

Actividad 2: Experiencia estética y sociedad

PROPÓSITO

En esta actividad, los alumnos comprenderán la relación entre experiencia estética y sociedad por medio del estudio de casos particulares. El objetivo es que reflexionen, desarrollen su pensamiento crítico y logren interpretar el arte desde nuevos puntos de vista.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

OA 6

Dialogar, a partir de conceptos filosóficos, sobre la finalidad del arte y la experiencia estética en la cultura y la sociedad, procurando el desarrollo de visiones personales y colectivas.

OA 4

Investigar relaciones entre el arte, la moral y la política, considerando el análisis de textos filosóficos y obras artísticas que aborden este tema.

OA d

Elaborar visiones personales respecto de problemas filosóficos a partir de las perspectivas de diversos filósofos, siendo capaces tanto de reconstruir sus fundamentos como de cuestionarlos y plantear nuevos puntos de vista.

ACTITUDES

- Pensar con apertura a distintas perspectivas y contextos, asumiendo riesgos y responsabilidades.

DURACIÓN:

10 horas pedagógicas

PROPAGANDA POLÍTICA: UNA EXPERIENCIA ESTÉTICA

El docente presenta un video en el cual se reconoce la estrategia del espectáculo para cautivar al público; en este caso, es la Ceremonia de Inauguración de las Olimpiadas de Río 2016. Los estudiantes verán el video y responderán las siguientes preguntas:

- ¿Por qué existe la necesidad del espectáculo?
- ¿Cuáles son las características esenciales del espectáculo?
- ¿Cómo se podría usar un espectáculo para lograr un fin político?

Conexión interdisciplinaria:

- Educación Ciudadana: Medios de comunicación masiva y nuevas tecnologías [4to Medio, OA 6]

El profesor les entregará dos textos que tendrán que leer de manera personal. Después responderán en su cuaderno las siguientes preguntas:

- ¿De qué se trata cada uno de estos textos?
- ¿Cómo se relacionan?
- ¿Qué elementos de la estética se pueden rescatar en cada texto?

Posteriormente, el docente mostrará un video de un discurso de Hitler, donde llama la atención la apelación masiva y el uso de símbolos, y les hará las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se relacionan el video y la experiencia estética?
- ¿Cómo se relacionan el video y los textos leídos?
- ¿Cuál es el vínculo entre estética, propaganda y espectáculo en el contexto de la Alemania nazi?

Orientaciones al docente:

Al usar este recurso, debe recordar las violaciones sistemáticas a los derechos humanos que ocurrieron durante el gobierno de Hitler y recalcar que esto no puede volver a ocurrir en país alguno. Se eligió este video, porque ejemplifica de manera clara cómo la propaganda nazi usó la experiencia estética para fines exclusivamente políticos.

OTRAS VISIONES

Los alumnos harán una investigación en parejas; su tema será otro ejemplo de una experiencia estética en relación con la sociedad. Podrán elegir entre los siguientes ejemplos:

- Conciertos
- Eventos deportivos
- Fiestas Patrias
- Movilizaciones sociales
- Cine
- Publicidad
- Arte
- Política

Tienen que recopilar todo tipo de archivos visuales, audiovisuales, información, etc. respecto de su tema. Después, utilizando algún medio visual (ppt, videos, fotogramas u otros), expondrán los archivos recopilados frente al curso de manera dinámica. Pueden orientarse con las siguientes preguntas:

- ¿Por qué este evento podría constituir una experiencia estética?
- ¿Cuáles son sus medios de apelar a la sociedad?
- ¿Cuál es la finalidad del evento?

Para evaluar las presentaciones, el docente les comparte los siguientes criterios:

Criterios de evaluación	1. No logrado/ 2. Medianamente logrado/ 3. Logrado/ 4. Logrado con distinción
El evento elegido comprende la relación entre experiencia estética y sociedad.	
Se presenta material del evento elegido de manera original.	
La presentación responde a las preguntas de orientación.	

ORIENTACIONES PARA LA ACTIVIDAD DE AULA

Los siguientes indicadores de evaluación, entre otros, pueden ser utilizados para evaluar formativamente:

- Relacionan espectáculo, propaganda y estética.
- Analizan textos filosóficos, reconociendo sus conceptos centrales y los elementos estéticos presentes.
- Reconocen experiencias estéticas en eventos y/o acontecimientos actuales, identificando sus finalidades y medios para apelar a la sociedad.

Si les cuesta entender las fuentes seleccionadas, el docente puede modelar la lectura con un desglose de las ideas y conceptos más importantes para las actividades a continuación.

Puede explicar el ejemplo de la estética nazi como un fenómeno particular de la relación entre estética y política, pues se relaciona con los inicios de la propaganda. Se puede emplear también formas de propaganda política actuales para profundizar la discusión.

Si lo estima pertinente, les permite elegir el evento que investigarán en parejas; también puede adecuar la investigación para que la efectúen individualmente.

Para profundizar la comprensión de las ideas de los textos y el video, puede mostrarles otro que contiene una escena de la popular película *Star Wars: The Force Awakens* (2015, J.J. Abrams) para que la comparen con la estética nazi, estableciendo sus similitudes y buscando esclarecer sus fines (“Star Wars: The Force Awakens – General Hux’s speech – Destruction of republic” (2016), en <https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=MPhHI2DpD4E>).

De manera opcional, puede desafiarlos a buscar en otras expresiones culturales (libros, películas, comics, videoclips, etc.), los rasgos esenciales de la estética militar del totalitarismo y compararlos con los ejemplos vistos en clases.

RECURSOS Y SITIOS WEB

Video “Rio 2016, Ceremonia de inauguración pebetero Olímpico” (2016). Link: <https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=YKuB8ZLG7zo>

Video “Discurso de Hitler”, Link: <https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=Ue5KLC6IOhw>

Textos

“La Sociedad del Espectáculo” (Extractos), Guy Debord

1. Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación.
2. Las imágenes que se han desprendido de cada aspecto de la vida se fusionan en un curso común, donde la unidad de esta vida ya no puede ser reestablecida. La realidad considerada parcialmente se despliega en su propia unidad general en tanto que pseudo-mundo aparte, objeto de mera contemplación. La especialización de las imágenes del mundo se encuentra, consumada, en el mundo de la imagen hecha autónoma, donde el mentiroso se miente a sí mismo. El espectáculo en general, como inversión concreta de la vida, es el movimiento autónomo de lo no-viviente.
3. El espectáculo se muestra a la vez como la sociedad misma, como una parte de la sociedad y como instrumento de unificación. En tanto que parte de la sociedad, es expresamente el sector que concentra todas las miradas y toda la conciencia. Precisamente porque este sector está separado, es el lugar de la mirada engañada y de la falsa conciencia; y la unificación que lleva a cabo no es sino un lenguaje oficial de la separación generalizada.
4. El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes.
5. El espectáculo no puede entenderse como el abuso de un mundo visual, el producto de las técnicas de difusión masiva de imágenes. Es más bien una *Weltanschauung* que ha llegado a ser efectiva, a traducirse materialmente. Es una visión del mundo que se ha objetivado.
11. Para describir el espectáculo, su formación, sus funciones y las fuerzas que tienden a disolverlo, hay que distinguir artificialmente elementos inseparables. Al analizar el espectáculo, hablamos en cierta medida el mismo lenguaje de lo espectacular, puesto que nos movemos en el terreno metodológico de esta sociedad que se manifiesta en el espectáculo. Pero el espectáculo no es nada más que el sentido de la práctica total de una formación socioeconómica, su empleo del tiempo. Es el momento histórico que nos contiene.
12. El espectáculo se presenta como una enorme positividad indiscutible e inaccesible. No dice más que “lo que aparece es bueno, lo que es bueno aparece”. La actitud que exige por principio es esta aceptación pasiva que ya ha obtenido de hecho por su forma de aparecer sin réplica, por su monopolio de la apariencia.
13. El carácter fundamentalmente tautológico del espectáculo se deriva del simple hecho de que sus medios son a la vez sus fines. Es el sol que no se pone nunca sobre el imperio de la pasividad moderna. Recubre toda la superficie del mundo y se baña indefinidamente en su propia gloria.

“Manipulación de las masas y propaganda en la Alemania nazi” (Extractos), Julián Echazarreta Carrión - Guillermo López García

Las causas del ascenso del poder del Partido Nazi es una de las cuestiones más abordadas por los historiadores a lo largo del siglo XX. Numerosos son los factores que se tienen en cuenta a la hora de intentar dar explicación a lo que luego devendría uno de los regímenes políticos más sanguinarios del siglo, provocando más o menos directamente la muerte de unos 60 millones de personas, entre víctimas de guerra y prisioneros ajusticiados en los infames campos de exterminio nazis; con el agravante de que toda esta cultura de la muerte tuvo lugar en el corazón de Europa, en uno de los países más cultos y respetados del viejo Continente, el cual, durante unos años, pareció abocado a un tipo de barbarie que se creía ya superada en la Europa occidental. (...)

Como es sabido, los orígenes más inmediatos del nazismo se sitúan en la derrota de Alemania en la Primera Guerra Mundial. La Gran Guerra supone el fin de las guerras románticas y la aplicación sistemática del nuevo poder de los medios de comunicación de masas (especialmente la prensa, la propaganda política a través de panfletos, carteles y octavillas y los nuevos medios recién aparecidos, el cine y la radio). Entre las variadas y múltiples consecuencias de la guerra, resulta de particular interés para nosotros en este momento la aparición de una nueva disciplina científica: la Teoría de la Comunicación de masas. (...)

Estrategias de propaganda durante el nazismo:

La prioridad de la propaganda en el Estado nazi

Las estrategias de propaganda que vamos a relatar aquí ya están presentes en el partido nazi desde sus inicios, pero hemos escogido el periodo 1933-1939, es decir, desde la llegada de los nazis al poder hasta el inicio de la Segunda Guerra Mundial, como época histórica en la que la utilización de la propaganda es más sistemática y alcanza a un mayor porcentaje de la población. El Estado nazi se configura como Estado autoritario desde el principio, y la propaganda será el sistema de mantenerse en el poder. Los nazis centralizan todo el poder de los medios de comunicación y los ponen a su servicio, estableciendo un férreo control y censura sobre sus contenidos. El ministerio más importante durante el nazismo, al que se le dedican más recursos, no es, como pudiera parecer, el de la Guerra, sino el nuevo Ministerio de la Propaganda, encabezado por Joseph Goebbels. Desde este ministerio, Goebbels hará extensivo a la inmensa mayoría de los alemanes el culto a la personalidad reportado a Hitler entre los nazis, y los delirantes objetivos de éstos se convertirán en los objetivos de todo un país.

Importancia de los símbolos:

Las bases mitológicas. La compleja simbología nazi va a beber de fuentes variadas, que generalmente remiten al pasado (como es el caso de la esvástica). El régimen nazi es un régimen milenarista, influido por diversos antecedentes, muchos de ellos de carácter mítico. Como indica Adrián Huici, “el III Reich incluye el milenarismo con su propio mito de las tres edades, combina las antiguas mitologías germánicas con las reflexiones de Carlyle sobre el héroe carismático y las de Sorel y Nietzsche sobre la necesidad de una violencia redentora. Apela a la imaginería del romanticismo alemán (...) para revitalizar la idea de los buenos tiempos antiguos (y sagrados), el espíritu de la nación germana y, naturalmente, se inventa el mito de la superioridad de la raza aria”. (1996: 180) Los desfiles, las grandes manifestaciones públicas, los discursos de Hitler están investidos de una simbología encaminada a impresionar a las masas, a dotar de una especie de liturgia mística a lo que no es sino mera propaganda política. La combinación de la capacidad oratoria de Hitler con la

parafernalia mítica que lo rodeaba en sus discursos contribuía a crear en el público un estado de receptividad especial.

Deificación del líder

Todos los regímenes fascistas se basan en una persona, un líder que focalice todas las pasiones de las masas y todos los objetivos del régimen. Los sistemas no democráticos (incluso, en ocasiones, los democráticos) acaban cayendo inevitablemente en el culto a la personalidad, algo que en algunos casos (como en el estalinismo) es una degeneración de los postulados ideológicos originales, pero que en el caso del fascismo está en la misma raíz del sistema político. El líder ha de ser un hombre carismático, dotado aparentemente de todas las virtudes y, en consecuencia, de una especie de infalibilidad papal. Los que creían en la necesidad de un “hombre providencial”, que eran muchos en la Alemania de posguerra, eran fácil pasto de la propaganda hitleriana. La fidelidad ciega al *Führer*, como contrapartida a sus supuestas virtudes únicas, era exigida no sólo a los miembros del Partido, sino a la totalidad de los alemanes, una vez que Estado y Partido quedaron fundidos en una misma entidad. De esta manera, los recursos del Ministerio de la Propaganda se lanzaron a la creación de un mito más, el mito del *Führer* o caudillo del pueblo alemán, destinado a aliviar a los alemanes de la humillación de la derrota, primero, y a instaurar un Reich eterno basado en la supremacía racial, después. El liderazgo de Hitler, indiscutido en el partido nazi desde la “noche de los cuchillos largos”, fue elevado por Goebbels, a través de los medios de comunicación, a la categoría de lo divino.

Uso de los nuevos medios de masas: el caso del cine

(...) *El triunfo de la voluntad* (1935) de Leni Riefenstahl es junto con *Olimpiada* (1936) una de las películas más famosas del cine nazi. En ambas el mensaje es muy contundente: la primera es una exaltación de la Convención del Partido celebrada en Múnich en 1934; mientras la segunda se basa en los Juegos Olímpicos que organizó Berlín en 1936, siendo estos una excusa por parte de la directora para hacer una brillante exposición visual sobre la perfección del cuerpo y el ideal de belleza asociado con la ideología nacionalsocialista. El triunfo de la voluntad fue un encargo del propio *Führer*, quien había conocido personalmente a la realizadora, quedando fascinado con alguna de sus interpretaciones. El título hace alusión a la voluntad popular que se funde con la voluntad suprema del *Führer* y este sentimiento de unión casi mística entre pueblo y líder/dios es lo que se intenta expresar durante el filme.

Riefenstahl se encontró con el problema de convertir en movimiento el estado de estupefacción en el que se encontraban las masas reunidas en el campo, lo cual consiguió merced al montaje, disciplina en la que era una auténtica entendida.

Para dar cuerpo a esta transfiguración de la realidad, la película se dedica a enfatizar el movimiento incesante tanto de los objetos (llamas, banderas, estandartes) como de las cámaras que, a través de numerosos *travellings* y panorámicas, consiguen dotar de gran dinamismo al escenario, a la vez que logran que el espectador se vea envuelto por el espectáculo.

El triunfo de la voluntad representa la transformación completa de la realidad, su completa absorción dentro de la estructura artificial de la Convención del Partido. No en vano los preparativos para la Convención del Partido se realizaron paralelamente a los trabajos de filmación. Es decir, la manifestación en sí ya era acto de propaganda que tenía como principal objetivo el filme de la directora germana. Por último, una película más tardía, *El juicio Juss* (1940), año que supuso un viraje antisemita en los contenidos de algunas películas nazis. La película tuvo un éxito clamoroso y fue vista por 20 millones de alemanes. En las indicaciones de prensa no se podía hacer mención alguna a su antisemitismo. Con todo, el argumento era histórico (lo que provocaba una metáfora sutil pero evidente) y nos relataba la vida de un consejero judío del conde Karl Alexander von Württemberg,

quien es condenado a morir, no por intentar usurpar el poder del estado, sino porque se acerca como hombre judío a una doncella alemana prometida con un honrado escribiente.

Todavía de un antisemitismo más flagrante fue *El judío eterno* (1940), un hipotético documental que en realidad no hace más que construir al enemigo, enfrentando el idealismo alemán al egoísmo judío. En el filme, la raza judía es difamada en términos de “criminalidad internacional, parásitos y gorreros”, siendo comparados visualmente en una escena con unas ratas. Sin duda, ambas películas manifestaban y expresaban una animadversión hacia los judíos que debería haber sido interpretada como lo que era, una declaración de intenciones de lo que luego dejaría de ser una ficción para convertirse en una vergonzosa realidad.