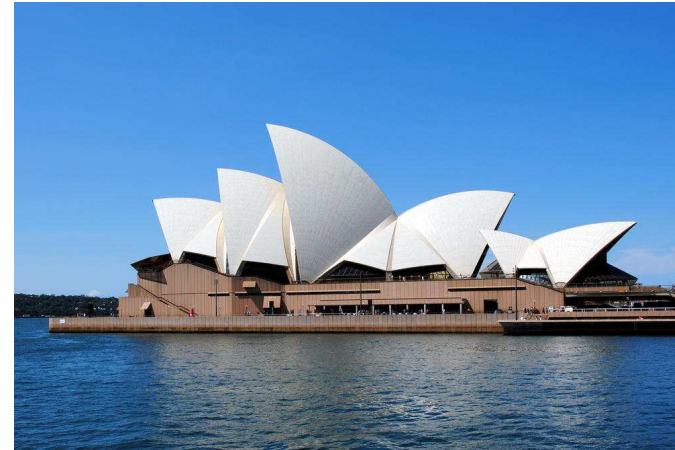
## **Entertainment**

- Leisure
- Play
- Fun
- Recreation

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives



National Theatre London



Opera House Sidney



Teatre d'òpera d'Oslo

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **La variabilitat dels sistemes nacionals de cultura**
  - *Segons la tradició sociopolítica*
    - **Kevin Mulcahy** (2000) distingeix quatre sistemes ideals típics de política cultural, derivats de tradicions sociohistòriques diferents i amb característiques estructurals diferents (estructures administratives, formes de finançament cultural, plantejaments de política cultural):
      - Nacionalista: tradició absolutista. Ex. França.
      - Socialdemòcrata. Ex. països nòrdics i Holanda.
      - Liberals (institucions culturals públiques i quasi-públiques creades com a part de reformes socials i educatives). Ex. Canadà i Anglaterra.
      - Llibertaris (desconfiança respecte a la intervenció estatal i preferència per les institucions culturals no lucratives i pel mercat cultural). Ex. EUA.



# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- *Segons el tipus d'Estat del benestar*
- **Zimmer i Toepler** (1996), constata diferències importants en les formes d'intervenció malgrat uns mateixos reptes dels mons de l'art (Llei de Baumol). Les diferències s'expliquen pels models preexistents d'Estat i d'Estat del benestar.
  - **Model europeu - continental:** arrels absolutistes / institucions culturals d'excel·lència, de públic i identitat elitista / tradició de forta intervenció, de vocació normativament jerarquitzant.
  - **Model nòrdic:** transformació populista del sistema absolutista. Estructura institucional del sector cultural diversificada (amb organitzacions populars i comunitàries, de gran pes, al costat de les d'origen elitista). Tradició de forta intervenció, però de vocació integradora i igualitària.
  - **Model liberal:** en absència de tradició absolutista, el sector cultural està majoritàriament en mans privades i la intervenció pública és escassa i segmentària (orientada a certs objectius d'excel·lència i democratització).

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- *Segons el paper de l'Estat*
  
- **Hillman - Chartrand i McCaughey (1989):**
  - Estat facilitador: paper indirecte (deduccions fiscals...). EUA.
  - Estat "patró": suport però indirecte, a través dels consells de les arts (es decideix quant, però no a qui). GB.
  - Estat "arquitecte": suport en el marc d'un objectiu d'abast social, a través de ministeris. França
  - Estat "enginyer": suport dirigista. URSS, encara que actualment també es pot aplicar a l'Estat promotor de les indústries culturals.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

PAPER DE L'ESTAT	INSTITUCIÓ PRINCIPAL	SISTEMA	PAIS
Facilitador	Individu, Fons Nacional de les arts	Incentius fiscals	EEUU, Chile
Patrocinador	Consell de les Arts	Gestió a distància o Arm's lenght	UK
Arquitecte	Ministerio	Intervenció directa	França
Enginyer	Ministeri i Sindicats	Dirigismo	URSS

Font: Elaboració pròpia, a partir de Hillman  
- Chartrand i McCaughey (1989)

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

	<b>Model continental</b>	<b>Model liberal</b>
Titularitat edifici	Sector públic	Tercer sector
Titularitat gestió	Gestió directa o organisme autònom	Organització sense ànim de lucre
Titularitat col·lecció	Sector públic	Tercer sector
Patronat	Representants institucions	Patrons independents
Finançament públic	Partida pressupostària	Contracte programa
Forma tutela pública	Control directe	Avaluació per resultats

Font: Elaboració pròpia.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Lligams i confluència entre models de política cultural**
  - Als EUA, el *National Endowment for the Arts* complementa les exempcions fiscals (rol de facilitador) amb ajudes directes a artistes i organitzacions, jugant per tant al rol de mecenes.
  - A la Gran Bretanya, l'Oficina de les Arts i les Biblioteques (i després el Departament de Cultura) proveeix fons directes a alguns equipaments culturals, i exerceix, per tant, el rol d'arquitecte.
  - A França, el rol d'arquitecte tracta de ser complementat amb exempcions fiscals per a les donacions a les organitzacions artístiques, i tracta així d'exercir el rol de facilitador.
  - Causes convergència:
    - Crisi de l'Estat del benestar i baixada dels recursos públics
    - Augment de la importància de les indústries culturals
    - Rol estratègic de la cultura com a instrument de política exterior (diplomàcia cultural) i promoció de la marca país (*nation branding*).

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **El rol de facilitador (mecenatge privat) com a solució?**
  - Els patrons privats no solen donar suport a produccions controvertides o les formes artístiques més innovadores o de sectors emergents.
  - Les donacions empresarials i les esponsoritzacions són inherentment cícliques: quan l'economia va bé, els donants corporatius incrementen les seues aportacions i quan l'economia va malament les redueixen.
  - Les exempcions fiscals no poden ser dirigides, ja que les decisions de finançament són preses per les empreses, les fundacions o els individus d'acord amb els seus gustos (problema de concentració regional o en determinats projectes molt visibles mediàticament).
  - Les exempcions fiscals poden erosionar la capacitat financera del sector públic.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Política cultural i polítiques en relació a la cultura: un problema de definició**
  - En el cas francès, considerat com el cas més antic i ambiciós d'intervenció pública de la cultura —i citat com una referència positiva i de vegades negativa— tampoc trobem una definició clara dels límits de la intervenció pública.
  - Pierre-Michel Menger destaca que a diferència d'altres polítiques públiques, la política cultural es caracteritza per "la multiplicació de les activitats, dels dominis i dels modes d'intervenció, de l'heterogeneïtat de les accions afegides, la indiferència, la indiferència o la impotència o **hostilitat enfront de tota forma de racionalització** del govern dels homes i de les coses de la cultura, que suposarien la promulgació de finalitats precises i concretes, la jerarquització de les prioritats, la gestió rigorosa dels recursos i l'avaluació metòdica dels resultats" (*L'État providence de la culture*).

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **De la cultura contra l'Estat a l'Estat productor de cultura**
  - Inicialment, la cultura es constitueix en un àmbit autònom contra l'Estat i la seua intenció de controlar-lo. Actualment, els debats es desenvolupen a la inversa i se centren a afirmar la necessitat de la intervenció pública per a **defensar l'autonomia artística, enfront del mercat**.
  - Per això, la política cultural s'ha estabilitzat com una **categoria indefinida**. Hem passat de la cultura contra l'Estat a l'Estat productor de cultura en què l'Estat intervé en la definició de la cultura, produint resistències i oposicions, per part dels antics experts ara en competència amb els agents de l'Estat.
  - La intervenció pública va rebre en els anys seixanta l'acusació esquerranosa d'administració de la cultura burgesa o bé per part dels intel·lectuals neoconservadors dels anys vuitanta i noranta que ataquen el relativisme de la política cultural. En resposta, la política cultural s'ha desenvolupat sobre un mode **negat i eufemístic** (p. ex. el mecenatge amagat i les acadèmies invisibles de les comissions d'experts).



---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

## ■ Instrumentalització de la cultura

- Durant el segle XX la intervenció directa dels governs en la política cultural havia estat molt criticada per l'experiència totalitària d'ús propagandístic de la cultura, especialment pel nazifeixisme. La política cultural en els seus inicis es conceptualitzava com una forma d'"incentivar sense intervenir" (Lang).
- A partir dels anys vuitanta es tendeix a conceptualitzar la **cultura com un recurs** (Yudice). Aleshores, la política cultural s'utilitza (instrumentalització) per a altres objectius de les polítiques públiques: *policy attachment* (Clive Gray). No obstant això, la política cultural també es torna objecte de la xerrameca (*bullshit*) per a justificar la construcció d'elefants blancs.
- Inicialment la cultura és utilitzada en clau urbanística: per a regenerar barris en decadència als centres de les ciutats i posteriorment per a crear clústers d'indústries culturals; la cultura esdevé com un instrument per a la refuncionalització postfordista de la ciutat.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Dilemes o perills de la política cultural urbana (Bianchini) (1)**
  - **Gran esdeveniment prestigiós vs. petites accions orientades localment:** preferència pels grans esdeveniments prestigiosos que comporten retallades als grups locals.
  - **Efecte final vs. contingut artístic:** més interès en l'impacte final que en la qualitat de la producció cultural. El que pot reduir la llibertat creativa o anul·lar la capacitat de crítica.
  - **Efímer-esdeveniments vs. permanent-edificis:** els esdeveniments poden animar la vida cultural de la ciutat durant tot l'any, però absorbeixen una part molt important de les despeses culturals.
  - **Local vs. internacional:** les polítiques culturals moltes vegades són posades com l'únic instrument per a defensar-se de l'homogeneïtzació cultural. No obstant això, les estratègies d'imitació no tenen èxit a llarg termini.
  - **Passat-patrimoni-nostàlgia vs. futur-modernitat-experiment:** Un dels perills de la política de regeneració urbana és caure en la celebració del passat que museïtza la ciutat i construeix un patrimoni que té poc a veure amb el passat.

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Dilemes o perills de la política cultural urbana (Bianchini) (2)**
  - **Arts vs. *media*:** La majoria de ciutats no han desenvolupat polítiques adreçades als *media*. No hi ha coordinació amb les polítiques culturals i no s'exploten les sinergies entre els dos àmbits.
  - **Consum vs. producció:** les estratègies culturals orientades al consum cultural solen crear llocs de treball precari. Per això és important també promoure la producció cultural en sectors d'alt valor afegit.
  - **Centre ciutat vs. perifèria:** les polítiques dirigides exclusivament al desenvolupament al centre de la ciutat estan enfocats als turistes i a les classes altes i en certs casos expulsen de la vida ciutadana els residents dels barris pobres.
  - **Districtes culturals i gentrificació:** L'establiment de certes parts de les ciutats com a "districtes culturals" pot generar la gentrificació.

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Els elefants blancs culturals (1)**
  - Aquesta conceptualització de la cultura com un recurs a instrumentalitzar per al desenvolupament econòmic local comporta, per tant, un nou perill per a la governança cultural en concebre-la com un nou domini de les elits sobre la cultura, encara que vinga legitimada per una retòrica de la sostenibilitat i la participació, com va ser el cas del Fòrum de la Cultura 2004.
  - En primer lloc, aquesta orientació de la “ciutat creativa” ha acabat creant “elefants blancs culturals”, és a dir, infraestructures sobredimensionades, grans esdeveniments efímers o festivals globals que tenen un gran cost d’inversió, creació i manteniment i que no aporten valor públic (Moore 1995).



# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

## ■ Els elefants blancs culturals (2)

- D'entrada perquè produeixen edificis, esdeveniments i espais urbans que ràpidament perden la utilitat per a la qual van ser creats (siga perquè s'acaba el gran esdeveniment per al qual van ser dissenyats o bé perquè els usos reals són diferents dels usos previstos).
- Aquestes actuacions acaben creant el que Augé (2011) anomena com "ruïnes modernes", espais infrautilitzats i en procés de degradació o bé com caracteritza Hernández i Martí com *glolocs* o llocs globals escenaris globals desconnectats del seu context local només útils per als turistes internacionals i per a l'oci mercantilitzat (2013).



---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

## ■ Els elefants blancs culturals (3)

- En segon lloc, els "elefants blancs" són producte d'una estratègia que pretén **fascinar el públic** (en aquest cas els ciutadans locals i globals), generant una eufòria que distrau del procés de transformació urbana que l'acompanya i justifica els seus efectes negatius per als sectors més exclosos (segregació i gentrificació).
- En aquest tipus d'actuacions, el càlcul del cost en relació als beneficis ciutadans o als usos socials és abandonat en funció d'uns **suposats impactes indirectes** i un benefici en l'intangible de la marca de ciutat o en l'economia local. No obstant això, si bé a curt termini l'"elefant blanc" aconsegueix generar fascinació en la població local i un impacte en els mitjans de comunicació globals, el fet que es converteix en una infraestructura cara de mantenir, impossible de rendibilitzar i difícil de mantenir, pot generar a mitjà i llarg termini una imatge de malbaratament i decadència i una **deslegitimació de la política cultural a mitjà i llarg termini**.
- Alhora, els elefants blancs generen un gran problema de sostenibilitat i amortització, ja que resten recursos presents i futurs al sistema cultural local alhora que moltes vegades són difícilment reutilitzables per a altres usos diferents d'aquells per als quals van ser concebuts.

---

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

## ACTIVITAT

Debat sobre les definicions de cultura i política cultural, potencialitats, límits i efectes.

- Quines concepcions de cultura podem trobar en la política cultural?
- Existeixen diversos paradigmes? Podem relacionar-los amb les diverses definicions de cultura?
- Quina crítica pot desenvolupar-se des de les ciències socials als límits de la democratització cultural?
- Quina potencialitat i límits podem destacar de les polítiques culturals com a eines de transformació social?

# Cultura, política i poder: de la política cultural a les polítiques creatives

- **Per a saber-ne més**
- Rius i Rubio (ed.), *Treinta años de políticas culturales en España*





---

## **4. Canvis socials i transformacions de les pràctiques culturals**

4.5. Dinàmica urbana i cultura: barris artístics, clústers creatius i branding urbà

---

**Anàlisi sociològica de la cultura i de les pràctiques culturals**

**Joaquim Rius Ulldemolins**

---

# Dinàmica urbana i cultura: barris artístics, clústers creatius i branding urbà

## ■ Caracterització del fenomen dels barris artístics

1. El barri artístic posseeix un patrimoni simbòlic-arquitectònic que és activat culturalment.
2. Sol presentar una concentració de creadors, d'intermediaris o d'institucions culturals.
3. El barri forma part d'un món cultural metropolità i, per tant, representa un subsegment dins d'aquesta dinàmica i dins de l'estructura urbana, social i simbòlica.
4. La concentració es reflecteix en la utilització de l'espai urbà com a temàtica o com a escenari de creació.
5. Aquesta representació simbòlica de l'espai cristal·litza en la formació d'una etiqueta d'estil i en la projecció d'aquesta a escala extralocal (nacional i internacional).
6. El barri artístic es fa objectiu específic de la política cultural urbana i hi repercuteixen les transformacions d'aquesta última.

# Nous comerços i activitats professionals al Raval (2005)

- 1 Bars i restaurants
- 2 Botigues de disseny i moda
- 3 Botigues de música
- 4 Estudis de disseny i arquitectura
- 5 Galeries d'art



Font: Elaboració pròpia



VNIVERSITAT  
DE VALÈNCIA

# Dinàmica urbana i cultura: barris artístics, clústers creatius i branding urbà

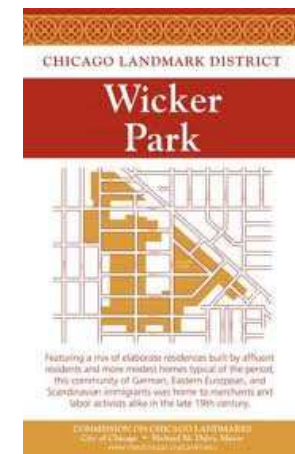
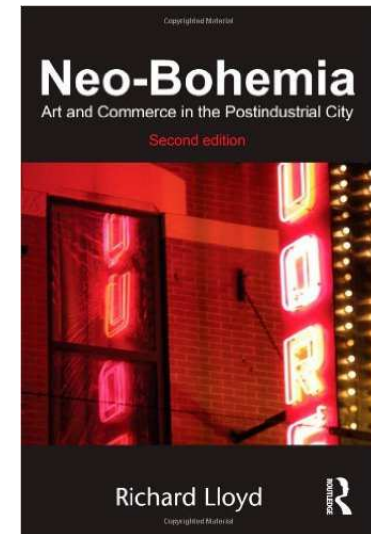
## ■ **Barris bohemis i barris artístics (1)**

- A diferència dels barris artístics de la modernitat cultural (Montmartre, Rive gauche, Greenwich Village) es caracteritzen per una polarització social, les avantguardes modernes, l'emergència del mercat i les oposicions entre espai burgès i espai bohemí. Per contra, els barris artístics actuals es troben en un marc sociohistòric diferent com el postfordisme, la postmodernitat, globalització, la barreja entre espais d'immigració, nous moviments socials, turistes, etc.
- Altres diferències importants:
  - Als barris culturals actuals hi ha una convivència entre la creació i el consum cultural (tallers i galeries d'art). Als barris culturals bohemis només hi havia creadors i les galeries eren a la zona de consum burgesa.
  - Als barris artístics actuals hi ha interacció i interrelació entre creadors i sectors culturals diferents (arts visuals en els seus diferents vessants, teatre, dansa, música, etc.). Els barris artístics bohemis normalment eren concentracions d'artistes visuals o escriptors.

# Dinàmica urbana i cultura: barris artístics, clústers creatius i branding urbà

## ■ Barris bohemis i barris artístics (2)

- Als barris culturals actuals hi ha una intencionada connexió entre sectors culturals de l'"alta cultura" i la "cultura popular", entre cultura i consum (p. ex. museu - graffiti - skate - videojoc o entre arts i restaurants - clubs).
- Els barris culturals actuals es converteixen en objecte específic de la política de planificació urbana i la política cultural que es pot plasmar en la presència d'institucions culturals o programes d'acció cultural.
- En la posició dins de la jerarquia urbana, els barris culturals deixen de ser espais marginals per a passar a ser un dels centres d'activitat cultural, social i econòmica de la ciutat i de la societat (afluència de visitants, auge del mercat immobiliari, activitats econòmiques innovadores, noves migracions i nova composició demogràfica).



# Dinàmica urbana i cultura: barris artístics, clústers creatius i branding urbà

- **Ciutat creativa, model de ciutat i noves gramàtiques**

	<b>Model ciutat creativa</b>	<b>Critiques a la ciutat creativa</b>	<b>Noves gramàtiques per les cultures urbanes i els territoris</b>
A partir del govern	Principi planning cultural / perspectiva transversal	Instrumentalització de la cultura en la política urbana	Cultura com una mediació cultural
A partir del consum	Principi de la classe creativa / Actactivitat	Creixement de la segregació espacial	Emergència de les escenes
A partir de la producció	Economia cultural i creativa / Innovació	Mercantilització de les questions culturals	Economies del canvi cultural

---

# Dinàmica urbana i cultura: barris artístics, clústers creatius i branding urbà

## ■ **Context i objectius dels clústers culturals**

- Dos principals objectius:
    - El desenvolupament de sectors de les indústries culturals.
    - La generació de serveis culturals adreçats al turisme i el comerç: regeneració urbana – creació d'institucions.
  - Context del sorgiment dels clústers culturals: transformacions de l'escenari econòmic i cultural: societat postindustrial (Bell), cultura com a factor productiu de les ciutats (Harvey), instrumentalització econòmica de les polítiques culturals (Gray), orientació al paradigma de la ciutat creativa (Landry i Bianchini).
    - La teoria de la classe creativa ha esdevingut un discurs legitimador per a una estratègia urbana i una transformació de la política cultural.
    - El concepte de clúster és caòtic i usat com a panacea per al desenvolupament econòmic: beneficis de l'aglomeració i els intercanvis entre agents.
    - Constatació creixent de la importància de les interaccions socials que es desenvolupen a l'interior dels clústers o en tercers espais.
-

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

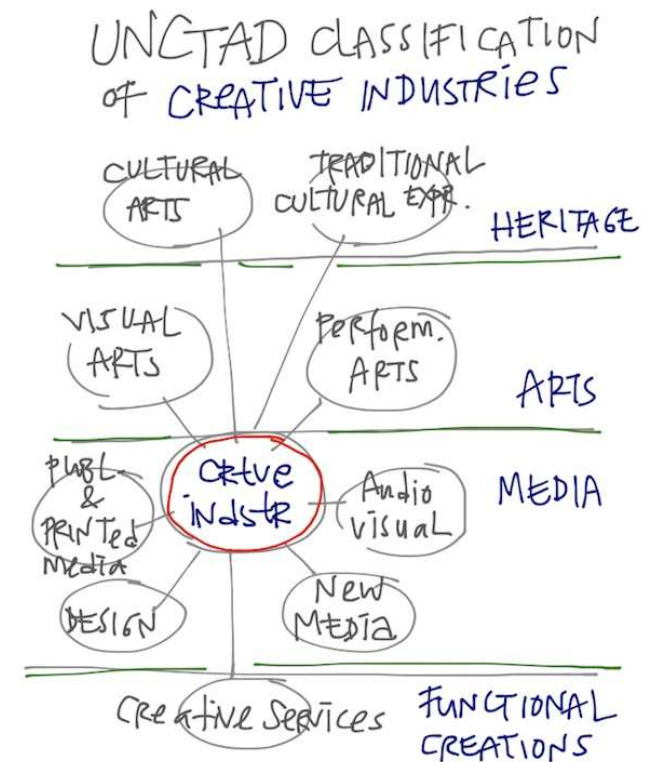
## ■ Tipologia de clústers culturals

- Tipus de clústers segons:
  - l'objectiu de l'aglomeració dels actors
  - el sistema organitzatiu
  - els patrons d'interacció
  - la política pública dominant
  - l'organisme implementador
  - la dinàmica de governança

## ■ Quatre tipus de clústers culturals:

- clústers d'indústries culturals
- agrupació d'institucions culturals
- districtes culturals
- escenes culturals

- Contribució de la sociologia: importància i conceptualització de les interaccions i els marcs socials que les condicionen.





# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

Quadre – Tipologia de clústers culturals (1/2)

	<b>Cluster industries culturals</b>	<b>Agrupació d'institucions culturals</b>	<b>Districte cultural</b>	<b>Escena cultural</b>
Perspectives teòriques	Geografia, Economia	Sociologia de les organitzacions, Ciència política	Geografia, sociologia urbana, Planificació urbana, màrqueting	Sociologia de les arts i la cultura, Cultural Studies
Definició	Concentració de industries culturals	Agrupació de grans organitzacions culturals públiques o de tercer sector	Regeneració d'un espai urbà a partir de intervencions públiques i inversió privada	Establiment d'una comunitat d'artistes i de consumidors culturals
Objectiu de la concentració	Economies d'escala, intercanvi d'informacions, col·laboracions flexibles	Mancomunació de serveis, concentració de la oferta, proyectos concertados	Dinamització comercial, atracció de la demanda i el turisme, branding urbà	Llaços de solidaritat, reforç de la identitat, impuls de la creativitat

Font: elaboració pròpia

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

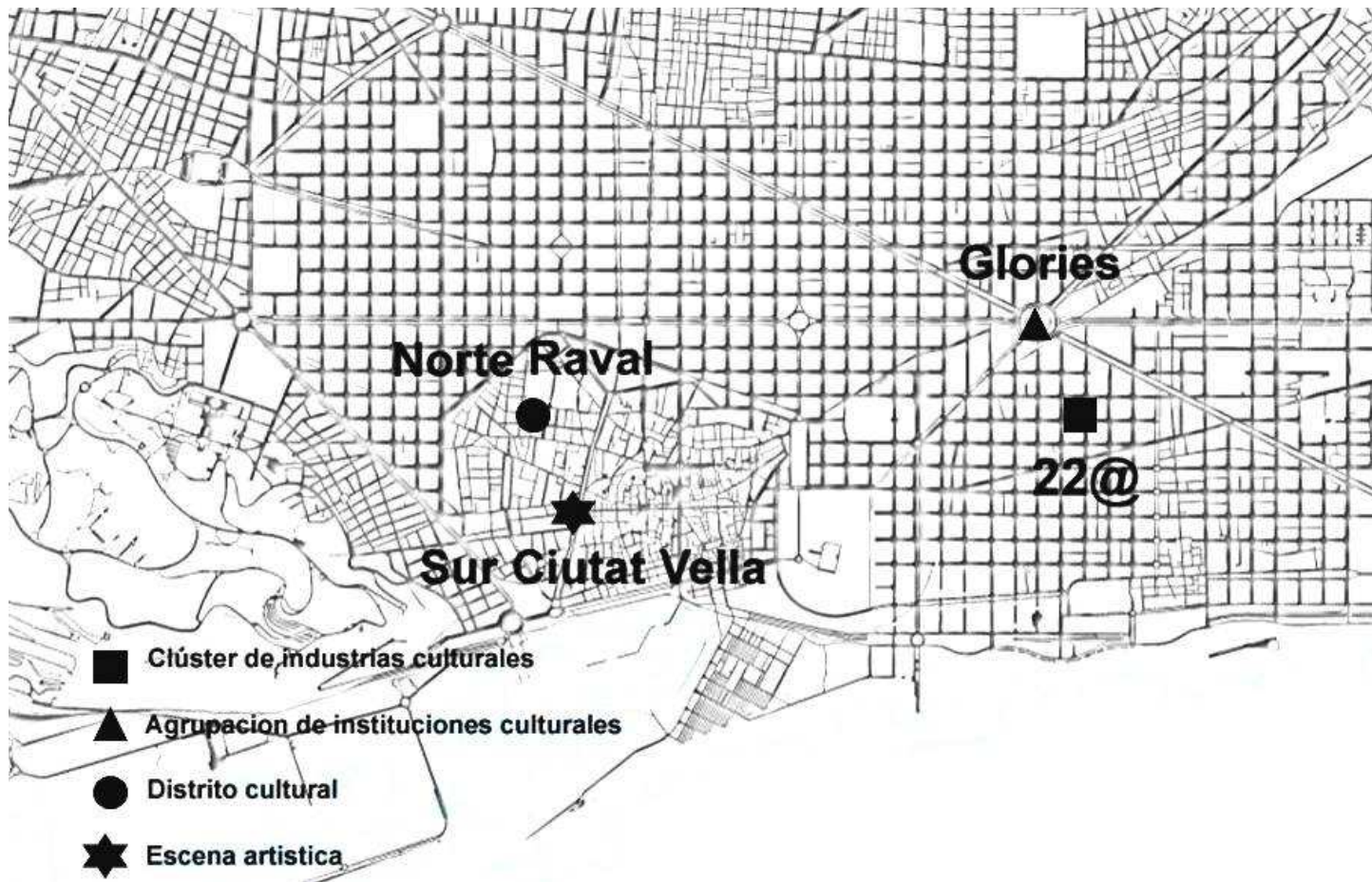
Quadre – Tipologia de clústers culturals (2/2)

	<b>Cluster industries culturals</b>	<b>Agrupació d'institucions culturals</b>	<b>Districte cultural</b>	<b>Escena cultural</b>
Posicionament dintre de la trama urbana	Zona destinada a usos industrials separada d'espais residencials	Zones monumentals, habitualment aprop d'espais públics (places o parcs) destinada a equipaments i separada d'espais residencials	Zones urbanes cèntriques o bé en procés de redefinició d'usos (antigues zones industrials o portuàries) amb usos mixtes comercials i residencials	Zones urbanes cèntriques però separades dels districtes de negocis o comercials
Sistema organitzatiu	Sistema industrial	Camp organitzacional	Regeneració urbana, branding urbà	Comunitat, creació
Patrons d'interacció	Associació	Gobernança multinivell	Partenariat públic-privat	Llaços comunitaris
Política pública dominant	Promoció econòmica	Política cultural (sectorial)	Política urbanística	Política cultural (creadors)
Organisme implementador	Agencias de desarrollo económico	Gobierno, Ministerios y Agencias culturales	Agencies de desenvolupament local i promoció turística	Ministeris i Agencias culturals
Dinàmica governança	Mixta	Top-down	Mixta	Bottom-up

Font: elaboració pròpia

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

Mapa 1 – Casos d'estudi dels clústers culturals a Barcelona (2013)



Font: elaboració pròpia

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

## ■ Els clústers d'indústries culturals

- S'interpreten com una resposta de les indústries culturals a les necessitats d'innovació per a competir en un mercat cada vegada més global (Scott). Es destaquen com a avantatges de l'aglomeració:
  - Facilitat per a l'intercanvi, especialment el *face-to-face*.
  - Accés a proveïdors especialitzats.
  - Abundància mà d'obra qualificada.
  - Facilitat per a la col·laboració per projectes flexibles.
- Tipus d'interacció basada en els llaços d'associació: interaccions basades en projectes destinats a la producció de béns i serveis culturals.
- A partir dels anys noranta, els clústers d'indústries culturals estan planificats per les administracions públiques i les seues agències. Predominen les dinàmiques *top-down*.



---

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

## ■ Els clústers d'institucions culturals

- Producte de la institucionalització del camp artístic i del desenvolupament de la política cultural, especialment com a eina de difusió de l'alta cultura.
  - En els anys vuitanta naix la idea d'utilitzar els equipaments culturals com a eina per a embellir la ciutat, planificar el desenvolupament urbà i projectar-la com a marca prestigiosa (*branding* urbà).
  - Les grans infraestructures impliquen condicionants a la interacció:
    - Constitueixen complexes organitzacions burocràtiques (Crozier).
    - Estan condicionades pels enfrontaments politicoinstitucionals (entre partits o entre administracions públiques).
    - Diferents definicions sobre la missió dels equipaments.
    - Rivalitats entre els directors artístics.
  - Es tracta de polítiques de clusterització planificades i *top-down*, sovint liderades pels màxims responsables de les polítiques culturals o bé per la presidència dels governs.
-

---

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

## ■ Els districtes culturals

- Són concentracions d'equipaments culturals, educatius, tendes, restaurants i oferta d'oci nocturn. Destaca la seua polivalència d'usos i la preeminència com a espai urbà de consum. Han estat concebuts com a eines per a la regeneració urbana dels centres urbans o barris en decadència. Característiques:
    - El protagonisme l'exerceix el sector privat.
    - Estableixen una relació intensa (encara que problemàtica) amb l'entorn urbà: qüestió de la protecció del patrimoni material i immaterial.
    - Processos de creació de marca urbana (*local branding*).
    - Generació de nous estils de vida (*loft living*) i de consum de les noves capes mitjanes.
    - Controvèrsia sobre els efectes de la constitució de districtes culturals sobre els antics residents i sobre la mateixa comunitat artística (gentrificació).
    - Les dinàmiques d'interacció estan condicionades pels mecanismes de governança públic-privats i l'objectiu de promoció del districte cultural.
-

---

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

## ■ Les escenes culturals urbanes

- El concepte de les escenes culturals ha estat utilitzat per la sociologia de les arts i els *cultural studies* per a analitzar les agrupacions de creadors i consumidors al voltant de les expressions artístiques d'una comunitat local, translocal o virtual.
    - Cal destacar la dimensió urbana de les noves escenes artístiques, protagonitzades per la neo-bohèmia (Lloyd): creadors culturals més o menys precaris amb lligams amb les indústries culturals i els nous *media*.
    - Es caracteritzen per connectar una diversitat de creadors de diverses disciplines afavorint les fertilitzacions encreuades (Currid).
    - S'emmarquen en relacions de tipus comunitari en què predominen els llaços afectius i personals.
    - La concentració d'artistes no s'explica només per factors socioprofessionals sinó també perquè ajuda a crear i mantenir una subcultura bohèmia.
    - Poden arribar-se a constituir com a agent social i implicar-se en els processos de canvi urbà o enfrontar-se a plans de regeneració urbana *top-down*.
-

---

# Dinàmica urbana i cultura: els clústers culturals

- **Per a saber-ne més**
- Sharon Zukin, *The culture of cities*
- Graeme Evans, *Cultural Planning*

