

Actividad 2: Sensibilidad e industria cultural

PROPÓSITO

Se pretende que los alumnos conozcan y reflexionen, desde el campo de estudio de la estética, en torno al concepto de industria cultural, y que identifiquen elementos propios de este fenómeno y su influencia en la sensibilidad humana.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

OA 7

Elaborar una visión personal respecto de la influencia de la sociedad y la cultura actual en la experiencia y la sensibilidad de los seres humanos, considerando diversas perspectivas filosóficas y utilizando diversas formas de expresión.

OA b

Analizar y fundamentar problemas presentes en textos filosóficos, considerando sus supuestos, conceptos, métodos de razonamiento e implicancias en la vida cotidiana.

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 hacia otros para valorar la comunicación como una forma de relacionarse con diversas personas y culturas, compartiendo ideas que favorezcan el desarrollo de la vida en sociedad.
- Participar asumiendo posturas razonadas en distintos ámbitos: cultural, social, político, medioambiental, entre otros.

DURACIÓN:

6 horas pedagógicas

EL IMAGINARIO DE LA INDUSTRIA

1. El docente les muestra un extracto de un documental del artista norteamericano Andy Warhol. Tras verlo, deben responder individualmente las siguientes preguntas:
 - ¿Qué intención tiene el video?
 - ¿Qué elementos culturales se pueden identificar?
 - ¿Cómo definirían este video? ¿Por qué?
 A continuación, verán el video comercial de una cadena de comida rápida, protagonizado por la figura pública Paris Hilton, y responderán las mismas preguntas.
2. El profesor propondrá que discutan en grupos pequeños, basados en las siguientes interrogantes:
 - ¿Cuál es la diferencia entre ambos videos?

- ¿Cuáles son sus similitudes?
 - ¿A qué tipo de experiencia y sensibilidad apela cada video?
 - ¿Qué recursos utiliza para afectar la experiencia y/o la sensibilidad?
3. Después, propondrá una discusión plenaria y preguntará:
- ¿Cómo influye la industria cultural en la experiencia y la sensibilidad de los seres humanos?

Orientaciones al docente:

- El video de Andy Warhol es un extracto de un documental más largo. La cadena de comida rápida Burger King compró a “Andy Warhol Foundation” cuarenta segundos del video para usarlo en un comercial del evento deportivo estadounidense “Super Bowl”.
- También se puede recurrir a publicidad de periódicos o revistas como ejemplos. Lo importante es que en ambos casos se abarque un tema en común desde el cual puedan responder las preguntas.

ANÁLISIS DE INFLUENCIAS CULTURALES

1. Se sugiere trabajar un texto de Guillermo Marín Vargas que los alumnos leen de modo individual para responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué se entiende por industria cultural?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que implica la industria cultural?
- ¿Por qué se habla de una homogeneización de la cultura en el texto?

Conexión interdisciplinaria:

- Historia, Geografía y Ciencias Sociales, Comprensión histórica del presente: Comprensión del mundo actual y su impacto en la configuración de sujetos históricos. [OA 2]

2. A continuación, harán un análisis individual sobre las influencias que elijan de la industria cultural, que puedan reconocer en su cotidianeidad. Se basarán en los siguientes criterios estéticos:
- ¿A qué sentidos apela?
 - ¿Cómo se utiliza la estética en este caso?
 - ¿Por qué la puedo llamar una experiencia estética?

Orientaciones al docente

Otras fuentes bibliográficas son:

- “Arte y Publicidad. Elementos para debate” de Alejandra Walzer (2010) Revista Aisthesis N°47
- “La industria cultural y sus transformaciones” Edgar Toledo (1987)

Link: <https://link.curriculumnacional.cl/https://core.ac.uk/download/pdf/61696717.pdf>

ORIENTACIONES PARA LA ACTIVIDAD DE AULA

Los siguientes indicadores de evaluación, entre otros, pueden ser utilizados para construir actividades que permitan formativamente evidenciar los aprendizajes declarados en los OA:

- Analizan la industria cultural y sus influencias, y dan argumentos sobre el rol de la sensibilidad y la estética en ella.
- Contrastan ventajas y desventajas de la industria cultural

Para facilitar la interpretación de los videos, el docente puede modelar cómo compararlos según las preguntas.

Si considera que el texto es muy extenso o puede haber otro con un enfoque más enriquecedor, puede elegir algunos extractos o usar uno más pertinente.

Para profundizar, les propone que busquen estrategias estéticas y espectáculos de la industria cultural para promover discursos y pensamientos, en los medios de comunicación a los cuales tengan acceso. Tras identificar el fenómeno, explican por qué lo eligieron.

De manera opcional, les sugiere que averigüen cómo la industria de Hollywood ha ido imponiendo distintos temas, modas de pensamientos y formas de actuar en la sociedad. La investigación debe incluir ejemplos concretos de películas y explicar cómo ellas influyen la cultura en la que vivimos. Se sugiere el documental *A pervert's guide to ideology* de S. Zizek, en el video *Pervert Guide To Cinema, Slavov Zizek* (2017)

(<https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=t1ZUmIWDLYY>).

RECURSOS Y SITIOS WEB

Links:

- Andy Warhol “Whopper” (Video *Andy Warhol eating a hamburger 1982 Jorgen Leth*. <https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=5LDHSBVZpzc>)
- Carls Jr. “Six dollar burger comercial” (Video *Paris Hilton – Carl’s Jr Six Dollar Burger Comercial 2012*. <https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=gAwg6GE3AdA>)

Texto:

Reflexiones en torno la industria cultural: medios, poder y dominación. Guillermo Marín Vargas
Introducción

Los medios de comunicación han estado en el ojo de las ciencias sociales desde la aparición de las primeras plataformas de comunicación social. En esta línea de estudio, se han fundado variados modelos y visiones para entender sus efectos y funcionamiento (McQuail, 2000). Los intelectuales que han dedicado esfuerzos a explicar su influencia en el comportamiento social se han diferenciado en dos grandes interpretaciones.

Una primera plantea que los medios contribuyen al buen funcionamiento de las sociedades y que aportan a generar condiciones deseables para la democracia liberal. En esta perspectiva, los medios son poderosos y son órganos de mantención de estatus quo.

Mientras que, para una segunda postura, los medios son instrumentos de dominación de las élites dominantes hacia los sectores más vulnerables de la sociedad o, en lenguaje marxista: el proletariado.

Esta línea de pensamiento hace un diagnóstico pesimista de la sociedad liberal-capitalista. Sostiene que, a pesar de la promesa de Karl Marx sobre la emancipación de la clase obrera y la posibilidad de construir una sociedad mundial basada en la colectivización de los medios de producción (Marx & Engels, 1848), la sociedad contemporánea sigue funcionando bajo lógicas de dominación sistemática y que las posibilidades de emancipación de los trabajadores se hacen cada vez más difíciles por el rol que cumplen los medios. Estos son agentes de adormecimiento de la clase y no permiten que se generen condiciones para el proceso liberador predicho por Marx y Engels.

Esta segunda mirada es acuñada primeramente por intelectuales vinculados a la Escuela de Frankfurt, centro de pensamiento que se dedicó al estudio del marxismo, no desde una perspectiva de militante, sino desde la complejización de los conceptos y problemas de la obra misma de Marx (Muñoz, 2009). Justamente en esta línea de pensamiento se enmarca el trabajo de los intelectuales Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, llamado “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”.

La industria cultural

En términos generales, esta obra hace una crítica a las formas que adquiere la cultura en una sociedad capitalista. En ese sentido, la industria cultural se constituye como la tecnificación, homogenización, mercantilización y banalización del arte y la cultura. Los autores plantean que mediante el consumo de esta nueva “cultura” las audiencias se constituyen como masas, sin capacidad de discernir sobre que consumir. La industria domina todos los espacios. Lo nuevo lo transforma en parte de ella, filtrando lo profundo de los argumentos de cierta obra, transformándola en producto de consumo, bajo el marco de la entretención de las audiencias. La industria genera una relación de dominación entre los poderosos –dueños de los centros productivos y financieros– por sobre los obreros, comerciantes, empleados, etc. Estos son los principales consumidores de los productos generados por esta industria. Para sistematizar los principales argumentos de los autores, se destacará tres puntos principales de su propuesta. Estos se discutirán, teniendo en cuenta sus ventajas y desventajas. Además, se reflexionará en torno a los cambios en la ciudadanía y la diversificación de los medios y usos que tienen estos en nuestra sociedad.

Racionalidad técnica y producción

Los autores inician su diagnóstico desde la premisa de que la sociedad capitalista ha impuesto una racionalidad técnica en todos los espacios sociales, donde las formas de acumulación capitalistas están ampliamente legitimadas. Frente a esto, la cultura ha sido afectada de manera transversal. Tal como se racionaliza el proceso productivo de un auto, la industria cultural define procedimientos con los cuales se genera una nueva película o una nueva pieza musical.

De esta manera, la industria realiza control de calidad a todos los productos que emergen. El fin es generar productos de consumo amplio y fácil. No existe espacio para la producción sin esta racionalidad. Lo nuevo es transformado en moda, vendible, consumible y que aporta al fin último de la industria, que es generar condiciones para la mantención del sistema económico capitalista.

Homogenización de la cultura

Para los autores, uno de los síntomas más evidentes de la transformación del arte y la cultura en una industria es la homogenización. La industria cultural filtra y clasifica los productos en categorías preestablecidas por los productores y ejecutivos de la industria. Estos tienen el rol de transformar una obra innovadora en un producto de consumo masivo, igualándolo simbólicamente al resto de los productos. No hay espacio para la diferencia, toda gira en torno a un mismo propósito: entretención y consumo para la dominación. El funcionamiento de esta industria amedrenta de forma directa el desarrollo de las artes, la creatividad y la espontaneidad, transformándolo en meros artificios creativos. Los autores ejemplifican esta argumentación diciendo que en un film se puede siempre saber en seguida cómo terminará, quién será recompensado, castigado u olvidado. En el caso de la música

ocurre el mismo fenómeno. El oído preparado puede adivinar la continuación desde los primeros compases y sentirse feliz cuando llega. (Adorno & Horkheimer, 2006).

De esta manera, el arte y la cultura se transforman en productos de distribución masiva, de producción en cadena, obviando las diferencias y las alternativas. La racionalidad técnica capitalista abarca un todo, incluso en este espacio que históricamente fue reservado para la innovación y la diferencia.

Dominación y emancipación

Por último, es importante desatar los efectos de la industria en la clase trabajadora. El contexto antes descrito –racionalidad técnica y cultura homogenizada– genera en la clase trabajadora una especie de adormecimiento. La industria cultural genera deseos en los trabajadores por medio de la creación de conciencia acerca del buen vivir y del consumo. Los obreros consumen esa información como única y legítima. De esta manera, la industria cultural ejerce una dominación simbólica de los sujetos, influyendo en sus valoraciones acerca de los procesos de consumo político, cultural, educacional y material. Los medios imponen cierta moral, aceptada sin resistencia por la clase obrera.

Además, la industria naturaliza la dominación planteada por Marx de los dueños de los medios de producción por sobre quienes sólo poseen su fuerza de trabajo (Marx & Engels, 1848). Así, la industria mantiene a los trabajadores manipulados en ambos ámbitos: material y simbólico. Por otro lado, la industria capitalista es capaz de satisfacer los deseos de los dominados mediante la producción y comercialización de bienes y servicios. Es un círculo donde los obreros no tienen capacidad de discurso crítico, ni mucho menos capacidad de emancipación.

Ventajas y desventajas del modelo

Teniendo en cuenta estos puntos, se realizará una reflexión en torno a las ventajas y desventajas de este modelo de análisis de la sociedad y los medios de comunicación. Se tomará en cuenta aspectos del caso chileno para ejemplificar las reflexiones en torno a la pregunta inicial.

El diagnóstico realizado por los autores en torno a la racionalidad de las sociedades contemporáneas se ajusta en buena medida a la profundización de las lógicas de interacción técnica que mantiene la sociedad chilena. Este tipo de racionalidad ha invadido la mayoría de los aspectos de nuestra vida en comunidad. La política, la cultura y en mayor medida la economía, funcionan bajo esta lógica.

El sociólogo chileno Tomás Moulian diagnosticaba esta situación en su conocida obra *Chile actual: Anatomía de un mito*, en el año 1997. En este trabajo, el autor analiza cómo las lógicas neoliberales han sido ampliamente aceptadas por las élites, generando condiciones para legitimar el modelo de sociedad heredada del gobierno militar de manera transversal (Moulian, 1997). En Chile y en el resto del mundo, la racionalidad técnica es hegemónica y en algunos casos es vista como ciencia. Esta racionalidad se impone por sobre otras formas de interacción basadas en la solidaridad y el sincero altruismo. Todo debe tener un fin.

Los autores fueron visionarios en este aspecto, la racionalidad técnica se ha impuesto en todos los espacios. Este aspecto de su reflexión es una buena herramienta interpretativa de la sociedad actual y sus problemas.

Hollywood y su industria son hegemónicos a nivel mundial. Los grandes sellos discográficos siguen siendo los que controlan lo que se escucha en gran parte del mundo. Los movimientos alternativos se transformaron en modas de alcance mundial. Lo diferente se sigue procesando y vendiendo como producto. Además, la creación de nuevos medios de difusión de los productos ha facilitado la rapidez y la transversalización del consumo. Sin embargo, bajo ciertas condiciones sociopolíticas de cambio, es posible observar que los productos culturales son utilizados como formas de difusión de discursos anti-sistema. Este punto –que para los autores es totalizante– es posible matizarlo en términos de que la

cultura no es en todos los casos dominada por las lógicas de producción de la industria cultural. La profundización de las democracias en el mundo ha facilitado la generación de espacios alternativos de creación simbólica.

Sin embargo, para matizar este aspecto, es necesario partir desde la premisa de que las sociedades han avanzado desde sujetos dominados hacia ciudadanos provistos de derechos. Este punto marca un quiebre con la concepción de masas propuesta por los autores. Los ciudadanos, a diferencia de la masa, son poseedores de derecho a elegir y discriminar. Ahora, es innegable la influencia de centros productivos culturales que funcionan con las lógicas propuestas por los autores.

En este contexto, la concepción de dominación totalizante y sin salida planteada por los autores puede ser cuestionada, tomando en cuenta el rol que han jugado los medios en generar espacios para la visibilización de actores sociales que históricamente han sido postergados y para generar espacios de fiscalización desde la sociedad civil hacia las élites económicas y políticas (Thompson, 2003). En este sentido, la dominación simbólica y material no es –en todos los casos– condición *sine qua non* de los efectos de la industria cultural y los medios en la sociedad.

La diversificación y evolución en los medios de comunicación social ha aportado en generar cambios en las formas en que se da tratamiento a las demandas que emergen desde la ciudadanía. La evolución en los soportes de comunicaciones han generado sociedades interconectadas y con mayores espacios de visibilidad. Este contexto permite generar espacios de no-dominación y, por el contrario, de empoderamiento de sectores no privilegiados de la sociedad.

En nuestro país, es posible evidenciar este fenómeno mediante la exploración del impacto de las demandas ciudadanas en la televisión y radio. En la investigación realizada por los académicos Cristóbal Marín y Rodrigo Cordero, titulada “Los Medios Masivos y las Transformaciones de la Esfera Pública en Chile”, es posible observar cómo nuevos actores –que no forman parte de las élites sociopolíticas del país– han tenido la posibilidad de aparecer en los medios instalando sus demandas (Cordero & Marín, 2005).

Los medios y la cultura no solo son formas de dominación de las élites hacia los ciudadanos. También, bajo contextos democráticos, son espacios de empoderamiento ciudadano, pues se transforman en plataformas de denuncia y visibilización de actores sociales.

De esta manera, la argumentación planteada en la industria cultural se presenta como indiferente al rol visibilizador de los medios, como también a la capacidad de reacción que tienen los ciudadanos, como sujetos constitutivos de derecho y libertad de expresión.

A pesar de que es innegable la influencia de los medios en la promoción de ideas que mantienen el *statu quo*, sería miope no dar cuenta del impacto que han tenido las nuevas tecnologías en construir espacios alternativos de visibilización de la protesta social y la instalación de demandas emergidas desde la propia sociedad civil.

En conclusión, el diagnóstico generado por Adorno y Horkheimer es preciso como crítico a las lógicas que ha adquirido el modelo capitalista y sus formas de dominación. Sin embargo, carece de una visión moderna y que contemple la creación de formas alternativas de relación sujeto-poder, donde los ciudadanos son protagonistas del proceso de creación de discurso y realidad.