

# INTERACCIÓ 23

Cultura amb veu jove

9, 10 i 11 d'octubre de 2023

Pati Manning del CERC. Barcelona

## La joventut, en qüestió

Vull aprofitar aquesta conferència inaugural per plantejar algunes qüestions sobre joventut i cultura, els dos conceptes que articulen aquesta l'edició d'aquestes jornades. Abans d'entrar en matèria, però, voldria començar compartint un neguit que m'ocupa i em preocupa, i és la proliferació d'una síndrome que encara no està reconeguda en cap manual diagnòstic i, no obstant això, afecta cada vegada a més gent, en especial a persones d'uns 40 anys o més; persones genuïnament interessades en la cultura; i, molt especialment, persones que creuen que cada nova generació és pitjor que l'anterior.

Em refereixo concretament al que he volgut anomenar Síndrome d'Alteració Nerviosa per Veure una Persona Jove Llegint al Metro. Els símptomes són con fàcils de reconèixer. Primer, una alegria sobtada, reconciliadora i nostàlgica; segon, un compromís renovant d'esperança en la joventut, encara que molt breu (no dura ni un dia); tercer, una necessitat irremissible de comunicar que hem vist una persona jove llegint al metro, ja sigui en un tuit, un article, una story d'instagram o a l'oficina fent el cafè; per últim, i potser el més important, presentar aquesta trobada com l'albirament d'una espècie en extinció, la Rosa Parks del món de les lletres, una victòria pòstuma (i pírrica) de la tradició d'Ovidi i Petrarca sobre les pantalles Silicon Valley

Cal dir, però, que no és una síndrome que aflori fàcilment. Fixeu-vos que no tot jove que llegeix al metro compta com a Persona Jove Llegint al Metro, en majúscules. El fet que llegeixi un llibre és gairebé imprescindible i, si pot ser, que sigui en paper. Perquè clar, si està llegint un article del New Yorker sobre la reinterpretació dels poemes homèrics en la narrativa fantàstica contemporània de Tolkien a Ursula K LeGuin, no serà vist com una Persona Jove Llegint al Metro, serà una Persona Jove Enganxada al Mòbil.

A més, difícilment cap altra forma de consum cultural provocarà aquesta síndrome, ni despertarà aquesta esperança alegre i nostàlgica com ho fa la lectura, perquè fàcilment descartarem que es tracti de cultura de veritat. Si està veient una sèrie de Netflix o HBO assumirem que serà una sèrie comercial, fluixeta, potser fins i tot una sèrie d'anime o, Déu no ho vulgui, un reality. Però en qualsevol cas no serà cine de veritat, perquè qui degradaria The Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

Wire o Sucession mirant-la al mòvil al metro? I sota cap concepte, evidentment, concebrem que està consumint cultura si va amb auriculars escoltant Bad Bunny. Potser si escolta The Tyets encara, per allò de la sardana, però Muskhaa o Julieta segur que són entreteniment escapista i no cultura.

Ja em disculpareu l'exageració, però crec que l'actitud que estic intentant parodiar està més o menys estesa a la nostra societat, es reproduïx als mitjans de comunicació, i molts de nosaltres, jo el primer, acabem replicant aquesta actitud en el nostre dia a dia. Conscientment o no, acabem fent de gatekeepers, amb distincions entre què es considera cultura i què no. També projectem una mirada condescendent cap a determinades formes de consum cultural, distingint entre formes mercantilitzades de cultura i formes autònomes de cultura, sense atendre als condicionants econòmics reals: per exemple, per què tendim a associar amb l'alta cultura un llibre de Tolstoi, que potser està editat per un gran grup editorial com Planeta, i en canvi un disc de reggeton d'una productora local l'associem amb la cultura de masses i la mercantilització de la música?

A més, també tendim a adoptar una mirada reductiva sobre totes les noves formes d'expressió cultural. Per exemple, per què sobre aquest mateix disc de reggateon prejutgem que proposa una forma de diversió banal, sense valor musical ni artístic, mentre considerem que escoltar jazz dels anys 50 és una activitat elevada, formativa de l'ànima, que ens fa participar del millor de la història de la música? Trio el jazz per un motiu molt concret. El filòsof alemany Theodor Adorno, un dels pares del concepte d'indústria cultural, considerava que el jazz eren només ritmes monòtons, prefabricats, buits, que literalment oferien "la reproducció mecànica d'un moment regressiu". Per ell, que en el seu exili als Estats Units observava horroritzat el creixement d'aquesta música popular, el jazz era tot un símbol de la decadència de la cultura. El seu ideal artístic era la música atonal i dodecafònica, perquè transcendia qualsevol vincle amb el món: no eren ritmes ballables, taral·lejables, ni excitaven al públic. Us sona? Sí, són pràcticament les mateixes crítiques que els últims anys hem sentit sobre el reggaeton. Per tant, em semblava interessant començar amb aquesta paròdia de la Persona Jove Llegint al Metro perquè permet problematitzar algunes de les preconcepcions ideològiques que determinen els conceptes de "joventut" i de "cultura".

De fet, començaré abordant aquest últim concepte, ja que la de cultura és una idea especialment difícil. El pensador marxista Raymond Williams deia que la principal dificultat amb la cultura és que ens veiem obligats a ampliar el concepte fins que ho arriba a significar gairebé tot. A més, és una noció tan àmplia que es trepitja amb moltes altres, i potser alguns ja heu arrufat la cella quan fa un moment he parlat de "consum cultural", com si la cultura fos una hamburguesa del McDonalds, i jo estigués barrejant de forma acrítica i postmoderna la Cultura, en majúscules, i les indústries culturals.

Però anem per passos. Hi ha al menys quatre definicions possibles de cultura, que he pres de l'obra de Terry Eagleton, i que ens serviran per discutir-ne el significats. La primera és entendre la cultura com un corpus d'obres artístiques i intel·lectuals. És potser la visió més limitada, que

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

ens diu que no tot artefacte literari, cinematogràfic, teatral, de dansa o pictòric pot ser etiquetat com a cultura. *La plaça del Diamant*, per exemple, és cultura catalana, mentre que la redacció amb la que vam guanyar els Jocs Florals de l'escola quan teníem onze anys no. Els quadres de Picasso són cultura espanyola, però els mems costumistes de @policiadelafecto o @afirmación.es no ho són.

En part, és una definició que depèn de la idea de cànon: la cultura seria el pòsit històric d'aquelles obres i pensaments que excel·leixen i sobresurten per sobre de la resta, de tal manera que passen a formar part de la identitat nacional o, en casos excepcionals, de la cultura universal. Són obres singulars, que transcendeixen el seu temps i espai geogràfic. Ara bé, aquesta és una noció que si no es vol limitar al cànon, es pot ampliar fins a incloure tota la producció artística d'una elit o aristocràcia intel·lectual, que no necessàriament ha de coincidir amb una determinada classe social, però que implica assumir que la cultura no serà accessible a tothom: només aquelles persones educades i amb una sensibilitat especial podrien produir o gaudir d'aquestes activitats.

Una segona definició de cultura seria entendre-la com un procés de desenvolupament espiritual i intel·lectual. Aquesta definició ja és una mica més ampla, i no es limita a una selecció d'obres, sinó que entén la cultura com un procés de transformació social, que es pot definir en base a dues característiques principals. La primera, que és adaptativa, és a dir, que permet o facilita la supervivència de la població en el seu medi físic i climàtic. Per exemple, determinades formes de cuina són cultura, en tant que manipulen els aliments als quals es té accés en una determinada àrea geogràfica. La segona, que la cultura sempre és apresada i, per tant, implica transmissió de valors, tècniques i formes simbòliques com la llengua, la religió, o les normes socials.

Aquesta segona definició es basa en dues distincions clau, que avui veiem com la base d'una interpretació reaccionària i neoconservadora de la cultura: entre cultura i naturalesa i entre cultura i barbàrie. La cultura seria aquí una "segona naturalesa", que ens distingiria dels animals i dels bàrbars, i s'identificaria amb una sèrie de coneixements, procediments, normes, pautes, transmeses per tradició i que ens fan evolucionar com a societat. Un bon exemple per veure com funciona aquesta interpretació de la cultura és fixant-nos en l'evolució dels codis de bones maneres, especialment a taula i amb el menjar, ja que permet adonar-nos de com determinades pautes d'etiqueta han arribat a conformar la psicologia de les persones fins al punt que, a diferència de l'antiguitat clàssica o l'edat mitjana, podem arribar a sentir fàstic si veiem algú menjant amb les mans, la boca oberta o escopint a taula.

Una tercera definició de cultura és entendre-la com la suma dels valors, costums, creences i pràctiques simbòliques en virtut de les quals viuen homes i dones. Aquesta definició és molt més àmplia, i és la que més s'apropa al nostre sentit comú, i es refereix a tot allò que ens singularitza com a societat diferenciada de la resta de societats (enlloc de singularitzar-nos davant els animals i els bàrbars). És la visió que permet incorporar el folklore i tots els elements característics d'un poble, concretament aquells que tenen a veure amb la seva producció

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

simbòlica singular. En certa mesura, es refereix a aquells aspectes d'una regió o nació que inclouríem en el conegut mem de l'starter pack. Si parlem de Catalunya, per exemple, l'starter pack cultural serien el castells, el pa amb tomàquet, les sardanes, el caganer, Mercè Rodoreda, la llengua, fer cagar el tió, etc. En aquest cas, estem davant d'una definició molt més àmplia, on fins i tot el Barça pot ser cultura, així com festivals de teatre o festivals de música amb llarga tradició, també les fires i festes populars. Al final, és la definició que dona sentit a expressions com "cultura catalana" o la "cultura laponna", però que també es pot aplicar a àmbits més reduïts: és el sentit que fem servir quan parlem de "la cultura de l'empresa" o "la cultura de club"

Una última definició, que és a la que més m'interessa, per contrastar-la amb la resta, és entendre la cultura com una forma de vida en el seu conjunt. Aquesta caracterització és una aproximació materialista, i és la que proposa Raymond Williams gairebé com una provocació. Malgrat tot, aquesta perspectiva té fonaments filosòfics profunds, que Williams va exposar al seu llibre *La llarga revolució*, on discuteix des d'una perspectiva epistemològica i ontològica què significa "crear" alguna cosa, i justifica la seva visió de la cultura en una concepció del món que rebutja el dualisme subjecte-objecte.

Però sense entrar als fonaments filosòfics, el que ens diu Williams és que la cultura, més enllà de tot el que hem vist fins ara, inclou també el sistema de transports, l'organització territorial, la història política, les formes d'organització i associació col·lectiva, l'estructura urbanística de les ciutats, la relació entre camp i ciutat, les institucions públiques (de les biblioteques a la sanitat, passant per l'educació), les lleis sobre immigració; les formes institucionalitzades de combatre la desigualtat, etc. Sé que sembla massa ampli, però posaré un exemple ràpid per entendre al que es refereix Williams: Àmsterdam i les bicicletes. S'ha dit moltes vegades que el ciclisme és un tret cultural de la ciutat, especialment quan s'intenta justificar que Barcelona o Madrid no tenen cultura ciclista, i que per això no s'han de construir infraestructures ciclables: "això no és Àmsterdam". Però Àmsterdam tampoc ha sigut sempre així. Aquest tret cultural és un invent recent, que s'explica per l'enorme creixement de la indústria automobilística els anys posteriors a la Segona Guerra Mundial, quan la planificació urbanística va posar el cotxe al centre del disseny urbà, i l'ús del vehicle a motor es va disparar fins al punt que, l'any 71, hi va haver més atropellaments que mai, especialment de nens. Va ser a partir de llavors que va néixer un moviment social, Stop Kindermoed, que va ser l'espurna del canvi per reclamar infraestructures de transport diferents, més segures, menys contaminants, i va permetre que la bicicleta guanyés la preeminència que té avui en dia. Per tant, un tret aparentment cultural, de caràcter d'un poble, no es pot explicar sense la història política, associativa, urbanística, econòmica, militar i del seu sistema de transports.

En el fons, el que vol fer Williams amb el concepte de cultura és, per una banda, rebutjar les interpretacions romàntiques, burgeses, elitistes, que veuen la cultura com un conjunt d'elements simbòlics autònoms que no tenen res a veure amb el dia a dia dels treballadors i treballadores; i, per altra banda, rebutjar les interpretacions marxistes que veuen la cultura només com una esfera superestructural, ideològica, que reflecteix els interessos de la classe

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

capitalista i que no pot ser ni original, ni emancipadora per si sola. Però més enllà de les seves intencions com a autor, la discussió que ofereix Williams del concepte ens serveix per veure que normalment acostumem a parlar de cultura referint-nos a les tres primeres definicions. Són caracteritzacions que se centren especialment en la producció simbòlica, i estan molt influenciades per una visió kantiana de l'art i la producció cultural, que l'entén com aquesta esfera de sentit divorciada de la vida social: quan parlem de Cultura, en majúscules, ens referim a uns objectes o obres que són una finalitat en si mateixos, desinteressats, no utilitaris. No llegim *Orlando*, de Virginia Woolf, perquè sigui útil, ni escoltem una peça d'Stravinski perquè ens sigui convenient. De fet, si ho fossin sospitaríem que fos realment art autèntic, com li passava a Adorno amb el jazz.

És justament des d'aquesta perspectiva, que entén la cultura principalment com una pràctica simbòlica, deslligada del món, que crec que s'entén millor la sospita perenne cap a la "cultura de masses" o "les indústries culturals", que són dos conceptes fetix que, per poc que els discutim, veiem que tenen molts problemes. No hi entraré en detall, però us recomano que llegiu o recupereu *Apocalíptics i integrats*, d'Umberto Eco, on hi defensa una tesi que resulta fonamental en aquest debat: si la definició de cultura de masses fa referència a un temps històric on la circulació massiva de la cultura determina la forma com es produeix la cultura, aleshores és un concepte que no serveix gairebé res, en la mesura que ho abasta gairebé tot. Per exemplificar-ho, Eco remunta el naixement de les indústries a Gutenberg, al 1440, amb la invenció dels tipus mòbils. La raó és senzilla: des del mateix moment que existeix un llibre, es crea un públic lector que, a la llarga, condicionarà la producció de futurs llibres. És el que va passar amb la "biblia pauperum", la coneguda Bíblia dels pobres, que gràcies a la impressió xilogràfica es podien reproduir imatges de forma massiva, i va permetre una edició del text sagrat més barata, en llengua vernacle, on predominava el dibuix i se simplificava el missatge per adequar l'edició al gust popular. És com a reacció a la "Bíblia dels pobres" que ja apareix una protocrítica a les indústries culturals: es considera que degrada el missatge religiós en nom del gust i les passions del públic.

Amb això torno al síndrome d'Alternació Nerviosa per Veure una Persona Jove Llegint al Metro, perquè encara que sigui com a paròdia, reflecteix bé fins a quin punt seguim pensant la cultura en base a definicions molt estretes, que fan que avui no considerem cultura un videojoc, editar vídeo-meme a TikTok o ballar coreografies davant d'un vidre que fa de mirall. A més, contrastada amb la visió de Williams, comprovem que és una visió que està deslligada de la realitat material, a tots els nivells: des de la transformació de les eines d'accés i producció de la cultura, fins a les condicions materials que determinen la forma de vida d'aquests joves, ignorant les diferències de classe social, de procedència, de processos d'exclusió o racialització, etc.

I això em porta a la segona idea, la joventut. Ja us ho dic ara: no intentaré oferir cap definició, ni marcar l'indat d'edat, ni a fer una història del concepte de joventut tal i com el fem servir avui (una història que podria arrancar amb el boom demogràfic posterior a la IIGM i l'esclat del maig del 68). No ho faré perquè no soc sociòleg, ni historiador, i també perquè no crec que

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

fer un acostament d'aquest tipus sigui especialment significatiu pel que ens interessa aquí. El que vull defensar, en canvi, és que la idea de joventut funciona com un enunciat performatiu, de la mateixa manera que ho fan les categories generacionals com “millennial” o “generació Z”

La idea d'enunciat performatiu ve de la filosofia del llenguatge, i es refereix a un tipus d'enunciats i conceptes que no són descriptius, sinó que en el moment de pronunciar-se realitzen l'acció que pronuncien. Els exemples típics d'enunciat performatiu són les promeses: quan dic “prometo que avui no m'allargaré més de 40 minuts parlant” no descriu el món, sinó que estic establint un pacte amb vosaltres. O quan en un casament diem “sí, vull”, no estem descrivint una realitat, sinó realitzant una acció: casar-nos. En aquest sentit, considero que “joventut” no designa cap entitat objectiva que preexisteixi a l'acte mateix d'anomenar-la, sinó que funciona com un enunciat performatiu que, sota certes condicions, i això variarà segons l'època, el lloc, qui sigui qui ho pronuncia, etc., provoca una o altra reacció, ens condueix a prendre unes determinades accions, a projectar unes o altres expectatives.

Per dir-ho d'una altra manera. La paraula “joventut” no és una etiqueta que enganxem sobre un grup poblacional, objectivament definit, de la mateixa manera que ho fem quan parlem d'una taula o d'un arbre. En el cas del concepte de “joventut” és obvi que, més que una descripció, és una intervenció sobre el món, que consisteix en ajustar determinats horitzons d'expectatives en relació a unes determinades persones i les seves condicions d'existència. I és per això que a *No siguis tu mateix*, quan parlava de la generació millennial, intentava donar la volta al concepte parlant de “la condició millennial” enlloc de pressuposar una estructura universal de trets de caràcter compartits per un grup etari.

Ho feia per contrarestar tots els tòpics que es projecten sobre la generació millennial i sobre els joves en general: narcisistes, superficials, ploramiques, incultes, mandrosos, addictes a les xarxes socials, fràgils, queixiques, egoistes, puritans, etc. Per això, amb l'expressió “condició millennial” em referia a com interactuaven, de forma dinàmica, els condicionants materials estructurals -que afectaven a millennials i no millennials- amb aquest horitzó d'expectatives socials associats la joventut. I crec que és molt important no menystenir les expectatives socials lligades a les formes de subjectivació, tal i com ha demostrat la sociologia feminista que s'ocupa d'analitzar l'evolució històrica del treball domèstic. Com explica Judy Wajcman, lluny de “la revolució de l'oci” per les dones que es prometia a principis de s.XX, amb l'arribada de rentadores, rentaplats i nous estris de cuina, la realitat va ser que van augmentar les expectatives sobre la vida domèstica, lligades al rol femení de l'àngel de la llar, i, en conseqüència, també ho va fer el temps de treball.

Per això, tornant al concepte de cultura de Williams, el que m'interessava avui era mostrar justament com interactuen les condicions materials i els horitzons d'expectatives socials en relació a les persones joves. I em volia centrar en tres punts principals. El primer, el neoliberalisme com a narrativa social. Habitualment, tendim a pensar en el neoliberalisme com una reconfiguració de l'economia i les relacions socials i laborals des dels anys 70. L'entendem

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

com la traducció institucional de les tesis sobre el lliure mercat de figures com Milton Friedman, Friedrich Hayek o Ayn Rand, que vindrien precedides per un gest fonamental, per part de l'administració Nixon, que va ser l'abandonament del patró or, cosa que va facilitar la financiarització de l'economia i va obrir les portes de l'especulació.

Ho associem, doncs, amb el procés de desindustrialització dels països del nord global, que van deslocalitzar part de la producció i van privatitzar sectors bàsics com l'energètic (aigua, llum, gas) o les telecomunicacions (companyies de telèfon i després d'internet). Ho associem amb l'emergència del posfordisme i una nova cultura del treball: més flexible, aparentment més humana, però també més invasiva, que difumina la barrera entre allò professional i allò personal. I ho associem, també, amb el "neoliberalisme realment existent": és a dir, amb el suport a dictadures com la d'Augusto Pinochet, a Xile, o amb a l'aprofitament dels desastres ambientals (com és el cas de la "doctrina del shock" que va identificar Naomim Klein) i les crisis periòdiques, tot per seguir avançant en l'acumulació per desposseïció de les classes populars i del sud global.

Però hi ha una altra forma de veure el neoliberalisme, compatible amb aquesta, i és entendre'l com una transformació social i política que va més enllà de l'economia, que té a veure amb l'intent de modelar tota organització social sota la "forma-empresa", especialment els individus. És el que Michel Foucault va definir com l'emergència de la figura de l'empresari de si mateix: un model de governabilitat on tots els individus ens hem de comportar com si fóssim petites empreses, de tal manera que hem de gestionar tota la nostra existència com si fos un capital per invertir o explotar (capital humà, capital intel·lectual, capital social i també capital cultural). Això és justament el que demanava Margaret Thatcher quan deia que l'economia era només el mitjà, però que l'objectiu era canviar el cor i l'ànima de les persones. És dir, volia convertir-los en aquests micro-empresadors de si mateixos que s'autorresponsabilitzen de tota la seva existència, i es guien principalment per la maximització individual de l'interès personal.

Per tant, condicions i expectatives. No és només que els joves es trobin en unes condicions materials lamentables que tots coneixem (falta d'accés a l'habitatge, sous baixos, temporalitat alta, atur juvenil disparat, etc.) sinó també que han d'assumir la lògica neoliberal de l'empresari de si mateix com a únic horitzó possible d'expectatives. Per tant, s'han de concebre com a subjectes de rendiment, treballadors 24/7, on tota experiència ha de ser vista com un capital i tot activitat com una inversió de futur. Evidentment, això és per tothom així, no només per les persones joves. La diferència és que per les persones joves aquest escenari és l'únic que han vist. Han crescut en un sistema que, des de l'escola hiperespecialitzada fins al mercat laboral o sexual, reproduïx la lògica i neoliberal, i no tenen cap alternativa que ajustar-se a aquesta lògica, ja sigui de bona o de mala gana.

El segon punt que defineix la condició epocal que viuen les persones joves és la cultura terapèutica. Crec que és innegable que avui, a la majoria de països occidentals, i en especial a Europa i Amèrica del Nord, vivim en una societat on els individus s'entenen a si mateixos a

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

través del llenguatge de la psicologia i de l'autoajuda. Eva Illouz, que és una de les sociòlogues que més han treballat aquesta qüestió, i de qui prenc el concepte de “cultura terapèutica”, n'identifica les característiques principals, de les quals en vull destacar tres, per l'impacte que tindran sobre la joventut.

La primera és el caràcter metodològicament individualista de la cultura terapèutica. La narrativa terapèutica té com a escenari privilegiat el jo, i el marc social principal és el familiar. Qualsevol problema o repte s'experimenta des de les narratives del creixement personal, o des del fracàs íntim, en relació a les experiències del nucli familiar i no a processos socials, culturals o polítics més amplis. La segona característica, que té directament a veure amb la primera, és que és una cultura que patologitza el malestar. El que abans era classificat com un problema moral, social o polític ara és vist com una malaltia. La tercera, és que es tracta d'una cultura on la salut i la felicitat es converteixen en una difícil conquesta. Només cal parar atenció a la definició de salut de la OMS, que fa que tothom que no tingui un complet benestar físic, mental i social sigui considerat algú malalt.

De nou, condicions materials i expectatives. Part del malestar que afecta a les generacions més joves, i que molts cops es ridiculitza com a generació fràgil, ploramiques, brilli-brilli, etc. no es pot explicar només en relació a la situació econòmica precària (perquè després sentim allò de “una guerra els hi falta”). També cal tenir en compte quines són les formes de subjectivació en el marc de la cultura terapèutica: aquestes eines emocionals són amb les que hem sigut educats, socialitzats i són les que se'ns demana, tant a l'empresa (on se sap que el treballador feliç és un treballador més productiu) com en la intimitat (on s'ha de prioritzar la intel·ligència emocional, la responsabilitat afectiva, l'escolta activa).

Per últim, el tercer tret d'aquesta condició epocal és el capitalisme de plataformes. Crec que un dels principals problemes a l'hora de concebre la relació entre joventut, cultura i entorn digital és que hem de deixar de centrar-nos en les xarxes socials, els telèfons mòbils i l'imaginari de l'addicció a les pantalles com a diagnòstic prioritari. Enlloc d'aquesta visió, proposo un enfoc materialista a través del concepte de “capitalisme de plataformes”, que posa sobre la taula la realitat del nou sistema econòmic mundial, i deixen de banda la distinció online/offline, que no fa sinó portar-nos a confusions

Les plataformes no són xarxes socials. Les plataformes són empreses, i n'hi ha de molts tipus, però totes comparteixen un objectiu: maximitzar beneficis. El que tenen en comú és que exploten un nou tipus de matèria primera: les dades. I per fer-ho es posicionen com a intermediaris que tenen la capacitat de registrar-les i acumular-les. Per tant, efectivament, les xarxes socials són plataformes (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter), però aquestes són només un tipus possible de plataforma, són plataformes publicitàries. N'hi ha de molts altres tipus: plataformes de núvol (AWS), plataformes de productes (Rolls Royce, Spotify) o plataformes austeres, com Airbnb o Uber. Aquestes empreses ens condicionen l'existència a tots els nivells, no només a nivell d'usuari i consum individual.

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.



Per tant, novament, condicions i expectatives. En un context on la infraestructura d'internet i les tecnologies de telecomunicacions han estat privatitzades, tota la nostra vida social es veu impactada per l'economia de plataformes. Tinguem o no telèfon, habitem en un refugi sense wifi o ens haguem esborrat totes les xarxes socials, el preu que paguem de lloguer dependrà d'Airbnb, comprarem en botigues que fan servir software d'Amazon, escoltarem música produïda pensant en l'algoritme de Spotify, etc. Centrar-nos en el marc connexió-desconnexió, intoxicació-desintoxicació no ens ajuda, ja que fa que autoresponsabilitzem als joves d'una realitat que els excedeix. Així, enlloc de parlar d'addicció, de narcisisme, de generació selfie, potser tocaria parlar de nacionalitzar empreses, expropiar llicències de pisos turístics, o regular governamentalment l'ús de les dades.

Un exemple que m'agrada molt per desmuntar tòpics relacionats amb cultura i joventut: el selfie. El selfie es veu sovint com un símbol, un gest que per definició és egocèntric, narcisista, propi d'una generació frívola i egoista. Però el selfie és, per sobre de tot, una tecnologia social: és indissociable de la proliferació de telèfons, de fàbriques deslocalitzades que els produeixen, de l'estructura de la càmera frontal, del disseny de les plataformes i la preeminència de la imatge, d'uns algoritmes que afavoreixen aquest tipus de publicacions, d'un sistema empresarial que valora l'autorepresentació a les plataformes, de la proliferació d'una nova cultura estètica digital. Pensar que la fixació de les persones joves pels selfies és un problema moral d'una generació, o fruit d'una falta d'educació, o resultat d'un desvinculament de la cultura, és profundament ingenu.

Per tant, fet aquest llarg repàs, acabo ja. I ho faig tornant a la Persona Jove Llegint al Metro, per oposició al jove que es fa selfies, que escolta Bad Bunny, juga al League of Legends o veu TikToks. Si he triat aquesta imatge, que en honor a Raymond Williams combina cultura i transport públic, és perquè em servia per visibilitzar els prejudicis que projectem sobre una determinada idea de cultura, però també perquè posa sobre la taula que l'accés a la cultura mai es dona en abstracte: ens hem de plantejar qui, quan, on i com pot accedir a quines formes d'entendre i practicar la cultura.

Crec que no podem pensar ni la joventut ni la cultura al marge dels condicionants materials, és a dir, de l'accés a l'habitatge, la temporalitat laboral, la inestabilitat, la inflació, la conversió de tota activitat en una forma de capital, la privatització dels recursos bàsics, etc. Però tampoc al marge de les expectatives socials, íntimament lligades a aquestes condicions materials: són generacions educades en una cultura neoliberal i terapèutica, on des de petits se'ls hi exigeix invertir en les seves competències tècniques i emocionals per arribar a ser la seva millor versió. Petits empresaris de si mateixos que han de parlar idiomes, tocar el violí, excel·lir acadèmicament, viatjar a l'estranger, forjar relacions significatives, créixer com a persones, desenvolupar la seva intel·ligència emocional, alimentar-se correctament, fer esport, i tot això en un procés d'autoproducció infinit per, en un futur, encaixar al mercat laboral i en el marcat sexual

Interacció'23 és una producció del Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC) amb la col·laboració de l'Oficina del Pla Jove.

No es tracta, per tant, de preguntar-nos “com fer arribar” la cultura als joves, com fer que els joves llegeixin i vagin al teatre, com si fossin esferes separades i aïllades, com he intentat demostrar que no són, sinó de preguntar-nos com assegurem els seus drets culturals, això és, una llibertat d'accés real a la cultura, en totes les seves formes. I això no ho podrem fer sense aquesta visió materialista de la cultura, que l'entengui a la manera de Raymond Williams, com una forma de vida, i tampoc sense qüestionar les estructures neoliberals, terapèutiques i d'economia de plataforma que defineixen aquesta forma de vida, que és l'única que han conegut les generacions més joves.

### **Cita bibliogràfica**

Espluga i Casademont, E. (9 d'octubre de 2023). *La joventut en qüestió* [Conferència]. Interacció 23 «Cultura amb veu jove», Barcelona.