

Tendencias culturales en el futuro interactivo

JORDI VILAJOANA*

El siglo XX ha sido, qué duda cabe, el siglo de la comunicación, un canal muy amplio en el cual también se inscribe el discurso de la cultura (aunque ésta va más allá de la pura comunicación, porque también implica investigación, conocimiento, saber). Gracias a los avances de la tecnología, los ciudadanos tienen cada vez un acceso más rápido a la información de todo aquello que sucede en nuestro planeta y, recíprocamente, cada vez es más fácil difundir nuestros mensajes a la colectividad.

Es, pues, una situación nueva y fascinante debido a sus formatos cada vez más interactivos. Un proceso que, sobre todo gracias al gran instrumento que es Internet, permite la circulación casi instantánea de un provechoso flujo de ideas, pero que también pone en cuestión muchos de los principios éticos y estéticos imperantes hasta hoy. Para qué sirven las fronteras, qué es original y qué es copia o dónde se fija el límite entre lo privado y lo público, son algunos de los numerosos interrogantes que, en este proceso, quedan abiertos para la reflexión.

* Consejero de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Durante muchos siglos, la historia fue un lento devenir. Ahora todo va muy rápido, de modo que los distintos períodos casi se computan por décadas. El siglo XX ha sido la época de todas las grandes novedades relacionadas con la inmediatez, porque con ella han llegado el contacto con lo diverso y las nuevas dimensiones del lenguaje. En su día, fue la entrada de la televisión. Un poco antes, la popularización del transistor, que rompió la servidumbre de la presencia estática ante el receptor de radio. Más tarde, fue el “boom” de los ordenadores domésticos, y, hace diez años —al menos en España—, la puesta en marcha de las televisiones privadas.

La eclosión de Internet forma parte de un nuevo entorno, el de la Sociedad de la Información, que constituye, indudablemente, la mutación más importante que están experimentando las sociedades modernas desde la Revolución Industrial. Como entonces, los cambios son generalizados, y afectan a los sistemas de trabajo, a las formas de aprendizaje, al acceso a la cultura, al disfrute del ocio y, por supuesto, a las relaciones personales. En definitiva, lo que está cambiando, de la mano de las nuevas tecnologías, es nuestra manera de vivir.

Las nuevas tecnologías, que tienen un peso tan determinante en esta sociedad nueva, aumentan en una dimensión considerable las posibilidades no sólo de creatividad cultural, sino también de difusión de la cultura. Si la democratización del saber como contribución al bienestar general es un objetivo que los gobernantes persiguen desde hace tiempo, es ahora cuando las posibilidades de este proceso —en el cual la democracia adquiere su mayor sentido, mucho más allá del hecho electoral— son realmente ciertas. A condición, por supuesto, de que la formación sea una gran prioridad de las políticas de gobierno y una de las grandes apuestas de futuro. El proyecto del New Labour de Tony Blair lo tuvo muy en cuenta para acceder al poder en el Reino Unido, pero ahora ello ya es casi un lugar común. No hay cultura ni hay bienestar, casi no hay nueva política, si no se pone el acento en el tema formativo, que conlleva uno de los puntos fundamentales de nuestro tiempo: el de la formación continua.

La tendencia en España no escapa, por fortuna, a esta tónica dominante. Los dos últimos ejemplos serían los de la Generalitat de Catalunya —con la creación del nuevo Departamento de Universidades, Investigación y Sociedad de la Información— y el propio Gobierno central, que ya tiene un flamante Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Las nuevas tecnologías nos permiten muchas cosas. Por ejemplo, que en un mismo soporte haya distintas posibilidades de sonido. Es el caso del DVD, en el cual una sola imagen tiene ocho opciones sonoras. O el de las plataformas digitales de televisión, que permiten también opciones sonoras alternativas. Por ello, en ambos casos, cabe situar la localización de lenguas minoritarias, como puede ser el catalán.

Qué duda cabe que el audiovisual es el arte más representativo de nuestro tiempo, y no sólo por las grandes sinergias que establece entre el cine y las nuevas posibilidades de la televisión —incluido el vídeo—, sino por un mucho más amplio telón de fondo: Internet, el DVD, el CD-Rom, los videojuegos, la telefonía móvil... Todo este nuevo universo tiende a concentrar su accesibilidad, cada vez más, a través del ordenador. Con lo cual, la cultura, sin perder sus grandes posibilidades como manifestación colectiva, tiene una tendencia muy creciente al consumo doméstico, a la accesibilidad meramente privada. Lo cual, en el fondo, no es ninguna novedad, porque el libro

siempre ha sido un objeto de consumo íntimo, privado, lo cual no impidió para nada la progresiva extensión de las bibliotecas, reconvertidas progresivamente a su vez para el universo multimedia.

Un ejemplo concreto de las tendencias culturales cada vez más dominantes en el futuro interactivo —que están constituyendo una auténtica “cultura a la carta”— lo puede representar el museo virtual. Hay alguno de estos museos incluso anterior a la puesta en marcha del museo presencial, físico. El Museu Episcopal de Vic, por ejemplo —el nuevo edificio del cual, a cargo de la Generalitat, se halla en avanzada fase de construcción—, permite ya contemplar la riqueza de sus prestigiosas colecciones de arte religioso a través del ordenador. Visita virtual y visita presencial —nunca prescindible, por supuesto— se complementarán plenamente en un tiempo relativamente breve, en acertado paradigma de las nuevas e interactivas tendencias culturales.

Todo cambia, aunque hay aspectos que es natural que permanezcan. Estoy de acuerdo con el gran periodista y profesional profundamente preocupado por estas nuevas tendencias que es Manuel Campo Vidal en que *“la televisión generalista no decaerá porque la gente necesita una conversación común”*. Lo cual, a pesar de la irrupción de las plataformas digitales, es lógico, del mismo modo que el libro no ha sucumbido al gran empuje multimedia: tal vez las grandes enciclopedias se hallen más o menos amenazadas en soporte papel, no así una novela.

La evolución de los medios se halla, por supuesto, plena de interactividad. Pero el fin, desde los caldeos, los asirios, los egipcios y los griegos, es el mismo: pasar de la mera curiosidad a la comunicación, y de ésta a la cultura, al conocimiento, al saber. Al entrar en el siglo XXI, el gran cambio que presupone la Sociedad de la Información hace que el panorama resulte, aparentemente, mucho más complejo. Pese a todo, creo que cada vez se percibe de manera más clara que vamos hacia la generación de un nuevo concepto de humanismo. Dicho en pocas palabras: ahora que la máquina nos libera de rutinas innecesarias, se abren nuevos espacios para la reformulación de las ideas.

Llegados a este estadio, y teniendo en cuenta que la tecnología no dirá nunca su última palabra, deberían mimarse muy especialmente, en mi opinión, todos aquellos aspectos que contribuyan a hacer de la cultura y la comunicación instrumentos de bienestar general y de crecimiento colectivo, con especial atención a los derechos de las minorías y de las diversas culturas que confluyen en nuestro mundo global. Cabe recordar que McLuhan predijo en su momento, con una gran intuición histórica, que “el medio es el mensaje”. Uno de los retos del futuro es que haya un equilibrio lógico entre la opulencia de los medios y la consistencia de los mensajes.