

Documentos CIDOB

Dinámicas Interculturales; 11

Políticas de la comunicación y la cultura. Claves de la investigación.
Policies of communication and culture. Key points of research.
Jesús Martín Barbero

documentos



Serie: Dinámicas interculturales

Número 11. Políticas de la comunicación y la cultura: Claves de la investigación

© Jesús Martín Barbero

© Fundació CIDOB, de esta edición

Transcripción y edición del texto: Enrique Díaz Álvarez

Traducción al inglés: Michael Bunn

Barcelona, diciembre de 2008

Edita: CIDOB edicions

Elisabets, 12

08001 Barcelona

Tel. 93 302 64 95

Fax. 93 302 21 18

E-mail: publicaciones@cidob.org

URL: <http://www.cidob.org>

Depósito legal: B-35.860-2004

ISSN: 1698-2568

Imprime: Color Marfil, S.L.

Distribuye: Edicions Bellaterra, S.L.

Navas de Tolosa, 289 bis, 08026 Barcelona

www.ed-bellaterra.com

«Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra»

**POLÍTICAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA:
CLAVES DE LA INVESTIGACIÓN
Pág. 5**

***POLICIES OF COMMUNICATION AND CULTURE:
KEY POINTS OF RESEARCH
Pág. 21***

Jesús Martín Barbero*

Diciembre de 2008

*Profesor de la Universidad Javeriana de Bogotá y miembro del Consejo Nacional de Ciencias Sociales de COLCIENCIAS y del Consejo Nacional de Cultura de Colombia

El presente Documento es la edición de la transcripción de la clase doctoral que el profesor Jesús Martín Barbero impartió el 8 de mayo de 2008 en el marco del Programa de Dinámicas Interculturales de la Fundación CIDOB, en colaboración con la Cátedra Unesco de Comunicación InCom-UAB

Políticas de la comunicación y la cultura: claves de la investigación

Antes de abordar algunas claves de investigación –tanto para los estudios del campo de la comunicación como para los estudios del campo de la cultura–, y frente a un tema doblemente estratégico como es, por un lado, la crisis que sufren las políticas públicas en general con las múltiples formas de desmantelamiento de lo público y, por el otro, la dimensión estratégica de pensar juntos comunicación y culturas, me gustaría poner un poco de distancia para hablar de la profunda crisis que sufre lo político.

¿Qué está pasando en la política?

Desde hace algún tiempo la política se fue vaciando de ideología y terminó desprendiéndose de lo que Paul Ricoeur llamó “densidad simbólica.” Es decir, la política es cada vez menos aquello que nos congrega, que nos convoca o que nos hace sentir juntos, para convertirse más bien en una maquinaria electoral que, además, no tiene ningún compromiso entre lo que promete y lo que cumple. Realmente estoy tentado a pensar que la política actualmente sufre el proceso inverso al que ha sufrido la tecnología; si a lo largo de la historia la tecnología apareció siempre como puro instrumento, aparato o máquina –en donde, como diría Heidegger, no había preguntas y nada que pensar–, hoy la técnica se ha ido llenando cada vez más de densidad simbólica y cultural, mientras que la política se ha ido pervirtiendo y vaciando radicalmente de esa densidad simbólica.

Actualmente una red en Internet nos convoca y nos hace sentir más juntos que muchos de los mensajes de los políticos. De hecho, uno de los últimos acontecimientos políticos de España fue el *pásalo*; aquellos adolescentes de Madrid que el 13 de marzo, poco antes de las elecciones generales de 2004, incitaron a la gente a reunirse a las seis de la tarde en la calle Génova, número 13 –sede del Partido Popular–, y llegaron a juntar

a más de 30.000 personas; y en Barcelona un poco más tarde lo hicieron otras 20.000 personas, y en Bilbao otras más. Es decir, si hay un acontecimiento político hoy en día es el hecho de que unos adolescentes, a través de teléfonos móviles y de Internet, logren sacar a la gente a la calle contra la perversidad de la mentira que el PP fabricó sobre quiénes eran los autores de la masacre del 11 de marzo de 2004 en los trenes de Madrid.

A partir de aquí se podrían plantear dos preguntas relacionadas con nuestro punto de partida: por un lado, ¿cómo investigar las políticas de la comunicación y la cultura sin toparnos con lo que está pasando en la política? y, por el otro ámbito estratégico, ¿cómo pensar juntas la comunicación y la cultura en una sociedad en la que todavía buena parte de la intelectualidad sigue oponiéndolas de manera radical? Es evidente que el mundo de la cultura sigue siendo el mundo de lo simbólico, en el sentido de lo auténtico, de lo verdadero; mientras que el mundo de las comunicaciones es el de la actualidad pasajera, frívola y simulada, en el sentido *baudrillardiano* (la disolución de lo real en las imágenes, en los efectos de cámara o de voz).

Una buena parte de la intelectualidad de Occidente todavía sigue oponiendo el mundo cultural al de la comunicación; esto es, el mundo de los museos, de las bellas artes, de lo denso, de lo complejo y de lo original, en contraposición al mundo de los medios de comunicación, del plagio, de la tercera mano y de las banalidades. Muchas de las políticas culturales siguen haciéndose de manera esquizofrénica, como si hoy se pudieran hacer políticas culturales sin pensar en los procesos de comunicación entre culturas.

El problema no es si ciertos campos merecen ser investigados o no, el problema es qué investigar en estos terrenos para no seguir repitiendo, o bien la línea de las denuncias —que hoy día se han revelado mucho más inocuas de lo que ya eran hace años—, o bien los problemas de investigación que tienen posiciones de antemano políticas o ideológicas, en el sentido de prejuicios. En la actualidad tendríamos que ponernos a formular preguntas sobre el sentido de los procesos de comunicación y de cultura en los que juega, como ya se ha dicho, la construcción colectiva del sentido.

Debo confesar que las propuestas que haré a continuación sobre pistas de investigación en políticas de comunicación y cultura están sesgadas, porque lo que más abunda actualmente es una investigación todavía prejuiciada radicalmente, principalmente por el pesimismo. En uno de los últimos textos que publicó en vida, Raymond Williams¹ mencionaba precisamente que la mayoría de los intelectuales, cuando relacionan cultura y tecnología, son radicalmente pesimistas. La idea clave de Williams gira alrededor de esta evidencia: lo que tenemos y domina actualmente en el debate teórico es una pésima combinación de determinismo tecnológico con pesimismo cultural, hecho que presagia la enésima decadencia de Occidente, a lo Frankenstein; el hombre produce una tecnología que después acaba dominando a la sociedad y destruyéndola.

Los apocalípticos están dominando y cooptando la crítica, por lo que el sesgo de mis pistas de investigación es que ya no necesitamos más pesimismo. Yo diría que, en buena parte, los integrados son inocuos, porque sabemos que son los que celebran la fiesta como pueden y nos dicen lo bien que van las cosas. A mí me preocupan mucho más los apocalípticos, ya que al decir que las cosas van mal, muy mal, dejan en la conciencia de la mayoría de los ciudadanos la idea de que no se puede cambiar nada, porque hay un determinismo que nos lleva a una situación cada vez peor. Ello me parece peligroso, porque veo, por el lado de la política, que se acaba haciendo el juego a quienes dicen que no hay que cambiar nada porque no hay cómo transformarlo, y a quienes piensan que si alguna vez se creyó que el mundo podía cambiar, ya ha habido suficientes pruebas de que éste es inalterable. Como si hubiéramos llegado al fin de la historia y el futuro fuera una repetición del presente; para unos estará Auschwitz, para otros, Hiroshima o Irak.

1. N. de Ed.: El autor se refiere a Williams, Raymond. *Sociología de la cultura*. Barcelona-Buenos Aires-México: Ed. Paidós, 1994.

El sesgo explícito de las pistas que voy a presentar es que hay que investigar, no aquello que nos haga ser optimistas, sino aquello que nos dé esperanzas. En esto sigo y me remito a Walter Benjamin al pensar que la esperanza se nos da a través de los desesperados. Hoy en día hay muchos desesperados reinventando América Latina –que es de donde vengo y de lo que puedo hablar–, con una enorme imaginación social; latinoamericanos apropiándose de los medios, transformando sus culturas y buscando una transformación radical del quehacer político.

Los indígenas en América Latina, sin dejar de luchar por sus tierras, pelean por el Estado, y quieren ser reconocidos como lo que son realmente: pueblos con historia y con ganas de Estado; con ello quieren ser un factor de transformación de un Estado en el que no entran porque el modelo moderno se importó de Europa –el Estado-nación–, y ahí no caben muchas de las culturas políticas de América Latina.

Para cerrar este paréntesis introductorio, diré que lo que merece la pena investigarse es aquello que nos dé esperanzas de cambiar esta sociedad; no lo que nos provoque o bien ganas de quedarnos tranquilos, o bien ganas de injuriar este mundo. Estamos hartos de gente que vive tranquila y no quiere que nadie le quite su tranquilidad, pero también de aquellos que se quedan maldiciendo este mundo, pero no nos dan las herramientas, ni la menor esperanza o posibilidad, para pensar en la manera cambiarlo.

Primera pista

La primera pista tiene que ver con investigar las encrucijadas que significan los procesos y las prácticas concretas. Actualmente cualquier objeto de estudio que no esté formado por planos, disciplinas y ejes diversos, es incapaz de servirnos de muestra para representar mínimamente algo con relevancia social. La complejidad no es una palabra o sustantivo, la complejidad es un adjetivo. Si los manuales

nos recomendaron que había que abstraer, separar o deslindar, en mi primera pista de investigación propongo todo lo contrario: hay que *entrecruzar*.

El tema que planteo con política-comunicación-cultura, por ejemplo, está formado por un cuadrilátero: por un lado, habla de *políticas*, del sector público, de gobiernos —ya sean gobiernos estatales, regionales, municipales o “mundiales”—; por otro, al nombrar *medios, comunicación o cultura*, se apela indudablemente a industrias y a la lógica del mercado, es decir, al negocio de la cultura y, por tanto, a toda la dimensión empresarial. La empresa existe hoy deslocalizada, deshuesada, y convertida en mero avatar de la acumulación de capital. Y buena parte de esos intangibles que llamamos cultura o culturas pasan por este tipo de “industria sin chimeneas”, como se denominaba en España al turismo, y que luego se exportó a América Latina para nombrar la industria más intangible pero hecha con montones de tangibles.

El tercer actor del cuadrilátero es el *capitalismo neoliberal* que, como la industria y lo público, es una dimensión que a su vez es actor. Finalmente está el otro actor-dimensión que, de alguna manera, es el tercer sector: los *independientes*. En este momento nuestro campo comunicación-cultura está marcado por el ámbito de los medios comunitarios y ciudadanos, con la creatividad de millones de jóvenes en América Latina que hacen pequeñísimas empresas, muchas veces ligadas a diversas ONG, a movimientos sociales o a medios locales. Es una dimensión de la creatividad y de la productividad independiente que tiene que jugar con algunos pequeños ingredientes de la industria, en tanto que no puede, en absoluto, desconocer las lógicas del mercado —que están ahí— y tiene que jugar con lo que le posibilita, o no, lo público aunque lo haga de un modo distinto. Es otro actor que, si lo tomamos en serio, nos daremos cuenta que atraviesa toda la sociedad, de punta a punta, y está presente dentro de los medios e industrias grandes.

Para entrar en materia, hay que entrecruzar estos cuatro elementos y no reducir la industria a mercado. El lastre que nos dejó la escuela de Frankfurt, y Theodor W. Adorno especialmente, fue el hecho de confundir industrias culturales con pura elaboración y legitimación del mercado, ya que ello no es así. El concepto *industria cultural* nos pervirtió porque, de alguna manera, incorporó a la industria como si fuera un puro avatar del mercado, y no lo es. La industria es otra cosa que nace junto con el capitalismo, pero ambos conceptos no son lo mismo, no se puede reducir la industria al mercado. En este sentido, la industria cultural necesita ser pensada de nuevo, particularmente en América Latina, donde empieza a haber una industria de los independientes en música, en teatro y en cine. Esta nueva industria cultural no puede decirse que sea un mero producto del mercado, aunque tiene que ver con él, porque no lo es; tiene muchas y fuertes contradicciones con el mercado.

Esta primera pista es una encrucijada y un desafío a lo público, es pensar hoy la transformación de las culturas y el papel que la comunicación juega en estas metamorfosis. Es un desafío a lo público porque lo público –en el caso de América Latina es clarísimo– ha sido fagocitado por lo estatal. Cuando se habló de lo público, bien fuera desde la izquierda o desde la derecha, siempre se pensó en lo estatal, como si trabajar por lo público sólo se pudiera hacer desde el Estado. La consecuencia de pensar esto nos la destapó Hannah Arendt: al identificar lo público con lo estatal desapareció la sociedad, y con ella desapareció la heterogeneidad. Es mentira que lo público sea monoteísta, como lo estatal. Lo público es plural, es heterogéneo como la sociedad. Lo público está hecho de Estado pero está hecho de sociedad, es por lo tanto heterogéneo, diverso, conflictivo. El espacio de lo público, si quiere ser el espacio de los intereses comunes, tiene que ser conflictivo porque los comunes son muy distintos y tienen intereses diversos, nunca uno solo.

Segunda pista

En la línea de realizar investigaciones que nos den o mantengan un mínimo de esperanza para cambiar este mundo, la segunda pista se refiere a experiencias de lo público, o de políticas públicas, que están posibilitando que las culturas se transformen y muestren otras voces distintas a las del amo del mundo. Investigar toda clase de políticas públicas que, a cualquier nivel –desde el más pequeño municipio, autonomía o Estado-nación hasta la Unión Europea–, amplíen y hagan de lo público algo heterogéneo; aquello que Hannah Arendt planteaba como un espacio de lo heterogéneo, un espacio de la diversidad.

La segunda pista es investigar experiencias de políticas públicas que posibiliten, apoyen, estimulen y desarrollen la comunicación entre culturas, pero reconociendo de entrada la diversidad de éstas. Hay una tentación muy grande dentro de la política y, por tanto, de las políticas culturales, a seguir creyendo en una idea monoteísta de lo público. El conservadurismo, la derechización del mundo que se nos viene encima sigue encontrándose mucho más a gusto en el monoteísmo que en el politeísmo. Como los maestros de escuela, que seguimos encontrándonos mucho más tranquilos cuando hay monosemia que cuando hay polisemia en la cabeza de nuestros alumnos, porque las cosas se vuelven mucho más complicadas.

El desafío fundamental de las políticas públicas es la heterogeneidad de lo público en términos de sociedad, y por lo tanto en términos de culturas: ya sean éstas étnicas, de género, de edad o de la salud. Hace años, por ejemplo, no se hablaba de culturas de la salud –había un solo modelo de salud–, mientras que hoy en día, al menos en América Latina, se plantean muy en serio otras concepciones de la salud y del saber medicinal, vinculadas a otras concepciones del cuerpo. Existe un primer desafío en el hecho de investigar y encontrar políticas públicas no uniformadoras, políticas públicas que se planteen la heterogeneidad de lo público y, por tanto, que sean capaces de posibilitar la presencia, la visibilidad de la diversidad social.

Tercera pista

La tercera pista tiene relación con un concepto que ha entrado últimamente en el campo de la cultura y es estratégico para nuestro campo de estudio: la sostenibilidad. Estamos viviendo no sólo esos procesos de homogeneización de los que hablaron siempre aquellos que hacían las denuncias en torno a la comunicación, sino que también estamos viviendo procesos de diferenciación, de igual o mayor magnitud. Tanto en el sentido positivo de observar una mayor conciencia de la diferencia y de la diversidad, como en el sentido negativo de rentabilización de la diferencia. El tema no es tanto la homogeneización cultural, sino la destrucción cultural; así como vivimos asustados por las constantes amenazas al ecosistema y a las especies de animales en peligro de extinción, también existen cifras sobre cuántos idiomas mueren cada día en el planeta. Lo cierto es que mientras la UNESCO siga haciendo convenciones sin dientes, o sea, declaraciones meramente retóricas, por más avanzadas que sean conceptualmente, no habrá manera de interpelear en serio al FMI o al Banco Mundial, organismos ambos que, no hay que olvidarlo, son creaciones de la ONU.

El geógrafo brasileño Milton Santos fue el primer sociólogo y geógrafo del mundo en plantear un cambio en la categoría central de las ciencias sociales, al vislumbrar que lo que había sido hasta entonces el Estado-nación, ahora tenía que pensarse bajo la categoría mundo. Entendiendo que éste no es un agregado de naciones o de estados, sino otro tipo de realidad que no es lo transnacional empresarial, ni lo internacional estatal. El mundo existe y tiene plena identificación histórica, no es pensable como un derivado de lo nacional porque no tiene nada que ver.

Con la sostenibilidad cultural, propongo trasladar al campo de la cultura aquello que ya estaba en el campo del desarrollo social: el desarrollo sostenible. Es decir, no el desarrollo de unos pocos que explotan el resto del planeta para que estos pocos vivan, sino haciendo un mínimo de equilibrios para que todos los habitantes de la Tierra puedan sobrevivir. La introducción del concepto de sostenibilidad cultural es fundamental

porque es pensar los largos tiempos de la cultura frente a los efímeros tiempos del mercado.

Pensar estas temporalidades es otra encrucijada: frente a la obsolescencia cada vez más rápida del mercado –todo se produce para que cada vez dure menos–, está la durabilidad de las culturas que, al contrario del mercado, están hechas para permanecer. El asesinato de las culturas se produce cuando se quiere medir a éstas por el valor de lo que no persiste, es decir, cuando la temporalidad hegemónica del mercado lo pone como baremo para medir el valor de lo que tiene otra temporalidad. Puedo hablar de ello porque nací hace muchos años en una casa de un pueblito de Castilla la Vieja, y ahí dialogué con cinco generaciones; todo estaba hecho para durar, de tal manera que heredé los pantalones de mi hermano mayor, de mis primos, mientras que ahora soy contemporáneo de mis hijos y veo que viven en una sociedad en que todo está hecho para desecharse, porque si algo dura se revienta el mercado y el sistema. El primer ingrediente para la sostenibilidad cultural es pensar las dimensiones temporales conflictivas de nuestras culturas y de nuestros productos culturales. Un libro no es lo mismo que una lavadora, aunque tenga materia prima y tenga procesos de producción, circulación y consumo como la lavadora.

Ahora bien, si el primer ingrediente para la sostenibilidad cultural es que las culturas no pueden ser medidas por la temporalidad hegemónica, el segundo significa que las culturas viven procesos que hay que pensar y que pueden ser estimulados o garantizados en tres planos: a) respecto a la autonomía; b) respecto a la capacidad de transformarse; y c) en tanto a la proyección de la propia cultura hacia fuera de sí misma.

a) El primer ingrediente para que una cultura siga viva es que sea autónoma, y la autonomía tiene que ver con lo que Eduardo Delgado definía como la conciencia del capital cultural propio reconocido. Es decir, la autonomía es la capacidad que tiene una cultura para decidir sobre su pasado, su presente y su futuro, y también significa la capacidad y el derecho a negociar y tomar decisiones en todo aquello que afecte a las propias comunidades culturales, sean jóvenes o viejas, sean etnias o grandes colectivos como las mujeres.

b) El segundo vector de la sostenibilidad cultural es la capacidad de transformarse: una cultura está viva mientras se transforme, si se anquilosa, ésta muere. En Colombia he insistido en cuestionar radicalmente el verbo conservar en lo que se refiere a las culturas, porque para la mayoría de los políticos conservar es poner en conserva, es decir, meter en una lata. Como hacen los estadounidenses con sus indígenas, y como tratan de hacer no pocos de los que hacen políticas culturales en Latinoamérica. Las culturas viven –y es aquí donde aparece la dimensión estratégica– mientras se comunican e intercambian unas con otras. Cuando dejan de comunicarse, implosionan y mueren. La comunicación no es un añadido a las culturas, no representa una cultura mostrándose de manera exhibicionista ante las otras, sino que es una dimensión constitutiva de la vida cultural, de la vida de las culturas. Toda comunicación es transformadora e implica un riesgo, y es que, por mínimamente compleja que sea, siempre existe conflicto. ¿Qué clase de comunicación puede ser densa entre dos personas si no hay asimetría, si no hay conflicto? Si lo hay entre las personas, evidentemente lo habrá mucho más entre las culturas.

La comunicación no es un añadido posterior a la existencia de la cultura, la cultura existe y vive en la medida en que se comunica y, en la medida en que se comunica, se arriesga, se expone a las otras y, por tanto, se transforma. Sin transformación, no hay identidad que valga. La identidad no es una esencia, es un relato. La identidad es narrativa, está hecha de historias, y las historias, obviamente, se cuentan al *otro*, nunca se cuentan a *uno mismo*. Para que el cuento tenga gracia hay que contárselo a otra cultura, si no: ¿cuál cuento? Con el doble sentido que tiene esto en castellano, y que es divino: contar significa, al mismo tiempo, contar historias y contar para el otro, es decir, ser tomado en cuenta. Una cultura sólo es tenida en cuenta por otra, si la otra sabe contarse. No somos tenidos en cuenta, sino sabiendo contarnos a nosotros.

c) El tercer vector es la proyección de la propia cultura hacia fuera de sí misma. Ya no se trata de la dimensión constitutiva de la comunicación –de contarse al otro–, sino de la proyección. Es decir, la capacidad de salir

de su pequeño mundo y entrar en una relación mucho más compleja que la que le exige el mínimo para sobrevivir. Porque existe una comunicación sin la cual no sobreviviríamos, pero además hay otro tipo de proyección que es mucho más arriesgada y comprometedora. Nunca como hoy, hasta las culturas más pequeñas y más escondidas de la selva amazónica, éstas han estado tan expuestas al resto de culturas del país y del mundo. Todas las culturas, hasta aquellas que se habían conservado más aisladas, hoy ya no lo están. No hay nada aislado en este planeta, con todo lo que eso significa de intromisión, de invasión, y a la vez de vitalización.

En 1983, en un seminario internacional organizado por la Universidad Autónoma de México sobre Estado y cultura, hablé de estas cuestiones y recibí fuertes críticas de numerosos puristas del indigenismo, de lo auténtico, lo virgen, y lo original. Estaba ahí presente Amalia Signorelli, una de las grandes antropólogas italianas, que me apoyó señalando que en Italia hay grupos culturales étnicos que si no hubiera sido por la radio se habrían muerto. Muchos se enfurecieron, porque tenían la visión de que la radio es el enemigo que nos invade y nos aniquila. En este sentido, es importante hablar de la capacidad de proyectarse en un mundo en el cual, si tú no tomas la iniciativa, otro la va a tomar por ti. Esto está dentro de la sostenibilidad, porque ésta no es sólo conciencia de la riqueza propia, no es sólo conciencia de que yo estoy intercomunicado, sino que es conciencia de mi propia capacidad para ir más allá de mí mismo y de proyectarme en términos de creatividad y de productividad.

Cuarta pista

La cuarta pista tiene que ver con la dimensión comunicativa pensada, no como añadido, sino como algo que forma parte de la vitalidad de una cultura. Quiero detenerme básicamente en dos aspectos: el primero es que hoy día ya no podemos pensar el amplio mundo de los medios comunitarios al margen del nuevo paradigma de la comunicación. Durante mucho tiempo hemos vivido en un paradigma ingenieril que, en el fondo, se basaba en

el coste de mandar un mensaje desde una fuente hasta un destinatario, aquí se acababa la teoría y, por tanto, la comprensión de la comunicación. A esta ingeniería de emisor-receptor, y un canal que les unía, Claude Shannon la denominó pretenciosa e ingenuamente *Teoría general de la comunicación*. Tiempo después, Norbert Wiener –un filósofo, antropólogo, psicólogo, que tenía también formación de ingeniero– nos dijo lo que esto significaba en realidad: que *el todo comunica*. Es decir, sustituyó esa visión instrumental, direccional, secuencial o lineal que va del emisor al receptor y del receptor al emisor –en la que no queda nada, porque lo único que le interesaba al emisor del receptor era verificar si éste último había entendido fielmente lo que le decía el amo– para señalarnos que el nuevo paradigma es red, es interfaz de proximidad, en tanto que una red es un montón de nodos o nudos –la palabra nudo se refiere a la materialidad del ligamento, nodo dice la metáfora de la densidad. Este nuevo paradigma nos dice que actualmente valen menos las grandes maquinarias de la política, que los muchos interfaces entre pequeños proyectos.

Esta nueva concepción de la comunicación, donde no hay emisor ni receptor porque, en muchos sentidos, cualquier emisor es a la vez receptor, y cualquier receptor tiene la posibilidad de ser emisor, cambia radicalmente lo que entendíamos por comunicación. Y lo cambia radicalmente porque hoy en día hablar de una emisora de radio comunitaria ya no significa: “lo pequeño es hermoso”, que es lo que decíamos en los años setenta y ochenta para diferenciarla de los grandes medios y describirla como algo más limpio, puro, o más cercano al pueblo, a la verdad, a la autenticidad o más lejos del poder. Hoy, decir comunitario no es decir alternativo en ese tono pretencioso, ya que existe, en términos de política, un tejido cada vez más denso de redes de medios comunitarios que ya no viven sólo de lo que pasa en su lugar, en su pequeño territorio, sino que se piensan conectados, intercambiando y proyectándose al mundo, es decir, lo que anteriormente hemos planteado como los dos últimos vectores de la sostenibilidad cultural. Fueron los medios comunitarios los que lograron pensar lo que pasaba en un lugar y de ponerlo en ese medio. En Colombia hemos dado

un paso más, y hoy ya hablamos de medios ciudadanos como aquéllos que no sólo son capaces de pensar las demandas sociales, los conflictos políticos o las creatividades culturales de su lugar, sino que son capaces de mirar y hablar al país entero. Tienen proyecto de país porque, aunque sea desde un pequeño municipio, se proyectan sobre el país. Ésta es la diferencia entre estar comunicado y proyectarse.

El grave problema para estos medios y su lucha es que, mientras que estos medios ciudadanos desde su pequeño lugar quieren expresar su verdad al país, el Ministerio de Comunicaciones no les permite encadenarse. En Colombia cualquier medio privado se puede encadenar y conectar con las emisoras del mundo que desee, mientras que a las emisoras comunitarias se les prohíbe encadenarse y, por tanto, tener voz sobre el país. Si no les permiten ni siquiera transmitir sus programas durante dos horas semanales en la radio nacional, como yo he propuesto, no es por la razón que daba la anterior ministra al decir que, supuestamente, representaban una competencia desleal a Caracol y RCN, las grandes cadenas de radio. Se necesita cinismo para decir una cosa semejante. La razón real es que, a través de este nuevo tejido, hay una reinención de la democracia, de la política, porque son lugares que toman la palabra pero con proyecto de país. Son gente muy bien ubicada en su territorio, en sus negociaciones con los paramilitares y con la guerrilla, pero que, a la vez, saben que no van a salir de esto si no le hablan al país entero y, a través de él, al mundo, o directamente al mundo.

Lo que está en juego es una noción de comunicación mucho más anclada en el concepto de red y de interfaz; de una conexión que posibilita, no sólo una transformación interna, sino una voz más potente a la hora de hablar y de proyectarse hacia el país o el mundo y que, a la vez, ya está teniendo repercusiones sobre la concepción misma de lo político en esos lugares. Por eso les tienen tanto miedo y no les dejan juntarse. Quizá se acuerdan de lo que dijo Lope de Vega: “Cada alcalde vale tanto como el rey, y juntos mucho más que él”. Eso es lo que saben los gobiernos en América Latina y ahí empiezan a cambiar las políticas desde su lugar de base. No las políticas del Estado, pero sí las políticas del país.

Quinta Pista

Para cerrar, mi última pista es la siguiente: si empezamos nuestro planteamiento refiriéndonos a la investigación de experiencias de políticas públicas, hay que terminar planteando la investigación de los modos con que las culturas se están apropiando de las nuevas tecnologías de comunicación y, por tanto, de las nuevas visibilidades sociales y políticas que pasan por los medios ciudadanos como el blog o la página de Internet.

Si de alguna manera, durante los años noventa, los investigadores sociales descendimos de nuestro pedestal académico y llegamos a sentarnos con el televidente para comprender lo que veía en la televisión, intuyendo que, si nosotros no nos poníamos a ver con ellos la televisión, jamás íbamos a saber lo que pasaba realmente en esa relación (porque la televisión no es lo que pasa por el aparato, sino lo que percibe la audiencia y lo que acaba haciendo con ella), hoy en día, el hecho de ver que la gente empieza a usar a los medios, que las escuelas empiezan a enseñar a escribir con una cámara de fotografía o de video, como una forma de contar historias radicalmente distinta a la del bolígrafo, o la cantidad de gente que está haciendo música conjuntamente, de una punta a otra de América Latina, pone en evidencia que nos queda un camino por recorrer, y nos obliga a reflexionar no en términos de recepción sino de apropiación y de empoderamiento,

Hablar de apropiación y empoderamiento no es hablar de recepción. Lo que hay que investigar, desde el punto de vista de políticas que los posibiliten y apoyen, son los modos de relación de las culturas jóvenes y viejas, blancas y negras, indígenas o de género. Porque lo que aquí tenemos, hay que repetirlo, no es algo que cabe en la idea del mero consumo y recepción, sino de empoderamiento; es, por ejemplo, la gente joven haciendo música y contando su historia a través de la música y mandándola al mundo entero.

Lo que he intentado conseguir con esta exposición es confundir más que aclarar, porque no estoy proponiendo objetos de investigación, sino encrucijadas de investigación. Y esas encrucijadas no sólo exigen

interdisciplinaria, sino que exigen también arriesgarse a salir de los objetos prestigiosos y de moda para ponerse a la escucha de lo que está pasando en nuestras sociedades y poder, entonces sí, ayudar a los que hacen políticas públicas. Hacer unas políticas mínimamente democráticas, es decir, que cuenten con las transformaciones que se están operando en las propias sociedades.

Barcelona, 8 de mayo de 2008

Policies of communication and culture: Key points of research

Before I tackle a few of the key points for researching the fields of communication and of culture, and in light of a doubly strategic subject (the crisis being suffered by public policy in general with the multiple ways in which the public is being dismantled, and on the other, the strategic dimension of considering communication and cultures together), I would like to distance a little in order to talk about the profound crisis that the political is undergoing.

What is happening to politics?

For some time, politics has become increasingly drained of any ideology, and has ended up doing away with what Paul Ricoeur called “symbolic density”. That is to say, politics is less and less something that brings us together, something that unites us or makes us feel together, and has instead turned into an electoral machinery which, furthermore, possesses no commitment with respect to what it promises and what it achieves. In fact, I am tempted to think that politics is currently suffering from the inverse process of what technology has suffered; while during the course of history, technology has always been viewed as a pure instrument, apparatus or machine (in which, as Heidegger would say, there were no questions and nothing to think), nowadays, technology has become increasingly filled with symbolic and cultural density, while politics has been corrupted and radically drained of that symbolic density.

Nowadays, the network of the Internet calls us together and makes us feel much closer than many of the messages of politicians. In fact, one of the most recent political events in Spain was *pásalo* (pass it on); this took place in Madrid on 13 March, just before the 2004 general elections, when young people incited others to turn up at six o'clock in the evening at number 13, Calle Génova (the headquarters of the Partido Popular). They succeeded in bringing together over 30,000 people; a little later on, 20,000 people did the same in Barcelona, while the figures were slightly higher than that in Bilbao. That is to say, if there has been a political event recently, it was the fact that a few young people, using mobile phones and the Internet, succeeded in getting people onto the street to protest against the perverse lies that the PP manufactured about who was behind the massacre on the trains of Madrid on 11 March 2004.

Now, two questions can be asked in relation with this starting point: on one hand, how can we research the politics of communication and culture without coming up against what is happening in politics? Meanwhile, in the other strategic area, how can we consider communication and culture together in a society in which much of the intelligentsia continue to radically oppose them?

It is clear that the world of culture is still the world of the symbolical, in the sense of what is authentic, what is true; meanwhile, the world of communications is viewed as the fleeting, frivolous and simulated present, in the Baudrillardian sense (the dissolution of what is real into images, or into visual or voice effects).

Much of Western intelligentsia still opposes the worlds of culture and of communication; thus, the world of museums, fine arts, density, complexity and originality is contrasted with the world of the media, of plagiarism, second-hand-ness and triviality. Many cultural policies are still developed in a schizophrenic manner, as if cultural policies could be created today without considering the processes of communication between cultures.

The problem is not whether certain fields deserve to be researched or not, it is the problem of what to research in these areas so as not to carry on repeating either the line of criticism (which nowadays has shown to be much more innocuous than they were years ago) or the problems of research that has predetermined political or ideological positions, or rather, prejudices. Right now, we should start formulating questions about the meaning of the processes of communication and culture in which (as I have already stated) the collective construction of meaning plays a part.

I must confess that the proposals I will be making below on lines of research into communication and culture policies are slanted, because what is currently most common is a form of research that is still radically prejudiced, mainly by pessimism. In one of the last texts he ever published, Raymond Williams¹ mentioned, in fact, that most intellectuals, when they link culture and technology, are radically pessimistic. Williams' key idea revolves around this fact: what we have and what currently prevails in the theoretical debate is a dreadful combination of technological determinism and cultural pessimism; a situation that presages the umpteenth decadence of the West, Frankenstein-style – man produces a technology which later ends up taking control of society and destroying it.

The purveyors of apocalyptic views are dominating and co-opting criticism, as a result of which the slanting of my lines of research derives from the fact that we don't need any more pessimism. I would say that, to a great extent, the members of this group are harmless, because we know that they are the ones who celebrate as they are able, and tell us how well things are going. What I am much more worried about

1. Editor's note: The author is referring to Williams, Raymond. *Sociología de la cultura*. Barcelona-Buenos Aires-México: Ed. Paidós, 1994

is that fact that those who express these apocalyptic views, given that when they say that things are going badly, very badly, they instil in the consciousness of most citizens the idea that nothing can be changed, because a determinism exists that is leading us to an ever-worsening situation. I believe this is dangerous, because I can see, on the political side, that we will end up handing the game over to those who claim that we don't have to change anything because there is no way of changing it; meanwhile for those who think that at one time people believed that the world could change, we now have sufficient proof that this is no longer the case. It is as if we had reached the end of history and that the future will be a repetition of the present; for some there will be Auschwitz, for others, Hiroshima or Iraq.

The explicit slanting of the lines that I will be presenting derives from my belief that what we have to investigate is not what makes us optimists, but what gives us hope. In this sense I agree with and refer to Walter Benjamin when I consider that hope comes to us through the desperate people. Nowadays there are many desperates reinventing Latin America (which is where I come from, and what I can speak about) using an enormous social imagination; Latin Americans are appropriating the media for themselves, transforming their cultures and seeking a radical transformation of the work of politics.

The indigenous people in Latin America, while still fighting for their lands, are also fighting for the State, in their desire to be recognised for what they really are: people with a history and with a desire for a State; in this sense they want to be a factor for the transformation of a State in which they are not included because the modern model (the Nation-State) was imported from Europe, and hence there is not much room in it for Latin America's political cultures.

To bring this introductory parenthesis to an end, I will say that what is worth researching is what gives us hope of changing this society; not what provokes us, or a desire to remain peaceful or to slander this world. We are tired of people who are living peacefully and do not want any-

body to take their peace away, as well as those who continue to curse the world but do not give us the tools or even the least hope or possibility of considering how to go about changing it.

First line

The first line is concerned with researching the crossroads that is represented by specific processes and practices. Currently, any object of study that is not made up of different planes, disciplines and axes cannot be used as a sample to represent, even minimally, something with social import. Complexity is not a word or a noun, complexity is an adjective. While the manuals recommend that we should abstract, separate and demarcate, in my first research line I am proposing the complete opposite: we have to *interweave*.

The subject of politics-communication-culture that I am presenting, for example, is made up of a quadrilateral: on one hand, it talks of *politics*, of the public sector, of governments (whether they be State, regional, municipal or “world” governments); on the other hand, when I mention, *media, communication or culture*, I am indubitably referring to industries and to the logic of the market, that is, to the business of culture and, therefore, to the entire business dimension. Today, companies are de-located, deboned and turned into mere avatars of the accumulation of capital. And much of the intangibles that we call culture or cultures pass through this type of “chimney-less industry” (as tourism became called in Spain, and which was later exported to Latin America to give a name to the most intangible of industries, despite being made up of many different tangible factors).

The third actor in the quadrilateral is *neoliberal capitalism* which, just like industry and the public, is a dimension that is simultaneously an actor. Finally, there is the other actor-dimension which, in some way, represents the third sector: the *independents*. At this point in time, our field of communication-culture is marked by the area of community

and citizen's media, through the creativity of millions of young people in Latin America who set up small companies, many of which are linked to different NGOs, social movements or local media. This dimension of creativity and independent productivity has to play with certain small ingredients of industry, as well as being aware of the logic of the market (which exists here); it also has to play with the elements that can make facilitate (or not) the public, even if it does so in a different way. It is another actor which, if we take it seriously, we realise that it permeates the whole of society, from one side to the other, and that it is present within the media and big industries.

In order to study the subject, we have to intertwine these four elements and not to reduce the industry to the market. The damage done to us by the Frankfurt School (and especially by Theodor W. Adorno) was that they confused cultural industries with pure elaboration and legitimisation of the market, given that this is no longer the case. The concept of a *cultural industry* corrupted us because, in some way, it incorporated industry as if it were a pure avatar of the market, when it is not. Industry is something else, something that is born together with capitalism, though the two concepts are not the same; you cannot reduce the industry to the market. In this sense, the cultural industry needs to be rethought, and particularly in Latin America, where an industry of 'independents' is coming into existence in the areas of music, theatre and cinema. This new cultural industry cannot be said to be a mere product of the market (even though it has links with it), because it is not; there are many, strong contradictions between it and the market.

This first line is a crossroads and a challenge for the public; it represents a consideration of the transformation of cultures today, and the role that communication plays in these metamorphoses. It is a challenge to the public because this sphere (and in the case of Latin America this is plain to see) has been swallowed up by the State. When commentators referred to the public (whether they were speaking from a left-wing or a right-wing standpoint), they were always thinking about the State, as if working for

the public could only be done from the State. The consequence of this way of thinking was revealed by Hannah Arendt: by identifying the public with the State, society disappeared, and with it, heterogeneity. To say that the public is monotheistic, like the State, is a lie. The public is plural and heterogeneous, just like society is. The public is made up of the State, but it is also made up of society, and it is, as a result, heterogeneous, diverse and conflictive. The space of the public, if it aims to be the space of common interests, must be conflictive because the common points are very different and have diverse interests, never one single one.

Second line

With respect to carrying out research studies that give us, or maintain for us a minimum of hope that the world can be changed, the second line refers to experiences of the public, or of public policies, that are making it possible for cultures to transform and to show other voices, not just the ones that belong to the “boss of the world”.

Researching all kinds of public policies which, at any level (from the smallest municipality, autonomous region or Nation-State up to the European Union) enlarge the public and turn it into something heterogeneous – what Hannah Arendt described as a space for the heterogeneous, a space for diversity.

The second line involves researching experiences of public policies that enable, support, stimulate and develop communication between cultures, while acknowledging, from the outset, their diversity. A great temptation exists within politics (and, therefore, within cultural policies) to continue believing in a monotheistic idea of the public. Conservatism – the progressive rightward movement of the world that is being thrust upon us – is still much more in accord with monotheism than with polytheism. Just like teachers in schools, we are much happier when our students’ heads contain monosemy than when there is polysemy, because then things get much more complicated.

The fundamental challenge to public politics is the heterogeneousness of the public in terms of society, and therefore in terms of cultures: whether they are ethnic, gender, age or health. Years ago, for example, no one spoke about health cultures (only one health model existed) while nowadays, at least in Latin America, other conceptions of health and medicinal knowledge by being presented, ones that are linked with other conceptions of the body. One initial challenge is the fact of researching and finding non-uniforming public policies; public policies that present the heterogeneousness of the public and are, therefore, capable of making social diversity into something that is present and visible.

Third line

The third line is linked with a concept that has entered the field of culture lately, and which is strategic for our area of study: sustainability. We are experiencing not only the processes of homogenisation that were always mentioned by people who criticised communication, we are also experiencing processes of differentiation, of greater or lesser magnitude – both in the positive sense of observing a greater awareness of difference and diversity, and in the negative sense of making a profit from that difference. The issue is not so much cultural homogenisation, but cultural destruction; thus we live in fear of the constant threats to the ecosystem and to animal species in danger of extinction, while figures also exist on the number of languages that die out on the planet every day. The fact is that as long as UNESCO carries on drafting toothless conventions – or rather, declarations that are merely rhetorical, no matter how conceptually advanced they might be – there will be no way of seriously questioning the IMF or the World Bank, two organisations which, let us not forget, are the creations of the UN.

The Brazilian geographer Milton Santos was the first sociologist and geographer in the world to argue for a change in the central category of social sciences, when he pointed out that what had until then been the Nation-State now had to be considered under the category of “world”.

By this, he meant that it is not a collection of nations and states, but another kind of reality that is neither the business transnational nor the State international. The world exists and possesses full historical identification, it cannot be thought of as a derivation of the national because it is nothing like it.

With cultural sustainability, I propose to bring into the field of culture something that used to be placed in the area of social development: sustainable development. That is to say, not the development of a few who have exploited the rest of the planet so that they can live, but instead by carrying out a minimum of rebalancing so that all the inhabitants of Earth can survive. The introduction of the concept of cultural sustainability is fundamental because it means considering the 'long times' of culture compared with the 'ephemeral times' of the market.

Considering these temporalities represents another crossroads: set against the increasingly fast obsolescence of the market (everything is produced in order to last less and less time), there is the durability of cultures which, unlike the market, have been built to endure. The murder of cultures takes place when we attempt to measure them by the value of what does not endure; that is to say, when the hegemonic temporality of the market is used as a scale with which to measure the value of what another temporality possesses. I am able to speak about this because I was born many years ago in a house in a small town in Castilla la Vieja, where I was involved in a dialogue with five generations; everything was made to last, so that I inherited pairs of trousers from my elder brother or from my cousins, while now I am a contemporary of my children, and I see that they live in a society in which everything is made to be thrown away, because if anything lasts then the market and the system break down. The first ingredient for cultural sustainability is to consider the conflictive temporal dimensions of our cultures and our cultural products. A book is not the same as a washing machine, even though it is made from raw materials and has gone through processes of production, circulation and consumption, just like the washing machine.

And so, if the first ingredient for cultural sustainability is the idea that cultures cannot be measured by hegemonic temporality, the second means that cultures experience processes that must be considered and can be stimulated or guaranteed on three planes: a) respect for autonomy; b) respect for the capacity to transform oneself; and c) concerning the way in which the actual culture can project beyond itself.

a) The first ingredient to ensure that a culture stays alive is that it should be autonomous, and autonomy has to do with the awareness of one's own recognised cultural capital. That is to say, autonomy is the ability that a culture has to decide about its past, present and future, and it also signifies its ability and right to negotiate and make decisions on everything that affects its own cultural communities, whether they be young or old, ethnic groups or large groups such as women.

b) The second vector of cultural sustainability is the capacity to transform oneself: a culture is alive as long as it is transforming, if it stagnates, it dies. In Colombia, I have repeatedly and radically questioned the word "conserve" in so far as it refers to cultures, because for most politicians, "conserve" just means preserving something in a can. Just like the US does with its indigenous people, and also like quite a few of those responsible for drafting cultural policies in Latin America have attempted to do. Cultures live (and here is where the strategic dimension comes in) as long as they can communicate and exchange between themselves. When they stop communicating, they implode and die. Communication is not something that is added on to cultures; a culture does not represent itself by showing itself off to others in an exhibitionist manner, instead, it is a constitutive dimension of cultural life, of the life of cultures. All communication is transformative and involves a risk, and the fact is, as minimally complex it would be, conflict exists.. How can there be dense communication between two persons if there is no asymmetry, no conflict? If this exists between the persons, then obviously there will be much more between the cultures.

Communication is not something that is added on afterwards to a culture's existence; the culture exists and lives insofar as it communicates, and to the extent that it communicates, takes risks, exposes itself to others and is, therefore, transformed. Without transformation, there is no identity worth talking about. Identity is not an essence, it is a tale. Identity is narrative, it is made up of stories, and obviously, stories are told to *the other*, you never tell them to *yourself*. In order for the tale to have a point, you have to tell it to another culture, because otherwise, where's the story?

c) The third vector is the way in which one's own culture is capable of projecting itself into the exterior. This is no longer a question of a constitutive dimension of communication (i.e. telling the "self" to the other), but rather of projection. That is to say, the ability to leave one's small world and to enter into a much more complex relationship than the one that requires the minimum for survival. Because while there is one communication without which we would not survive, there is also another kind of projection that is much riskier and more compromising. Never before have even the smallest, most hidden cultures in the Amazon jungle been exposed so much to the rest of the cultures in the country and the world. Even those cultures that have kept themselves most isolated from the rest of the world are no longer so today. There is nothing isolated on this planet any more, with all that this represents in terms of interference, invasion and, at the same time, vitalisation.

In 1983, speaking at an international seminar on State and culture organised by the Autonomous University of Mexico, I discussed these issues and I came in for strong criticism from many purists of indigenism, of the authentic, the virgin and the original. Also present was Amalia Signorelli, one of Italy's great anthropologists, who supported me by pointing out that in Italy, there are ethnic cultural groups who would have died out if it had not been for the radio. This infuriated many people, since they believed that radio is the enemy that invades and annihilates us. However, it is important to speak of one's ability to project oneself into a world in which, if you do not take the initiative,

someone else is going to take it for you. This is contained within sustainability, because sustainability represents not only an awareness of one's own wealth, not only an awareness that I am inter-communicated, it is also an awareness of my own capacity to go beyond myself and to project myself in terms of creativity and productivity.

Fourth line

The fourth line has to do with the considered communicative dimension not as something added on, but as something that forms part of a culture's vitality. I want to focus basically on two aspects: the first is that nowadays, we can no longer consider the wide world of community media as being outside the new paradigms of communication. For a long time we have lived through an engineering paradigm which is essentially based on the cost of sending a message from a source to a receiver; this is where the theory ends and, therefore, the understanding of communication. Claude Shannon wittily and pretentiously called this transmitter-receiver engineering (and the channel that joins them) the 'General Communication Theory'. Later on, Norbert Wiener (a philosopher, anthropologist and psychologist who had also trained as an engineer) told us what this actually signified – that *everything communicates*. That is to say, he replaced that instrumental, directional, sequential or linear view that goes from transmitter to receiver and from receiver to transmitter -in which nothing remains, because the only thing that the transmitter was interested in with respect to the receiver was in verifying whether the latter had correctly understood what his master said- to point out to us that the new paradigm is the network, the interface of proximity, while a network is a whole collection of nodes and knots (the word "knot" refers to the material nature of the connection, while "node" refers to the metaphor of density). This new paradigm tells us that currently the great machinery of politics is worth less than the many interfaces between small projects.

This new conception of communication – where there is no transmitter or receiver because, in many senses, any transmitter is at the same time the receiver, and any receiver has the possibility of being a transmitter – radically changes what we used to understand by communication. And it changes it radically because nowadays, talking about a community radio station no longer means: “small is beautiful”, which is what we used to say in the 1970s and ‘80s to differentiate it from the large media and to describe it as something that was cleaner, purer and closer to the people, the truth, and authenticity, or further away from power. Nowadays, when we talk about “community”, we are not talking about the “alternative” in that pretentious sense, given that in terms of politics, an increasingly dense fabric of community media networks exists that no longer experience only what happens in their environs, in their small territory, but which are considered to be connected, exchanging and projecting themselves into the world; that is to say, what we previously described as the last vectors of cultural sustainability. It was the community media that succeeded in considering what happened in a certain place and putting it into this media. In Colombia we have taken a step further, as today we have citizen’s media that are not only capable of discussing the social demands, political conflicts and the cultural creativity of their location, they are also able to look at and talk to the entire country. They express a country project because, even though they are broadcasting from a small municipality, they are projecting themselves across the country. That is the difference between being communicated and projecting oneself.

The serious problem for these media and their struggle is that while these citizen’s media want to express their truth to the country from their small location, the Ministry of Communications will not allow them to connect up to the broadcasting chain. In Colombia, any private media can link up and connect with any of the radio stations in the world they want to, while community radio stations are prohibited from linking up and, therefore, from expressing their opinions on the country. If they are not allowed to

even broadcast their programmes for two hours a week on national radio (which is what I suggested), it is not because of the reason that was given by the previous minister, who apparently said that this would represent unfair competition to the big radio stations Caracol and RCN. You would have to be a cynic to say something like that. The real reason is that, through this new fabric, a reinvention of democracy and of politics is taking place, because they are “locals” who speak, but with a country project. They are people who are very well situated in their territory, in their negotiations with the paramilitary groups and the guerrilla, but at the same time they know that they are not going to move on if they cannot speak to the whole country and, through this, to the world, or directly to the world.

What is at stake is a notion of communication that is much more rooted in the concept of network and interface, the concept of connection that facilitates not only an internal transformation but also a stronger voice when it comes to speaking and projecting oneself out to the country or to the world and which, at the same time, is already having an impact on the very conception of politics in these places. That is why they are so afraid of them and will not allow them to join in. Perhaps they recall the words of Lope de Vega: “Each mayor is worth as much as the king, and together, they are worth much more than him”. Governments in Latin America know that, and that’s why they are beginning to change their politics from their basic location. Not the politics of the State, but the politics of the country.

Fifth line

Finally, my last line is the following: if we began our approach by referring to research into experiences of public policies, we have to end by looking at research into the ways in which cultures are appropriating the new communication technologies and, therefore, the new social and political visibilities that are emerging from citizen’s media such as blogs and web pages.

During the 1990s, we social researchers descended from our academic pedestal, so to speak, and sat down with TV viewers to try and understand what they saw on television, sensing that if we did not sit down and watch TV with them, we would never discover what really went on in that relation (because 'television' is not simply what is shown on the actual TV set, but rather what the audience perceives and what they end up doing with it). Similarly, nowadays, by observing the way in which people are beginning to use the media, and the fact that schools are starting to teach people how to write with a camera or a video, as a way of telling stories that is radically different from the pen and paper method, and the number of people who are making music together, from one side of Latin America to the other, we can see that we clearly have a long way to go, and it all forces us to reflect not in terms of reception, but in terms of appropriation and empowerment.

Talking about appropriation and empowerment does not mean talking about reception. What we have to research – from the point of view of policies that facilitate and support it – are the ways that different cultures relate: young and old, white and black, indigenous or gender. Because what we have here, I repeat, is not something that fits into the idea of mere consumption and reception, but of empowerment. It is, for example, young people making music and telling their stories through music and sending them out into the whole world.

What I have attempted to do with this presentation is to confuse rather than to clarify, because I am not proposing objects for research, but rather research crossroads. And these crossroads not only call for an interdisciplinary approach, they also demand that we take the risk of casting off our prestigious, fashionable objects in order to go off and listen to what is going on in our societies, so as to be able to help those who create public policy. To create policies that are minimally democratic; or rather, policies that take into account the transformations that are going on in the actual societies.

Barcelona, 8 May 2008