



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

ESCUELA
DE POLÍTICA
Y GOBIERNO

LICENCIATURA EN CIENCIA POLÍTICA
ESCUELA DE POLÍTICA Y GOBIERNO

TRABAJO FINAL: TESINA DE INVESTIGACIÓN

Industria cultural y política: una relación ineludible.

Tutora: Marina Farinetti

Tesista: Ana Gonzalez

AGRADECIMIENTOS

La escritura en general, tal como expresa Foucault en su texto “Que es un autor”, permite seleccionar, excluir, incluir, recortar y reagrupar textos. Textos que fueron pensados por otros, producto de la creación colectiva de diferentes comunidades en el transcurso del tiempo. Pienso cada vez más que la producción intelectual nunca es individual, es la creación de estructuras mentales elaboradas por un sujeto colectivo, la reelaboración de ideas y conceptos que el pensamiento colectivo construye y que aflora a través de algunas individualidades motivadas por diversas razones y circunstancias. Por eso, llegada la hora de agradecer formalmente a las personas que estuvieron presentes en el desarrollo de esta tesina, elijo pensarlos y sentirlos como coautores de la misma. Todos hicieron posible la realización de la misma desde diversos lugares:

La UNSAM que permite desde su labor educativa pública, gratuita y alto nivel académico ser reservorio de elaboración de pensamiento político crítico.

Marina, Ricardo y Lucía que con su consistencia intelectual y generosidad pensaron este trabajo tanto como yo.

García Canclini que guió con sus sugerencias mis lecturas.

Especialmente Eduardo Grüner, que con su coherencia ideológica desplegó su paciencia, talento docente y desprendimiento para convertirse en uno de los mayores apoyos del tránsito de la escritura.

Mis críticos lectores Gabriel D. y Marta P. cuya percepción y sabiduría guiaron mi camino a través del tiempo de escritura y de la vida.

Mis jóvenes compañeros que, permanentemente desde el lugar más afectivo y generoso, hacen que ponga en cuestión cotidianamente mis ideas y conductas. Especialmente Micaela, Vanessa, Marta, Leila, Lucía, Claudia e Iván.

Mis amigas y amigos que proveen el plafón desde el cual la vida se enriquece y se llena de potencia.

Juan, mi compañero de la vida y mi lector, que con su inteligencia, tranquilidad y amor coloca la palabra justa en el momento adecuado.

Mis hijos que participaron activamente del proceso y de los cuales aprendo todos los días espejándome en su mirada. Son ellos, junto con mis compañeros, los que me permiten pensar que un futuro mejor es posible.

A todos... gracias infinitas por permitirme transitar el camino de la escritura colectiva que hizo posible elaborar la tesina desde un conjunto de voces, permitiéndome llevar a buen puerto este desafío.

INDICE

Resumen	4
Introducción	5
Estado de la cuestión y marco conceptual	8
-Surgimiento del concepto de Industria Cultural.....	8
- Industria cultural vista desde Latinoamérica.....	13
-Transformaciones en la sociedad contemporánea.....	15
-Transformaciones de la política.....	24
La industria cultural en García Canclini y Grüner	26
-García Canclini.....	27
-Grüner.....	31
Contrapunto de ideas	34
-Industria cultural.....	35
-Política.....	38
-Consumo y mercado.....	40
-Identidades.....	43
Conclusiones	46
Referencias bibliográficas	48

RESUMEN

¿Qué ocurre con la política cuando la industria cultural en las sociedades post industriales desarrolla innovadoras tecnologías en un contexto de nueva configuración del capitalismo dentro de la cual el mercado, el consumo y las imágenes adquieren un rol fundamental? ¿Cómo se expresa la relación entre industria cultural y política en este escenario? Para dar respuesta a esta pregunta investigamos las características y origen de la industria cultural a través de autores europeos y latinoamericanos, analizamos además el concepto de política en un recorrido histórico y elegimos dentro del mismo, el concepto de política pertinente para el desarrollo de esta investigación. Así fuimos desplegando el estado de la cuestión y el marco conceptual de la tesina. En él incluimos el análisis de las sociedades postindustriales que se corresponde con el recorte histórico que elegimos para la pregunta de investigación

El desarrollo de la investigación se hizo analizando los textos de dos autores latinoamericanos: Néstor García Canclini y Eduardo Grüner. A través de los textos vimos como la relación entre política e industria cultural se torna ineludible, modificando las subjetividades y la ciudadanía. Analizando y comparando los conceptos de ambos autores demostramos que el papel de la industria cultural, adquiere un rol político en la conformación de subjetividades y de comunidades que construyen su identidad a la luz de sus consumos en un escenario donde lo político entendido como lo instituyente se halla prácticamente ausente. Concluimos que se hace cada vez más necesario desde la Ciencia Política el estudio de las imágenes para comprender nuevas formas de interpelación ciudadana y de agenciamiento de conceptos e ideas que influyen en la conducta y elección política en las sociedades contemporáneas.



Ilustración 1 Douglas Barros. La industria cultural.

INTRODUCCIÓN

“La publicidad convierte el consumo en un sustituto de la democracia. La elección de lo que uno come (o viste o conduce) ocupa el lugar de la elección política significativa. La publicidad ayuda a enmascarar y compensar todos los rasgos antidemocráticos de la sociedad. Y enmascarar también lo que está ocurriendo en el resto del mundo”. (Berger, 2007: 164)

A menudo escuchamos frases que aluden al mundo en el cual vivimos describiéndolo como “un mundo visual”, una “cultura visual”, como el del “bombardeo de la información sostenida en imágenes”, como la “época de las imágenes”, como el del “retroceso de la palabra”, el de la “imposición de gustos y tendencias a través de los medios”, el de la “manipulación de las expresiones artísticas a través de los intereses económicos y políticos”, en fin... un mundo plagado de imágenes e información que permanentemente irrumpen en nuestra vida cotidiana, la mayoría de las veces sin pedir permiso. Este mundo atravesado e inundado de imágenes artísticas, publicitarias e informativas, que ocupan nuestro espacio-tiempo casi en su totalidad, nos alienta a pensar si ese conjunto visual adquiere en algún momento un carácter político en su sentido más amplio: la conformación de subjetividad y de pensamiento colectivo

La posibilidad de reflexionar acerca de este problema, nos lleva a indagar qué papel juega la industria cultural en la construcción de imágenes que moldea pensamientos y opiniones. La industria cultural aparece como objeto de estudio en el marco de la Escuela de Frankfurt (en Alemania, primera mitad del siglo XX). Fueron Max Horkheimer y Theodor Adorno quienes dieron origen al concepto respondiendo a la preocupación sobre las transformaciones vinculadas a la irrupción de la sociedad de masas y los efectos del desarrollo industrial sobre la cultura. Estos autores construyen un marco conceptual para analizar el funcionamiento integrado de diversos sectores culturales: el cine, la radio, los diarios, las obras de arte. Los autores también indagan en la relación entre la industria cultural y la dominación social. Ellos construyen un marco conceptual para analizar el funcionamiento integrado de diversos sectores culturales.

La industria cultural, a causa de su gran desarrollo tecnológico, ha ido adquiriendo más presencia e influencia en la vida cotidiana. Dicha situación nos lleva a analizar el tema formulando la pregunta de investigación en los siguientes términos: ¿Adquiere la industria

cultural un papel político en las sociedades postindustriales?

En este trabajo argumento que, la industria audiovisual ejerce una profunda influencia en la concepción del mundo y de la forma de concebir y hacer política, intentando contribuir a la ciencia política proponiendo abordajes multidisciplinarios para conocer y explicar problemas de las complejas sociedades contemporáneas que no encuentran una respuesta sustancial cuando se estudian desde una sola disciplina. Esta investigación trata de poner en escena y analizar los dispositivos visuales que acompañan la vida cotidiana de todos en las sociedades postindustriales. Estos dispositivos cada vez más usados en la comunicación y dentro de ella en la comunicación política representan una herramienta habitual de este último ámbito. Estudiar el significado y connotación de las imágenes, sus efectos en la conformación de subjetividades y en la generación de pensamiento, supone un aporte a la hora de evaluar procesos políticos y electorales y analizar conductas relacionadas al comportamiento político de los individuos y grupos sociales.

La escasez de investigaciones en la Ciencia Política sobre la industria cultural como agencia política y las imágenes en particular me lleva a pensar en la pertinencia de cubrir ese campo. Refuerzan ese pensamiento las proyecciones a futuro acerca de la importancia, despliegue y número de dispositivos visuales que anticipan un crecimiento incesante y exponencial de los mismos, tal como ha venido sucediendo en las últimas décadas.

En el desarrollo de la investigación analizaré dos autores latinoamericanos: Néstor García Canclini y Eduardo Grüner. Examinaré cómo estos autores explican el papel político de la industria cultural en la sociedad contemporánea y haré una comparación entre ambos que me servirá para desarrollar el argumento que conteste a mi pregunta de investigación.

Ambos autores latinoamericanos analizan la industria cultural desde una visión crítica, basados en el análisis de la sociedad de mercado también llamada sociedad de consumo. Analizan la influencia de este tipo de sociedades en la subjetividad de las personas. García Canclini mira una sociedad contextualizada (América Latina y algunas capitales latinoamericanas), influenciada por su papel en el sistema de poder en el mundo y relaciona el consumo con la concepción de ciudadanía. En cambio, Grüner tiene una mirada más universalista sobre el tema y pone el foco en la influencia de las formas de consumo, principalmente de las imágenes, en la conformación de la subjetividad y sus consecuencias.

La investigación tratará de ver la relación conceptual entre la industria cultural y la política en ambos autores. Tratará también de esclarecer los principales argumentos de los autores

seleccionados con el fin de contribuir al desarrollo de esta temática en el campo de la Ciencia Política.

Para eso en la primera parte de la tesina presentaremos referencias conceptuales de la industria cultural tomando conceptos de varios autores de La Escuela de Frankfurt y los conceptos de Martín-Barbero que aporta un enfoque latinoamericano sobre el tema. A estas lecturas se sumará la revisión de la literatura de Alain Touraine, Jean-Francoise Lyotard y David Harvey, que trabajan sobre el concepto de sociedades postindustriales o postmodernas. Por último se analizarán los distintos enfoques del concepto de política a través de los textos de Norberto Bobbio y Georges Balandier.

En la segunda parte analizaré los textos de García Canclini y Eduardo Grüner para ver cómo explican la relación entre industria cultural y política, permitiendo exponer la hipótesis de esta investigación.

En la tercer y última parte desarrollaré los conceptos de García Canclini y Grüner en clave comparativa para sustentar el argumento de mi investigación.

Finalmente haremos el cierre del trabajo explicitando las conclusiones a las cuales llevó la investigación.

Objetivo general de la tesina:

- Establecer la relación conceptual entre industria cultural y política en las sociedades postindustriales teniendo como base textos de autores latinoamericanos.

Objetivos específicos:

- Caracterizar el concepto de industria cultural.
- Caracterizar el concepto de sociedad post industrial.
- Caracterizar el concepto de política que sirve al establecimiento de la relación planteada en la pregunta de investigación
- Analizar los textos de García Canclini y Grüner sobre industria cultural y sobre política.
- Establecer la relación que ambos encuentran en entre industria cultural y política.
- Establecer una comparación entre los dos autores.
- Elaborar las conclusiones que permitan contestar a la pregunta de investigación en base a esa comparación.

- Acompañar el texto con imágenes que sirvan de apoyo visual a los conceptos e ideas que se irán desplegando a lo largo de la investigación.

ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO CONCEPTUAL

Voy a desarrollar de forma conjunta los antecedentes en la literatura revisada y el marco conceptual de la investigación teniendo en cuenta que esta tesina se orienta al desarrollo teórico de la relación conceptual entre industria cultural y política. Dicha relación se trabajará en dos autores en particular.

A continuación, en el desarrollo del siguiente apartado expongo los antecedentes de los conceptos implicados en la hipótesis de trabajo: industria cultural, política y sociedad contemporánea.

Surgimiento del concepto de industria cultural

Fueron Max Horckheimer y Theodor Adorno (1988), dentro del marco de la Escuela de Frankfurt, quienes a mitad del siglo XX dieron origen al concepto al concepto de industria cultural respondiendo a la aparición de la sociedad de masas y al desarrollo de una industria cultural que respondía al poder y al control social.

La lógica industrial impone sus criterios: estandarización y masificación. Los autores también indagan en la relación entre esta transformación en los sectores culturales y la dominación social. Adorno y Walter Benjamin sitúan su análisis en las sociedades industriales que surgieron a partir de la Revolución Industrial en las cuales la máquina reemplazó a la mano de obra, las innovaciones tecnológicas posibilitaron la producción en masa, creció la división del trabajo (fordismo y taylorismo) y las relaciones laborales se sostuvieron con las leyes del mercado y el salario (Drucker, 1968). Algunos artistas captaron exquisitamente esta lógica del trabajo repetitivo y estandarizado, entre ellos Fernand Léger quien creó una serie de pinturas bajo el título genérico de “Los constructores de Aloe” (Ilustración 2) que da cuenta del tipo de trabajo industrial y del entorno fabril, metálico y humeante en el que se desarrolla el trabajo industrial. La imagen de la ilustración representa la solidez y rigidez del sistema laboral de la sociedad industrial que analizan Horckheimer y Benjamin



Ilustración 2. Fernand Léger. Los constructores de aloe, 1949.

En ese contexto nace la Escuela de Frankfurt, en una ciudad de características peculiares que es analizada por Martin Jay (2003) debido a la relevancia que tienen para el surgimiento y desarrollo del pensamiento de la Teoría Crítica.

El Instituto de Investigación social (conocido luego como Escuela de Frankfurt) tenía la característica novedosa de eludir la compartimentación del saber y promover el concepto de un conocimiento totalizador e integrador (Jay, 2003). Así aunque en un principio la orientación del instituto no fue claramente marxista-hegeliana, evadió la fragmentación burguesa del saber nutriéndose del marxismo, el psicoanálisis y la corriente modernista.

La Teoría Crítica analiza a la luz de estas vertientes los problemas teóricos y prácticos de la sociedad de masas tomando la dominación como eje de la investigación teórica y metodológica.

Con la introducción del término industria cultural en el texto “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas” escrito entre 1944 y 1947, Horckheimer y Adorno plantean que la industria cultural es la actividad donde los productos artísticos son una mercancía adquirible e intercambiable, que adquieren valor sólo dentro de esa actividad. Se refieren también a los procesos de imitación y mecanización característicos de las sociedades industriales, que llevan a la homogeneización y estandarización de la producción artística lo que permite su manipulación en función del aumento de ventas, costos y ganancias. La lógica industrial impone sus criterios de estandarización y masificación.

La civilización actual confiere a todo un aire de similitud (Horckheimer y Adorno, 1988), ya que la cultura funciona como un sistema en el cual cada sector está armonizado en sí mismo y

con los demás. El cine y la radio ya no necesitan ser un lenguaje expresivo, son un negocio legitimado desde el discurso de los propios productores de los mismos.

Este sistema lleva a todos los productos culturales, incluso al arte, a la esfera del consumo. “Cuanto más total ha llegado a ser, cuanto más despiadadamente ha obligado a todo outsider a quebrar o a entrar en la corporación, tanto más fina se ha vuelto, hasta terminar en una síntesis de Beethoven con el Casino de París”, dicen Adorno y Hockheimer refiriéndose a la industria cultural (1988:9).

El aceitado sistema que mueve a la industria cultural tiene entre sus funciones la construcción del público, que más que espectador se convierte en un consumidor que es clasificado y organizado para que ningún grupo o sector pueda escapar al consumo de los productos culturales. Esta minuciosidad en el estudio del público crea una experticia que permite el control del lenguaje y de la forma.

Los productos culturales tienen la característica de poder ser consumidos rápida, fácil y casi automáticamente, para seguir alimentando la industria del arte y el entretenimiento (Hockheimer y Adorno, 1988). Con respecto a los efectos que este sistema provoca en el público y en la subjetividad de las personas, los autores sostienen que la rapidez de intuición y de observación que se exige al consumidor, sobre todo en el cine, provocan la falta de imaginación y de espontaneidad.

Acompañando los análisis sobre la industria cultural, y en consonancia con el marco conceptual de la Teoría Crítica, Benjamín en su texto “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (1936), trabaja sobre los cambios que trajo la posibilidad de generar expresiones culturales y artísticas pensadas para ser reproducidas (cine y fotografía). La obra de arte se reprodujo siempre, como forma de difusión, como ejercicio de aprendizaje o como falsificación, pero lo novedoso de la reproducción en la sociedad industrial es la creación de productos culturales pensados para ser reproducidos técnicamente, y por lo tanto hacer masiva su difusión.

El sentido de la obra de arte atraviesa un proceso a lo largo de la historia asociado por Benjamin con un valor cultural en el sentido de culto. La obra de arte tenía en un principio un contenido mágico como demuestra la imagen de las Cuevas de Altamira (Ilustración 3) en la cual los venados y las armas representan la escena de caza como simulacro, deseo y anticipación de lo que debería suceder en la realidad. Al sentido mágico del arte sucedió el sentido religioso, las

imágenes se convierten en figuras de adoración y de difusión religiosa, lo cual dio como resultado una gran producción de hermosas obras de arte a través de siglos hasta la llegada del Renacimiento. El Cristo Pantocrator de Cimabue del ábside de la Catedral de Pisa (Ilustración 4) es uno de los exponentes del arte religioso de la Edad Media que cumple los propósitos de difusión religiosa de la época. Más tarde, el Renacimiento produjo una secularización de la obra de arte, que no le hizo perder su valor, sólo se lo cambió. El culto era la obra misma, su originalidad y exclusividad. Progresivamente las obras de arte fueron ampliando su capacidad exhibitiva, haciendo que su valor ya no fuese cultural sino político.



Ilustración 3. Cuevas de Altamira. Paleolítico superior.



Ilustración 4. Cimabue. Cristo Pantocrator. Catedral de Pisa.1302.

A pesar de que el crecimiento masivo de la cantidad de espectadores modificó la forma de participación, Benjamin no reniega del todo de esta participación. Por un lado la ve como un proceso democratizador y no critica la dispersión con que el público recepciona la obra de arte, al contrario de Horckheimer y Adorno (1989), que hablan de falta y atrofia de la imaginación, Benjamin cree que existe la reflexión a pesar del estado de dispersión en el cual la masa recibe los productos culturales, pero que esa reflexión está dirigida a obtener la aceptación de lo que el poder dominante pretende. Reconoce el efecto democratizador del cine y la fotografía, pero no los glorifica.

Su preocupación es que el fascismo utiliza propagandísticamente el cine, y estetiza la política y la guerra. Dice al final de su texto que la humanidad "se ha convertido en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden" (Benjamin, 1989:20).

En esa línea de pensamiento, se inscribe la obra de Umberto Boccioni, "Carga de lanceros" (Ilustración 5) que a fuerza de fascinación permite olvidar lo sangriento de la escena poniendo en primer plano el goce estético de la dinámica y atrapante composición pictórica sin permitirse un atisbo de condena a la violencia de la guerra. "Este es el esteticismo de la política que el fascismo propugna. El comunismo la contesta con la politización del arte." (Benjamin, 1989:20).

La contraposición que hace Benjamín entre la estetización de la violencia y la politización del arte son bien explicados por Grüner "... la obra no como mero espectáculo sino como algo que deja al descubierto una cantidad de enigmas en cuanto al significado, que pone en evidencia el proceso de producción de la obra y que requiere un espectador o intérprete activo al cual no se le dé todo el sentido cerrado y terminado sino que le provoque algún tipo de conflicto, inquietud o interrogante crítico." (Grüner, 2017).

Hasta aquí hice un racconto del surgimiento del concepto de industria cultural y las características más importantes que perciben en ella Hockheimer, Adorno y Benjamin. En el siguiente apartado analizaré las características de las industrias culturales en Latinoamérica.



Ilustración 5. Boccioni Umberto. Carga de Lanceros. Témpera y collage. 1915.

La industria cultural vista desde Latinoamérica

Jesús Martín-Barbero en su libro “ De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía” (1987) recorta su análisis de la industria cultural enfocándose en los medios de comunicación, y considera que los mismos no representan nueva forma de control y de masificación, sino que esos procesos se producen antes de su aparición y fueron llevados a cabo por la escuela, la iglesia, la literatura de cordel, el melodrama y la masividad de la organización de la industria cultural y del espacio urbano. Ya a mediados del siglo XIX el estado de sospecha sobre los sectores populares, debido a los efectos de la industrialización, provocan el rechazo de la aristocracia y la burguesía hacia su cultura y forma de vida. A finales del mismo siglo el pensamiento conservador más que entender el fenómeno intentará controlarlo. “Los acontecimientos que se "precipitan" en el primer tercio del siglo XX van a conducir el pensamiento sobre la sociedad masa al paroxismo. La Primera Guerra Mundial, la Revolución Soviética, el surgimiento y avance del fascismo, todo viene a corroborar en la derecha liberal o

conservadora su sensación de desastre definitivo y a exacerbar el pesimismo cultural.” (Barbero, 1987: 39)

Con este argumento trata de desarmar la idea de que los medios de comunicación masiva fueron los que llevaron a cabo la masificación de la sociedad y refuta los argumentos marxistas y frankfurtianos sobre la cuestión.

En su sistema de conceptos adquiere gran importancia la forma de apropiación de la industria cultural por parte de los sectores populares. Por lo tanto no cree que el proceso de apropiación se juegue sólo entre dominados y dominantes sin tomar en cuenta los conflictos, las contradicciones y las luchas,

Barbero pone el foco en las formas de apropiación y usos que hace el receptor de los medios, dándole más relevancia en su texto a las *mediaciones* que a *los medios*, logrando reformular el análisis sobre el proceso comunicacional. La revisión del proceso comunicacional es la consecuencia de la crisis mundial de los ochenta que provocó una profundización de la contradicción entre las identidades nacionales y la transnacionalización económica. A esto se suma la crisis de identidad de los partidos políticos tradicionales de la región y la incapacidad de la izquierda de integrar la cultura popular. Queda así en manos de los medios la tarea de impulsar nuevas identidades sociales, que más tendrán que ver con el nuevo modelo económico que con una reformulación del sistema y las identidades políticas.

El proceso se complejiza con la aparición simultánea de las nuevas tecnologías de la comunicación. Es en este punto donde el paradigma de análisis de los medios, según Barbero (1987), se va desplazando en América Latina. El paradigma tradicional piensa la actividad desde el lado de los medios y la pasividad desde los espectadores o receptores, la pluralidad estaría en los medios y la cultura sería lo único y común. Barbero explica que en el caso de América Latina el proceso se invierte, la homogeneización del público y los contenidos proviene desde la tecnología y desde la pluralidad cultural de las sociedades latinoamericanas se desenmascara este proceso mediante la apropiación y uso diferentes que las diversas culturas hacen de lo construido por los medios. De ahí la importancia de las mediaciones en el análisis de los procesos comunicacionales en Latinoamérica y su importancia en la construcción de identidades.

Este desplazamiento del paradigma traslada el debate desde los medios hacia las mediaciones o sea a las múltiples matrices culturales, a las distintas temporalidades y a la articulación entre prácticas de comunicación y movimientos sociales. Las sociedades

latinoamericanas, “sociedades encrucijada” como él las denomina, son sociedades a “medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva” (Barbero, 1987: 203).

El desplazamiento del paradigma, afirma el autor, es provocado por los hechos y los procesos sociales de América Latina. Muestra de ello es la asidua aparición dentro de los debates de los conceptos de transnacionalización, democracia, cultura y movimiento popular. El primero de ellos no es una sofisticación del viejo imperialismo sino una nueva fase del capitalismo que no implica luchar geográfica y territorialmente contra un modelo económico sino luchar por una identidad en un sistema global difuso. El campo donde se plantea con más intensidad esa transnacionalización es en el ámbito de las tecnologías de la comunicación, y ahí es donde el tema nacional se hace evidente.

La pauperización de la región en los ochenta genera nuevos conflictos que generan crisis de la cultura política y nuevos sentidos a las políticas culturales. Todo esto da como resultado nuevas concepciones del sujeto político y de las formas de entender el sistema político. Además se abre camino un nuevo proyecto que jerarquiza las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil. La política aparecería ligada a la industria cultural, especialmente en los medios de comunicación, a través de las particulares apropiaciones y usos que las diversas culturas construyen dando origen a nuevas identidades y sujetos políticos.

A la hora de analizar los consumos en las industrias culturales y en especial en los medios de comunicación el autor propone no adoptar una concepción reproductivista ni culturalista que impida ver los diferentes modos de apropiación y los diferentes usos sociales de la comunicación. El espacio del consumo puede ser también un espacio de producción de sentidos.

Hasta aquí explicitamos los conceptos fundamentales de la visión de Martín-Barbero sobre los medios de comunicación y su relación en la configuración de nuevas identidades políticas. Los conceptos del autor se enlazan absolutamente con las transformaciones que ocurren en las sociedades contemporáneas, las cuales examinaremos en el próximo apartado como parte del análisis de uno de los conceptos que forman parte de la pregunta de investigación.

Transformaciones en la sociedad contemporánea

Es preciso ahora revisar distintos enfoques acerca de las características de las sociedades contemporáneas, post industriales, post modernas o sobremodernas. Los distintos nombres en general se corresponden con diversas visiones acerca de las peculiaridades de las sociedades en

este capitalismo tardío. Revisaremos los puntos de vista de Touraine (1969) el cual desde una perspectiva sociológica analiza los cambios producidos en las clases sociales, el de Harvey (2012) que pone el acento en los modos de producción y finalmente el análisis de Lyotard (1987) que investiga las características del saber, su construcción y función dentro de las sociedades postmodernas.

Alain Touraine (1969) en el inicio de su texto “La sociedad post industrial” analiza el concepto de clase social diciendo que está totalmente ligado a la sociedad industrial y pensado en ese contexto, y afirma que por eso es necesario reelaborarlo a la luz de sociedades muy distintas a las sociedades industriales del siglo XIX.

Expone que las categorías de análisis heredadas han perdido su poder explicativo. Touraine analiza nuevos actores de las “sociedades programadas” (Touraine, 1969) separándose de los conceptos tradicionales de clase para poder comprender como se conforman estas nuevas sociedades. En principio hay que entender que la división tradicional de clases define a los actores por su función económica y a la sociedad como un todo. Estos actores además están ligados por legados culturales que proviene de las sociedades pre-industriales anteriores. Evidencia de esto es que la clase social de los empresarios no se denominó clase empresaria, sino clase burguesa, rescatando simbólicamente esa riqueza adquirida en la etapa pre industrial y que se transmitió a la sociedad industrial. Esta característica de la sociedad industrial tenía que ver con el pasado.

Por otra parte discute el relato de la profunda crisis social y la miseria de los comienzos del industrialismo ya que económicamente no se produjo una reducción del nivel de vida popular. Pero sociológicamente esa visión es certera ya que el desarraigo cultural y las presiones del autoritarismo patronal no encontraron herramientas políticas para ser resistidas y provocaron una crisis social. Las transformaciones económicas no fueron acompañadas de ningún tipo de control social y político. En este caso las tensiones presentes en el proceso de acumulación tenían que ver con el presente.

Hay un tercer elemento de análisis que tiene que ver con el porvenir y se relaciona con la concepción del sistema como un modelo de sociedad y un proyecto a futuro.

Estos tres elementos se solapan y dan nacimiento a la imagen histórica de la sociedad de clases. En las sociedades post modernas los géneros de vida son sustituidos por niveles de vida. Desaparecen así los fundamentos culturales de las clases sociales, fenómeno debido al desarrollo

urbano más que a la transformación del trabajo. Quizás este proceso se hace más evidente con la decadencia de los géneros de vida campesinos y el acortamiento de las distancias entre culturas rurales y urbanas o en que la pauperización no está relacionada con una clase social en particular sino con categorías sociales, como los ancianos o los enfermos mentales. La burguesía a su vez se define cada vez menos por su legado cultural y los símbolos de pertenencia de clase son cada vez menos claros.

Otro elemento que cambia es la importancia de la noción de clase que se va reemplazando por el concepto de relación de clase. Las reivindicaciones y luchas no ponen en cuestión los fundamentos del poder político y económico de las empresas y de la sociedad. Este proceso permite sostener oposiciones y conflictos sin que se enmarquen en la lucha de clases. Esto no significa, según el autor que no haya un poder en este tipo de sociedades sino que por el contrario, en la sociedad francesa el poder está más concentrado que nunca y que éste dirige el empleo de una parte cada vez más grande del producto nacional. Touraine (1969) también incorpora a su análisis a los grupos de intereses que se ubican a nivel de las organizaciones y a los grupos de presión que se colocan al nivel de la organización técnica de la producción. Esto da como resultado un sistema político mucho más complejo, en el que participan grupos de presión y coaliciones que no responden a la configuración de clase de las tradicionales sociedades industriales.

Abordando un enfoque distinto de análisis Harvey (2012) en su libro “La condición de la postmodernidad” aborda el proceso de transición del modelo fordista al de acumulación flexible, o sea del modelo industrial al postindustrial.

El estudio del tema ha planteado, según el autor serias dificultades de análisis a diferentes tipos de teorías, ya sean estas keynesianas, monetaristas o marxistas. El único punto de acuerdo de todas las teorías es que ha habido un cambio significativo en el funcionamiento del capitalismo a partir de los años setenta. En su texto Harvey (2012) contrasta tres teorías sobre la transición del capitalismo industrial al postindustrial, según la visión de Halal, Lash y Urry y Swyngedown (citados por Harvey, 2012).

Halal cree en la innovación empresarial como fuerza impulsora del capitalismo y ve al fordismo y al keynesianismo como momentos de retroceso en el desarrollo del mismo.

Algunas características contrapuestas de los dos modelos que propone Halal, el capitalismo antiguo (paradigma industrial) y el capitalismo nuevo (paradigma post industrial) son:

	CAPITALISMO ANTIGUO (paradigma industrial)	CAPITALISMO NUEVO (paradigma postindustrial)
Frontera del progreso	Crecimiento intenso	Crecimiento suave
Organización	Estructura mecanicista	Redes de mercado
Adopción de decisiones	Mando autoritario	Liderazgo participativo
Valores institucionales	Objetivos financieros	Objetivos múltiples
Tendencias de gestión	Gestión operacional	Gestión estratégica
Sistema macroeconómico	Grannegocio centrado en las ganancias	Empresa libre democrática
Sistema mundial	Capitalismo versus socialismo	Híbridos de capitalismo y de socialismo

Fuente: Harvey, David. La condición de la postmodernidad.

En cambio Lash y Urry ven como una de las causas de esta transición el colapso de las condiciones materiales para una política poderosa de la clase obrera y tratan de analizar las causas políticas del mismo caracterizándolo como un proceso de desintegración más que de coherencia. Los dos modelos que propone y confronta se llaman capitalismo organizado y desorganizado. Algunas de las contraposiciones son:

CAPITALISMO ORGANIZADO	CAPITALISMO DESORGANIZADO
Incorporación de intereses de clase en una agenda nacional establecida por compromisos negociados y regulación burocrática	Neta declinación de la política y las instituciones basadas en las clases sociales
Expansión de imperios económicos y control de la producción y los mercados de ultramar	Industrialización del Tercer Mundo y desindustrialización competitiva de países centrales que se especializan

	en servicios
Hegemonía de una racionalidad científico técnica	Fragmentación cultural y pluralismo asociados a un menoscabo de las identidades tradicionales de clase o nacionales
Concentración y centralización del capital industrial, bancario y comercial en mercados nacionales regulados	Un poder de las corporaciones en rápido crecimiento, desconcentración de los mercados nacionales. Internacionalización creciente del capital.

Fuente: Harvey, David. La condición de la posmodernidad

El tercer enfoque sostenido por Swingedouw se centra en los cambios en el modo de producción y en la organización industrial, adoptando la escuela de la regulación dentro de la corriente de la economía política marxista. Swingedouw habla de producción fordista y producción justo-a-tiempo (just a time). Al igual que los otros autores contrasta los dos modelos y los divide en áreas o ítems. A continuación se ejemplifica cada área.

	PRODUCCIÓN FORDISTA	PRODUCCIÓN JUSTO A TIEMPO
El proceso de producción:	Producción en masa de bienes homogéneos	Producción de pequeñas series.
El trabajo:	Una sola tarea por obrero	Tareas múltiples
El espacio:	División espacial del trabajo	Integración espacial.

El Estado:	Socialización del bienestar (Estado de bienestar)	Privatización de las necesidades colectivas y la seguridad social.
La ideología:	Consumo en masa de bienes durables: la sociedad de consumo	Consumo individualizado: cultura “yuppie”.

Fuente: Harvey, David. La condición de la posmodernidad

Harvey ve más acertado el enfoque de Swingedouw, que considera que la acumulación flexible es una recombinación de las dos estrategias que surgen de la teoría marxiana para generar ganancias: la de la plusvalía absoluta y de la plusvalía relativa.

La primera se refleja en la prolongación de las horas de trabajo, junto con la erosión del salario real, que generalmente ocurre por el desplazamiento de los grandes capitales a regiones de bajos salarios. Esta es una de las facetas de la acumulación flexible.

La segunda se observa en una renovación tecnológica que genera más ganancias a las empresas y que por otro crea fuerzas de trabajo altamente calificadas para entender y manejar las nuevas y flexibles pautas tecnológicas, con un grado de poder mayor en la medida en que el capitalismo depende más del trabajo intelectual para lograr la acumulación de capital.

Lo paradójico de la situación es que aparentemente dentro del sistema de acumulación flexible pueden convivir sistemas de trabajo rivales de los cuales los empresarios pueden hacer una selección. Esta recombinación de las plusvalías absoluta y relativa en la acumulación flexible, se convierte en un rasgo importante de las sociedades postindustriales que servirá para el análisis de las formas de consumo en las sociedades contemporáneas que abordan los dos autores que se analizan en la investigación. También resultarán relevantes varios rasgos de las sociedades postindustriales de los tres enfoques mencionados anteriormente. Los sistemas híbridos del capitalismo y socialismo, la fragmentación cultural y el pluralismo asociados al menoscabo de las identidades tradicionales de clase o nacionales, la internacionalización creciente del capital y la

producción de pequeñas series serían algunos de ellos. Estas características aparecen en los análisis de García Canclini y Gruner, de ahí la pertinencia de la mención de las mismas.

En un registro diferente Lyotard (1987) en su libro “La condición post moderna” analiza las condiciones del saber en las sociedades más desarrolladas. Comienza argumentando que en la etapa moderna la ciencia apeló a meta relatos para legitimarse y qué por el contrario en la sociedad y la cultura contemporáneas, la cuestión de la legitimación del saber se plantea en otros términos. Para ello observa dos aspectos del saber, la investigación y la trasmisión.

Existen dos visiones causales de la pérdida de credibilidad en los grandes relatos, según Lyotard, una sostiene que el gran avance técnico y tecnológico después de la Segunda Guerra mundial es el origen de la pérdida de la credibilidad, mientras que otra sostiene el motivo de la misma es el redespliegue del capitalismo luego de los años sesenta, ya sin la amenaza de la alternativa comunista que promueve un individualismo exacerbado.

En la actualidad la legitimación del saber se busca en la performatividad, o sea en una relación de productividad o mejor dicho de aplicabilidad del saber científico. No se persigue la verdad, no se busca esa iluminación que nos saque de la oscuridad como nos propone la imagen de la pintura “La espera” de José Marchi (Ilustración 6), por el contrario el propósito perseguido es aumentar el poder basado en la productividad del saber. La aplicabilidad se convierte en la fuente de legitimación del saber, la performatividad se rodea de los argumentos éticos, jurídicos y políticos necesarios para sostener la legitimidad basada en los resultados de los procesos científicos. Las investigaciones que no pueden legitimarse a través de la performatividad no reciben fondos ni la estructura necesaria para poder seguir con su labor científica. En estas operaciones se juega la acumulación de poder en el sistema.

En cuanto al segundo aspecto del saber que es el de la trasmisión, el autor dice que se manejan los mismos parámetros que para la investigación científica. Las competencias necesarias de los alumnos son de dos tipos, la primera es la preparación para ingresar en la competición mundial, se los prepara en las orientaciones y capacidades que le interesan al mercado mundial.



Ilustración 6. Marchi, Jose. La espera.1997.

La segunda competencia tiene que ver con las exigencias del sistema social para mantener su propia coherencia interna. La transmisión de saberes ya no tiene una función emancipadora sino la finalidad de proporcionar la cantidad y calidad de “jugadores” que el sistema necesite.

En cuanto al campo de la investigación Lyotard (1987) dice que en la modernidad la legitimación del saber se apoyaba en meta relatos en cambio en la postmodernidad la legitimación se da por parología entendida como “una jugada” hecha en el terreno. Estas jugadas imprevistas o nuevos enunciados dentro de la pragmática de los saberes forman parte de la performatividad que el sistema exige.

Los análisis de los tres autores nos permiten entender los cambios producidos en la configuración social, en las formas de producción material y de producción del conocimiento en las sociedades postindustriales. Estos aspectos resultan de mucha importancia para entender las características y el rol de las industrias culturales contemporáneas porque explican los cambios económicos y culturales que afectan la forma de trabajo y de producción de conocimientos e información. Estos cambios a su vez inciden en la naturaleza, conformación y funcionamiento de las industrias culturales, exacerbando en algunos casos los conceptos premonitorios de la Escuela de Frankfurt acerca de la masividad de la producción cultural y a su vez introduciendo novedosas características como la instrumentalidad del saber y la segmentación del mercado que busca

públicos diferenciados para colocar sus sofisticados productos. Se suma a estas novedades el redespliegue del capitalismo fruto de la caída del comunismo que también incide en la importancia del mercado y el consumo en una sociedad globalizada.

Una vez más el arte escenifica las características analizadas en este texto. En este caso el grupo Escombros (2001) nos muestra como el individualismo exacerbado resultado del redespliegue del capitalismo (Lyotard, 1987) puede hacernos creer que somos los héroes o los acróbatas que atraviesan el precipicio de la realización individual gracias a su inteligencia y astucia, pero también nos devela la soledad y la intemperie de un camino que nos puede arrojar al vacío donde no nos espera nadie, sólo las puntas afiladas de una sociedad de mercado que destruye lo que no se adapta al sistema (Ilustración 7).

Como conclusión de este apartado podemos decir que los autores analizados no toman en cuenta el papel específico de la industria cultural y de las imágenes en la conformación de las sociedades post industriales, ni tampoco sus efectos sobre la política



Ilustración 7. "El equilibrista". Grupo Escombros. 2001.

Transformaciones de la política

Analizo ahora el concepto de política que también forma parte de la pregunta de investigación y para ello examino los textos de Norberto Bobbio (1993) y Georges Balandier (1994).

Bobbio, en su Diccionario de la Política (1993), hace un recorrido del surgimiento y las transformaciones que el concepto de política ha sufrido a lo largo de la historia del pensamiento occidental. El término política que deriva de la palabra griega *politikós* significa todo lo que tiene que ver con la ciudad, con lo civil y público y con lo social y refiere al estudio de las cosas que tienen que ver con el Estado. El primero que utilizó la palabra política fue Aristóteles en su obra homónima.

En la edad moderna este término cambia su significado original y va siendo sustituido por ciencia del estado, ciencia o filosofía política y aparece estrechamente ligado al de poder, entendiendo éste cómo el conjunto de medios que permiten obtener los efectos deseados (Bobbio, 1993:1215).

Si el pensamiento clásico entendía la política como todo lo que afecta la vida de la polis, sosteniendo la coincidencia de las esferas política y social, la concepción acerca del monopolio de la fuerza, también llamada visión posclásica, desarrolla un enfoque reductivo de la política separándola de lo social. Esta separación se debe a dos fenómenos o procesos. El primero es el cristianismo que sustrajo la vida religiosa al dominio de la esfera política contraponiendo el poder espiritual al poder temporal, el segundo es la economía mercantil burguesa que separa la esfera económica de la política contraponiendo la sociedad civil y la sociedad política y separando la esfera privada de la pública. Mientras la filosofía política clásica estudiaba la estructura de la polis y sus variadas formas, el pensamiento posclásico está abocado a delimitar el campo de lo político.

En conclusión, citando a Bobbio podemos decir que “el tema fundamental de la filosofía política moderna es el tema de los confines, ya sean más atrasados o más adelantados según los distintos autores y las variadas escuelas” (Bobbio: 1222).

Dejando atrás los tiempos modernos y situándonos en las sociedades post modernas o post industriales Balandier (1994) habla de las transformaciones de la política con motivo de la multiplicación y difusión de los medios de comunicación de masas.

El autor va desplegando conceptos que sustentan la idea de que lo mediático suplantó a lo político en las sociedades sobremodernas, término que usa Balandier para llamar a las sociedades

contemporáneas. Habla en el texto de la dramatización de la política, de la sociedad de consumo, de la comunicación dominante, de la imagen y de la construcción de la opinión pública.

La radio, la televisión y la tirada de los diarios hacen posible una dramatización de los candidatos, los parlamentos y las campañas que no sería posible sin su existencia. Estos medios montan espectáculos de gran carga dramática como los debates, la televisación de las actividades parlamentarias, los sondeos permanentes en las elecciones y los adelantos de resultados en tiempo real que logran picos altos de dramatismo, para luego decaer para dar entrada al próximo acontecimiento.



Ilustración 8. Costantino, Nicola. Sin título. 2015.

Esos acontecimientos dramáticos resultan tan atrapantes que provocan la imposibilidad de poder despegarse de ellos, como sugiere la obra de Nicola Constantino en la cual los ojos de la mujer parecen no poder cerrarse nunca ante los estímulos visuales que observa más allá de su voluntad (Ilustración 8).

Acompaña este proceso el surgimiento de la sociedad de consumo que hace de la vida cotidiana un escenario donde todo parece ser consumible y accesible: cosas, servicios, símbolos, tiempo y hasta la vida. Así la identidad de consumidor se sobrepone a la del ciudadano produciendo una despolitización progresiva y al mismo tiempo una politización de lo cotidiano.

Refiriéndose a la comunicación, el autor dice que al mismo tiempo que los imperios políticos se desarman, la comunicación es una realización imperial verdaderamente universal. A pesar de que

la comunicación es inherente a todas las sociedades y genera relaciones, sentido y orden, en las sociedades postindustriales no está subordinada sino que domina y lo puede hacer porque la técnica adquirió una capacidad inédita. Comunicación y técnica confluyen y se refuerzan mutuamente. En un mundo donde la religión y las ideologías se borran y se pierden las grandes narraciones que proveían sentido a la vida, la política también pierde parte de su contenido. Los espacios dejados por este repliegue son ocupados por la comunicación. Así el poder depende de su capacidad comunicativa para legitimarse.

Balandier sigue diciendo que los grandes dispositivos comunicacionales dan un lugar preeminente a la imagen, convirtiéndola en una de las maneras primordiales de construcción de la realidad. La posibilidad de manipulación y el poderío que le otorga el gran alcance mediático hacen que las imágenes sean cada vez más políticas. A su vez lo político depende cada vez más de la imagen, del arte de aparentar y de la capacidad de comunicar, generándose un proceso de absoluta dependencia de lo político con lo mediático.

En los regímenes democráticos la opinión pública es uno de los espacios de intercambio con la política, en ella circulan discursos e ideas que la van conformando. En las sociedades postindustriales, según Balandier la opinión pública está cada vez menos libremente conformada, es en gran medida producto de las luchas de intereses que la hacen cautiva de los agentes y dispositivos que la analizan. Los dispositivos son una "una coalición entre sondeadores, politólogos, asesores de comunicación y marketing, periodistas y demás, que hacen uso de sus tecnologías para dar vida a una opinión pública que ellos mismos han creado". (Balandier, 1994:156).

Los dos autores nos permiten pensar acerca del concepto de política y empezar a indagar qué sucede con ella a través del desarrollo histórico para poder comprender su transformación en las sociedades actuales, o "sobremodernas" como las llama Balandier (1994).

LA INDUSTRIA CULTURAL Y LA POLITICA EN GARCÍA CANCLINI Y GRÜNER,

El capitalismo sobrevive obligando a la mayoría- a la que explota- a definir sus propios intereses con la mayor mezquindad posible. En otro tiempo lo logró mediante privaciones generalizadas. Hoy lo está logrando en los países desarrollados mediante la imposición de un falso criterio sobre lo que es y no es deseable (Berger, 2007: 169).

En este capítulo desarrollaré los conceptos fundamentales para el desenvolvimiento de la investigación. Analizaré los conceptos de industria cultural y política en contextos de sociedades postindustriales en los enfoques de García Canclini y Grüner, autores que darán cuerpo al desarrollo de la tesina.

García Canclini profundiza su análisis en contextos urbanos y le da importancia a la globalización como proceso característico de las últimas décadas. Aunque ambos le dan un rol central dentro de su análisis a los medios de comunicación, para Grüner el rol del arte tiene un papel fundamental en el estudio de las industrias culturales.

Grüner piensa que la salida del capitalismo es una salida colectiva, pero no tiene ni quiere tener recetas de cómo lograrlo, el camino es una construcción colectiva y la posibilidad de que aparezca *lo político* en escena.

García Canclini por su parte suma a su análisis de la industria cultural, el consumo y la ciudadanía un aspecto prescriptivo proponiendo políticas culturales que den la posibilidad de que el consumo se convierta en un espacio de reflexión.

Néstor García Canclini

Néstor García Canclini (La Plata, Argentina. 1939) es escritor, profesor, antropólogo y crítico cultural argentino, residente en México desde 1976. Los principales temas que trata García Canclini son la modernidad, la postmodernidad, la globalización y la cultura latinoamericana.

El autor, en su libro “Consumidores y ciudadanos” (1995) trata de entender los cambios en los modos de consumir y cómo estos influyen en la aparición de nuevas formas de ciudadanía. La ciudadanía siempre estuvo relacionada con la capacidad de apropiarse de bienes (materiales, simbólicos, culturales) y las diferencias se clausuraban con la igualdad de los derechos abstractos que se concretaban en el voto. En las últimas décadas el escenario de la participación política cambia cuando los sindicatos y partidos políticos pierden fuerza y aparecen otras formas de participación, en el cual las demandas y reclamos se producen por canales de consumo de bienes privados y medios de comunicación antes que por las reglas abstractas de la democracia.

El desplazamiento de los escenarios donde se ejerce la ciudadanía, la reestructuración del peso de lo local, lo nacional y lo global forzosamente dan lugar a otra forma de cultura política y a otras políticas culturales. Se produce un cambio desde las identidades modernas a las postmodernas.

Las primeras eran territoriales, monolingüísticas en su mayoría y fijadas en un territorio muchas veces delimitado arbitrariamente. En cambio las identidades postmodernas son transterritoriales y plurilingüísticas, se estructuran menos desde los Estados que desde los mercados. El autor piensa que la ciudadanía actual se conforma más en función de la ciudad que de la nación y en las ciudades confluyen múltiples tradiciones nacionales que se reorganizan a través del flujo transnacional de bienes y mensajes. Se pierden así los fuertes lazos jurídico-políticos que vinculaban la identidad a lo territorial. Esto significa dejar de lado las visiones sustancialistas de la ciudadanía de las concepciones clásicas y entender que no sólo tiene que ver con los derechos reconocidos por los aparatos estatales, sino también con las prácticas sociales y culturales.

Cuando la política se traslada a los medios y la confrontación doctrinaria o ideológica cede su espacio a la confrontación de imágenes y a la influencia de las encuestas "...es coherente que nos sintamos convocados como consumidores aún cuando se nos interpele como ciudadanos" (García Canclini, 1995:13). Así las identidades se configuran por lo que se puede poseer o de lo que se es capaz de apropiarse, en definitiva por el consumo. Este aumento del consumo y la multiplicación exponencial de las opciones adquiere dimensiones infinitas y abrumadoras, que convierten al mundo en un universo caótico que se patentiza en la magnífica obra de Hong Hao (Ilustración 9).

En este proceso aparecen otros factores clave que tienen que ver con el debilitamiento de las fronteras nacionales en cuanto al universo posible de consumos y por lo tanto la pérdida de significado de la oposición propio/ajeno que sustentaba la racionalidad económica hasta la época del desarrollismo. Es nacional un auto montado en España, con vidrios hechos en Canadá, carburador italiano y batería inglesa? Se pregunta el autor. "La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar" (García Canclini, 1995:16) define García Canclini.



Ilustración 9. Hong Hao. Compatibilité 07 B.2008

Otro de los procesos que conforman este cambio de ciudadanía tiene que ver con las crisis de modelos políticos, ya sean socialistas, liberales o populistas, con el agotamiento de las formas de representación y la absorción de la esfera pública por los medios masivos de comunicación. Estas crisis traen como consecuencia la dificultad de hablar en nombre de lo popular, del pueblo como un todo. La multiplicidad de partidos y movimientos hacen difícil pensar el pueblo en los términos en los cuales se venía haciéndolo y además se cuestiona el sistema de representación. Ahora se habla de sociedad civil en lugar de pueblo.

La política sigue un derrotero parecido privilegiando por sobre los relatos emancipadores (que se anclaban en un proceso histórico con proyección de futuro), las decisiones de corto plazo que se pueden consumir rápidamente y el olvido de los errores del libre comercio, que lleva a repetir la caída en el endeudamiento y la crisis de la balanza de pagos.

El mercado se mostró más eficiente que la política al momento de ordenar la sociedad. De esta manera la desacreditó, y también la absorbió, sometiéndola a las reglas del comercio, la publicidad, el espectáculo y la corrupción. De ahí la necesidad de estudiar el consumo y su influencia en la construcción de ciudadanía. García Canclini habla de tres enfoques sobre el consumo. Algunos autores de tradición marxista pensaban la comunicación y el consumo como un proceso vertical de dominación exagerando la capacidad de influencia de las empresas sobre las audiencias. Otras corrientes agregan a estos procesos las figuras de mediadores como la familia, el barrio y el grupo de trabajo pensando en consecuencia que la comunicación sólo es eficaz si hay colaboración y transacción entre unos y otros. Una tercera línea de trabajos piensa el consumo como un factor de diferenciación, estatus y valor simbólico. El objetivo del consumo no es la satisfacción de necesidades sino la distinción que aporta la escasez de los mismos y la imposibilidad de los otros para conseguirlos.

El autor va desplegando un enfoque multidisciplinario para estudiar el consumo. En las sociedades de las últimas décadas el consumo se convierte en una forma de pensar el propio cuerpo, la inestabilidad del orden social y las frágiles interacciones con los demás. Consumir es hacer más inteligible un mundo poco sólido (Canclini, 1995).

Este mundo poco sólido está atravesado por las fracturas, la heterogeneidad, la fragmentación y por las numerosas informaciones transnacionales. En ese escenario los códigos compartidos tienen cada vez menos que ver con la clase, la etnia o la nación, cada vez se sostienen menos en los grandes relatos históricos o en los límites territoriales. Estos códigos compartidos se sustituyen con la conformación de grandes comunidades internacionales de consumidores, teniendo los sectores hegemónicos de cada nación más afinidad entre sí que con otros sectores subalternos de la propia sociedad.

Concebir al mercado como un espacio de interacciones culturales muy complejas (en lugar de un simple lugar de intercambio de mercancías) lleva a pensar al consumidor con status de ciudadano si tomamos en cuenta el valor simbólico y semiótico que los objetos adquieren para las personas. Se convierten en parte de su identidad y forma de ser.

Las monoidentidades que acompañaron a las sociedades industriales y que se referenciaban con la identificación con el acervo nacional y el patrimonio histórico acumulados en un territorio, estallan en la segunda mitad del siglo XX, sobre todo en las grandes ciudades. Los grupos sociales, sobre todo los hegemónicos se identifican más con grandes círculos internacionales de

consumidores que con los demás grupos sociales con los cuales comparten el territorio. La radio, el cine y más tarde la televisión, durante los años 40 y 50 contribuyeron a este proceso, pero es durante las últimas décadas cuando las industrias culturales se volvieron protagonistas de los imaginarios sociales. Las industrias culturales, con el rol central que ocupan en el mundo cultural y económico, son activas impulsadoras de ese proceso. Otro dato importante que brinda García Canclini es que además de mover grandes capitales la industria cultural tiene una estructura oligopólica, de alta concentración de capitales y de contenidos y en la cual la propiedad de los medios está en manos de capitales transnacionales.

En su intento por alcanzar grandes audiencias la industria cultural se homogeniza, dando como resultado producciones con tinte menos localista y más uniforme. El consumo massmediático en los países latinoamericanos es superior en algunos casos al de los países centrales, pero no va acompañado por una producción local de contenidos. Por lo tanto los contenidos no reflejan la diversidad cultural de la región. El autor concluye diciendo que por primera vez en la historia la mayoría de los mensajes y bienes culturales que se reciben y circulan no están originados en los propios territorios, en definitiva no hay una correspondencia territorial entre su origen y su consumo.

Eduardo Grüner

Sociólogo, ensayista y crítico cultural (Buenos Aires, Argentina. 1946). Doctor en Ciencias Sociales de la UBA. Su campo de estudio son la Sociología y Antropología del Arte y la Teoría Política.

Eduardo Grüner, al inicio de la primera parte de su libro “El sitio de la mirada” (2001) propone una afirmación acerca del sentido histórico del arte.

La imagen pictórica, ligada desde siempre a un sentido comunitario sostenido por alguna religión, ha sido un aparato visual de constitución de subjetividad colectiva y por lo tanto de transmisión ideológica. Lo cual, sigue diciendo el autor, no significa que el arte haya estado al servicio del poder pero sí que el poder ha necesitado del arte para producir esa memoria de la especie.

Hasta la Modernidad la fijación de la memoria colectiva se producía a través de la imagen y ésta tenía como garante de la verdad a Dios. Recién en la Modernidad empieza a competir la palabra en el proceso de fijación de la memoria colectiva. En ese momento el sentido religioso que

garantizaba la Verdad de la Imagen (la religión) declina su función, dejando un lugar vacío que es ocupado por la Religión de la Mercancía que hacia el final del siglo XX clausura todo el espacio de la Mirada. El arte del siglo XX, era un campo de combate donde se libraban batallas por las presentaciones del mundo y del sujeto. Estas batallas tienen un sentido político, en el alcance más amplio y profundo del término que significa un cuestionamiento del vínculo del sujeto con la *polis*, es decir con su cultura y su lengua. Grüner explica que en las sociedades postmodernas si todavía existe lo que en algún tiempo se llamaba la lucha ideológica, ésta se da más en el campo de las *representaciones* más que en la de los *conceptos* y que en todo esto tienen mucho que ver los medios de comunicación de masas, que forman parte de lo que Adorno y Horckheimer etiquetaron como industria cultural.

La industria cultural produce representaciones que son consumidas masivamente y a pesar de que se supone están regidas por leyes democráticas, sólo unos pocos producen los contenidos, son *representantes* que precisamente generan *representaciones*. Estas representaciones a su vez son los insumos con los cuales se conforman las subjetividades colectivas. De ahí se desprende la enorme importancia política de las industrias culturales. Desde siempre el poder ha aspirado a moldear a los sujetos, y la industria cultural de la modernidad tardía le ofrece facilidades nunca antes vistas para ello.

La industria cultural massmediática piensa en la utopía de la comunicabilidad total de un mundo transparente de imágenes sin opacidad que desentrañar, que tiene su correlato en la transparencia de los mercados y de la democracia. Esta idea de la comunicabilidad total tiene dos consecuencias. La primera es que de realizarse esa total transparencia los sujetos quedarían sin la tarea de tener que interpretar el mundo y por lo tanto necesidad de transformarlo. Se crearía un mundo sin secretos, donde todo queda expuesto. Se trataría de la anulación de la subjetividad crítica. Tomando las palabras de Grüner “... se trataría de la lisa y llana eliminación del inconsciente, y por consiguiente de la liquidación de la subjetividad crítica.” (2001:38).

Una segunda consecuencia, ligada a la anterior es la disolución de los límites entre la realidad y la ficción. La afirmación es problemática ya que los conceptos de realidad y ficción no son tan evidentes y se puede relativizar su oposición. Quizás lo que es importante en este contexto es que la opacidad del mundo permite que la “realidad” pueda ser desmontada para mostrar los *intereses particulares* que aparecen bajo la máscara de lo verdadero.

Así en la ideología de la perfecta comunicabilidad donde todo es representable no hay lugar a desgarramientos, ni faltas, ni vacíos que puedan ser criticables o interrogables. Resumiendo, no hay lugar para la reflexión crítica. Según el autor Benjamin indica a la comunicación de masas como la responsable de la muerte de la narración en tanto intercambio de experiencia vital. La información instala la idea de verificabilidad, lo que se comprende en sí mismo, sin necesidad de interpretación, es decir, lo cercano, lo inmediato que no admite otro análisis crítico.

Grüner (2005) advierte sobre la dependencia que existe entre los medios masivos de comunicación y las ideas de democracia y de mercado. El mercado es un operador casi único dentro de las sociedades del capitalismo tardío, ya que se libró de la competencia por la legitimidad de otros conceptos que durante la modernidad se la disputaban: el Estado, la cultura, la lucha de clases, entre otros. La sociedad de mercado, como bien lo expresa Berger (2007) en la frase del inicio de este apartado, trabaja sobre los deseos individuales, otorgándole una falsa legitimidad. El mercado se convierte en el eje rector de sentidos en la sociedad post industrial subordinando las demás lógicas a la suya, incluso la democrática.

Eduardo Grüner en su libro “La cosa Política o el acecho de lo real” (2005) analiza el concepto de Estado y el de Política. El término Estado aparece por primera vez en dialecto toscano en la obra “El príncipe” de Maquiavelo. El Estado en la modernidad designa una institución de carácter *estático* y con una enorme autonomía respecto de la sociedad y de los individuos, conceptos modernos también y de las otras *esferas* de la vida social: la económica, la religiosa, la artística, y la cultural. A partir de la obra de Maquiavelo se habla de un estilo florentino de hacer política que alude a secretos, estrategias, astucia y conspiraciones, que se identifican con las “razones de Estado” que exigen una obediencia sin cuestionamiento a sus enigmas. El estado pensado así se convierte en una máquina de designios impenetrables.

Maquiavelo es el verdadero fundador de la teoría política moderna, y a pesar de que en ella falta el concepto de contrato que a la consolidación burguesa del Estado se le hace imprescindible, su concepto de Estado es el que rige hasta hoy. Este concepto sostiene la reivindicación del monopolio legítimo de la fuerza en un territorio delimitado, al cual se unen los conceptos de soberanía y de razón de Estado. Esta asociación de la política como práctica conspirativa, según Grüner (2005), es el síntoma de la separación entre *lo* político entendido como instancia socialmente fundacional como se la encuentra en la noción aristotélica del *zoon politikón* y la política entendida como una profesión dentro de los límites institucionales. Esta separación es el

rasgo distintivo de la modernidad política y una necesidad estructural del estado burgués. Pero esto no significa, sigue diciendo el autor que sea un invento burgués, ya Platón introduce la figura del político/filósofo profesional que hace política. La política se desarrolla en la esfera profesional y no en la de la *praxis* del *demos*.

Sólo con el advenimiento de la sociedad burguesa esta concepción adquiere el carácter de sentido común. La imposición de un cierto estilo de democracia legitima así la existencia antidemocrática de la llamada “clase política”. El modo de dominación del capitalismo consiste en la supresión de lo político por las operaciones de la política. Rancière (citado en Grüner,2005) analizando a Platón dice que ya en él aparece un modelo de “orden” en el cual lo instituyente, o sea el *demos* pasa a ser parte de los que no tienen parte. Pensando la democracia en estos términos sería el objeto imposible de la política, lo político vuelto “causa perdida” de la política (Grüner, 2005).

La política está dentro de los límites del Estado, tiene que ver con las instituciones, el sistema jurídico y el ejercicio de una profesión. El sistema instituido regula acciones, jerarquías y lugares dentro del Estado. La separación de ambos conceptos y la supresión de *lo* político (entendido como lo instituyente) a favor de las operaciones de *la* política (entendida como lo instituido) es, según Grüner un rasgo distintivo de la modernidad política. En terminología de Toni Negri (1992) “la borradura” del *poder constituyente* por el *poder constituido*.

Por otra parte, el autor siguiendo a Marx plantea un problema filosófico que tiene que ver con la cuestión de lo político frente a la política. El problema de la tensión, en la práctica, entre lo Universal y lo Particular. La inevitabilidad de una Ley universal se esconde tras la falacia ideológica de hacer pasar un problema técnico por principio universal e indiscutible.

Es un conflicto que va en dos direcciones, si el Universal no puede aplastar todas las diferencias del Particular que lo desbordan, la promoción de las diferencias tampoco eliminan la necesidad de un Universal como fondo en el cual se enmarcan todas las diferencias. Este es un callejón sin salida.

CONTRAPUNTO DE IDEAS

En este capítulo analizaré de qué manera Grüner y García Canclini piensan los conceptos de industria cultural, política, consumo, mercado, identidades, imágenes y representaciones

Metodología:

Explicaré los conceptos para el desarrollo de la tesina de acuerdo al enfoque de García Canclini y Grüner, al final de cada uno de los análisis habrá una conclusión que marcará las diferencias y/o coincidencias entre ambos. Finalmente estas comparaciones parciales darán lugar al texto final de la tesina que las articulará en función de la hipótesis que trato de demostrar y que me permitirá construir la argumentación sobre la relación ineludible entre industria cultural y política en las sociedades post industriales.

Industria Cultural

Grüner

Las industrias producen en la mayoría de los casos objetos tangibles y servicios. ¿Qué produce la industria cultural según Grüner? Produce representaciones (Grüner, 2001) de forma indiscriminada y “democrática” (ya que la legislación republicana habilita a que todos tengan la posibilidad de participar en ella, pero en realidad son muy pocos los que producen los contenidos y muchos los que los consumen) que más que satisfacer necesidades conforman subjetividades en correspondencia con esas representaciones.

Una de las aspiraciones del poder a lo largo de la historia fue la posibilidad de moldear o desde el extremo más perverso de la escala, “fabricar” sujetos. De ahí la importancia política de la industria massmediática.

Esta característica de la industria cultural se ve amplificada por la globalización de los medios y contenidos y su mayor alcance y por la intención de lograr la comunicabilidad total (Grüner, 2001), en la cual las imágenes y los sonidos no representan más que a ellos mismos.

La industria cultural re duplica la plusvalía (Grüner, 2017) al agregar el valor simbólico a ella de tal forma que el consumidor no sólo consume el producto sino que tiene un papel activo en la publicidad del objeto. Grüner (2017) da el ejemplo de la compra de un jean o remera de alguna marca valorada con el logo de la misma, en ese caso el valor del producto ya aumenta su precio por el prestigio de la marca y además el usuario se presta a convertirse inadvertidamente en publicitario de la misma.

En una entrevista acerca del concepto de cultura como campo de batalla (2007), Grüner dice que el cine, al cual se suma luego la televisión, tuvo un rol destacado en la producción de mercancías de la industria cultural, porque es el lenguaje que mejor se presta a la anuencia con el

discurso ideológico dominante ya que ambos fueron pensados en función de los criterios de repetición característicos de la producción industrial.

García Canclini

García Canclini define las industrias culturales “como el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías” (Canclini, 2011:2).

El autor explica que las industrias culturales son el sector más dinámico de la actividad cultural, el que atrae más inversores y el que tiene el público más numeroso. A pesar de que se puede hablar de una incipiente industrialización de la cultura a partir de la invención de la imprenta, con el aumento del acceso a la educación por amplias franjas de la sociedad y los avances tecnológicos (fotografías, radio, televisión, video) recién con la llegada del desarrollo electrónico y satelital se produce la articulación de la producción general de la industria y su difusión en todo el mundo.

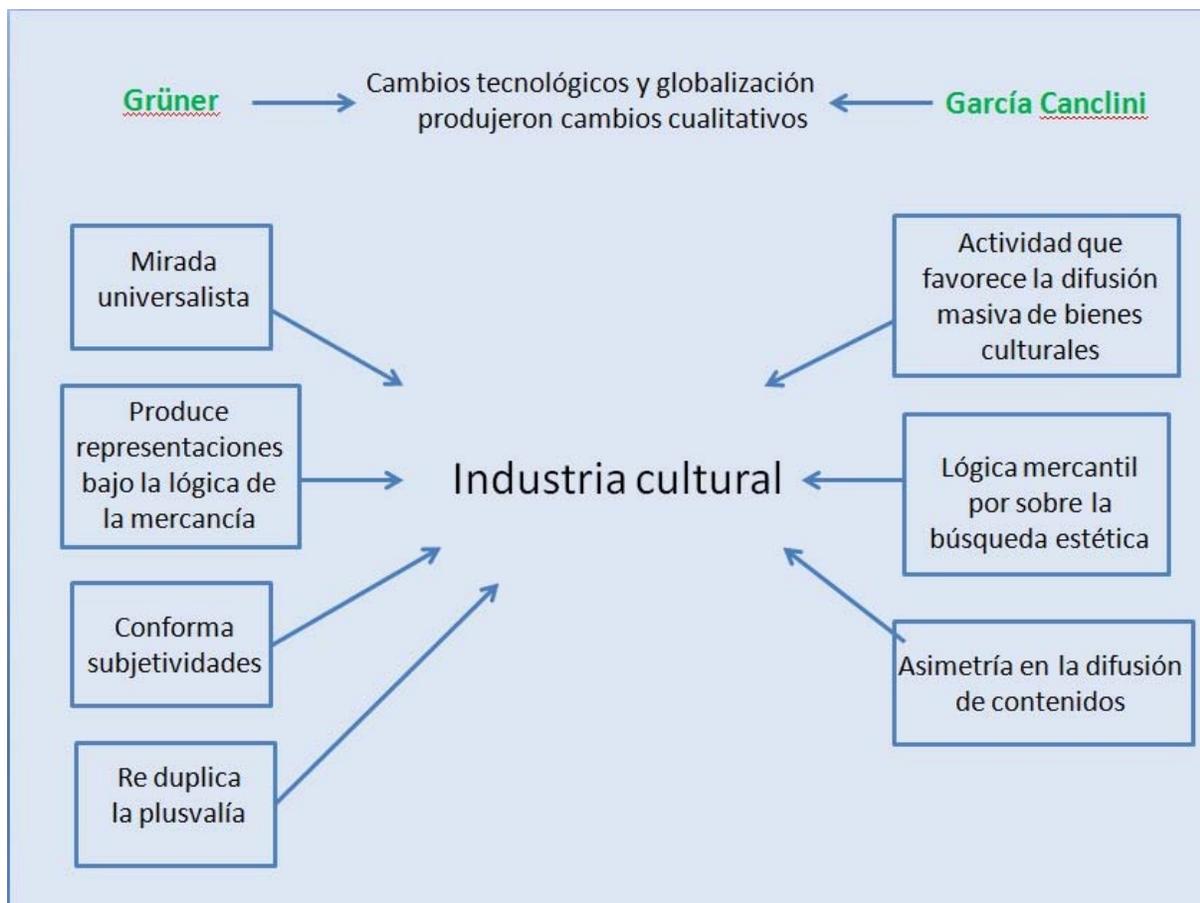
Este panorama empezó a cambiar en los años 60' con la aparición de la televisión y se profundizó con el desarrollo de la tecnología que configuró un sistema de comunicación multimed con alcances totalmente insospechados para la región. Este cambio colocó a América Latina en un registro diferente. Este proceso fue acompañado de las políticas neoliberales que emergieron en la región y que intentan la subordinación de los países más débiles y privilegian a los capitales transnacionales. Estas empresas transnacionales tienen gran influencia en la esfera pública, de la información y la comunicación en todo el mundo. La fusión de las grandes empresas aumenta la fusión de los contenidos multimedia privilegiando la lógica mercantil por sobre la búsqueda estética (García Canclini, 2007). Existe entonces un doble movimiento, por un lado la nueva configuración de las comunicaciones permite una mayor interrelación entre las distintas culturas y por otro existen profundas asimetrías en la difusión de contenidos entre el norte y el sur e incluso entre los países de la región. Mientras impere la lógica mercantilista en las relaciones culturales internacionales, estas asimetrías persistirán. El descubrimiento del siglo XX acerca de que la democratización no pasa solo por la rutina electoral ni por las instancias políticas tradicionales no se tradujo en el campo mediático (García Canclini, 2007).

Llegado este punto del análisis de los conceptos de los dos autores podemos ver que Grüner adopta una mirada universalista en su enfoque sobre la industria cultural y pone el acento en las representaciones que ella produce y en el poder que estas le otorgan a los medios de comunicación de masas, dejando poco espacio para la reflexión crítica.

En cambio García Canclini analiza no sólo las características de la industria cultural, sino que se detiene en las especificidades de las mismas en América Latina, dando cuenta de la asimetría que existe en la difusión de contenidos.

Ambos coinciden en que el desarrollo tecnológico y la globalización produjeron un cambio cualitativo en la industria cultural, pero ponen el acento en aspectos diferentes.

Grüner dice que una consecuencia importante es la reduplicación de la plusvalía mientras que García Canclini acentúa la mayor difusión de contenidos a nivel mundial con una gran asimetría en la producción de los mismos.



Política

Grüner

Grüner en su libro “La cosa política o el acecho de lo real” (2005) habla de la separación de la política y lo político. Siendo la política lo instituido, lo que entra en el marco de la norma y los roles otorgados. En cambio *lo político* es lo instituyente, lo nuevo, lo que no forma parte del todo, lo que permite ir constituyendo un pensamiento colectivo, lo que cuestiona el orden instituido.

La sociedad burguesa convierte esta separación en sentido común (Grüner, 2005) estableciendo un tipo de democracia que en su interior aloja su misma imposibilidad al suprimir lo político por las operaciones de la política y desalojar de la escena lo instituyente.

Ese corrimiento se propicia como nunca (en la sociedad contemporánea) desde la industria cultural y específicamente desde los medios de comunicación de masas. No escapa a esta situación el arte, que es puesto en jaque continuamente porque la industria cultural quiere capturar dentro de lo instituido todos los sentidos de la obra de arte para cerrarlos impidiendo que la misma sostenga su intrínseca apertura, su generación de conflictos, inquietudes e interrogantes. Ahí radicaría la relación entre política y arte. Como bien lo expresa Grüner “Creo que el arte puede ayudar a levantar preguntas sobre aquello que parecía tener un sentido acabado... dicho de otro modo, el trabajo político que puede hacer el arte tiene que ver con hacerte dudar sobre cosas naturalizadas, que parecían no poder despertar ningún problema” (2007). Pero el arte en las últimas décadas intenta mantener la apertura de sentidos en un campo cada vez más disperso e inclasificable.

Por lo tanto el momento de *lo político* dice Grüner (2017) se refiere a etapas fundacionales del desarrollo de la sociedad, Grecia con la creación de la polis y la democracia, la revolución Francesa o la revolución Rusa.

Interrogado sobre la existencia de *lo político* en la sociedad contemporánea, Grüner (2017) niega la posibilidad de su existencia dentro del marco de la sociedad capitalista. Lo que existe dentro del sistema es la política, tomado como lo instituido. Aquí se hace patente la confluencia entre mercado y política, ya que las opciones que se ofrecen significan una mera reproducción de lo instituido.

García Canclini

Establece en su análisis la relación entre consumo y ciudadanía (García Canclini, 1995). Dice que hay un desplazamiento en los escenarios donde se mueve la ciudadanía, que tiene que ver con el proceso de globalización, el descrédito en las instituciones y partidos políticos, con las políticas neoliberales y la conformación de la sociedad de mercado. Se produce una desterritorialización del consumo que provoca una fuerte identificación entre los grupos de consumidores transnacionales, que va suplantando las identidades nacionales y genera una forma de ciudadanía nueva que se identifica más por los valores del consumo cultural que por su identidad territorial. Este tipo de ciudadanía que abreva en las condiciones del mercado se sostiene en la renovación incesante, en la sorpresa y el entretenimiento. La cultura política no escapa a estos criterios, manteniendo una conducta errática efectista y cortoplacista.

Pensar la ciudadanía de este modo significa desustancializar el concepto clásico y entenderla como algo que se construye y cambia de acuerdo a prácticas y discurso.

Por otra parte el descrédito del Estado y los partidos políticos produjo un achicamiento del espacio donde se dirimen los conflictos y luchas entre los poderes mercantiles. Ésto trajo como consecuencia la aparición de instancias no gubernamentales, como la figura del ombudsman, las comisiones de Derechos Humanos, instituciones periodísticas independientes, en conclusión figuras no gubernamentales ni partidarias a través de las cuales se tramitan cuestiones que antes pasaban por los circuitos políticos tradicionales

Tomando los conceptos que se incluyen en este apartado podemos decir que Grüner observa la ausencia de lo político en la conformación de la sociedad y que uno de los dispositivos que provocan esa ausencia, y fortalecen la presencia de la política es la industria cultural. El arte en este esquema es permanentemente invitado a ser capturado por esa lógica de supresión de lo nuevo, de lo inédito y su función política estaría dada por sacar del estado de naturalización y poner en duda y en conflicto las estructuras y sentidos que nos ofrece la sociedad post industrial.

García Canclini, por el contrario cree que la ciudadanía ha adquirido nuevos significados dentro del contexto de las sociedades post industriales y que ello influye notablemente en el desarrollo de la forma de hacer y ver la política. Las instancias políticas se dirimen hoy en espacios que escapan a los marcos políticos tradicionales.



Consumo y Mercado

Existen tres corrientes que piensan en la comunicación y el consumo, la primera de ellas de tradición marxista ve el consumo como un proceso de dominación en el cual las empresas culturales tienen absoluta influencia en las audiencias.

Una segunda corriente piensa que existen mediadores sin los cuales a través de la colaboración y la transacción la comunicación no es eficaz. Estos mediadores pueden ser la familia, el barrio, el trabajo, la iglesia.

Un tercer enfoque piensa el consumo como un factor de prestigio y status, no está orientado a satisfacer necesidades sino a establecer diferencias y jerarquías que otorgan la posesión y uso de bienes sofisticados y escasos.

García Canclini

El autor define el consumo diciendo que “... es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos.” (García Canclini, 1995:42).

Concibe al mercado como un espacio de interacciones culturales muy complejas (en lugar de un simple lugar de intercambio de mercancías) que lleva a pensar al consumidor con status de ciudadano si tomamos en cuenta el valor simbólico y semiótico que los objetos adquieren para las personas. Se convierten en parte de su identidad y forma de ser. A pesar de que los consumidores no son pasivos frente al mercado, la pequeñez de la oferta de los monopolios cada vez los vuelve más inermes frente al mercado (García Canclini, 2007).

EL mercado puede ser un lugar para la reflexión si existen varias condiciones, según el autor (1995). Estas deben permitir una oferta vasta y diversificada de bienes de fácil y equitativo acceso a los mismos, la información sobre los bienes debe ser multidireccional y confiable y por último una participación democrática (concesiones de frecuencias radiales y televisivas, permisos de habilitación de alimentos y medicamentos) de todos los sectores de la sociedad civil en la toma de decisiones donde se organizan los consumos. De esta forma estas *acciones políticas* llevarían al consumidor a convertirse en ciudadano y el mercado dejaría de ser un lugar de intercambio de mercancías para convertirse en espacio de intercambio sociocultural más complejo.

García Canclini (1995) cree que no sólo se puede participar del mercado como consumidor sino que se puede reflexionar sobre él como ciudadano posibilitando el encuentro con las otras personas. Reubicar el mercado en la sociedad permite reconquistar los espacios públicos y el consumo se puede convertir en un lugar útil para pensar. Participar del mercado sólo como consumidor, hace que éste sea un espacio atravesado por las feroces luchas entre las fuerzas pretendidamente libres del mercado, obstruyendo la posibilidad del ejercicio reflexivo.

Grüner

En el “Sitio de la Mirada” (2001), Grüner dice que en épocas anteriores el concepto de “fetichismo de la mercancía”, que designa el proceso por el cual la fascinación que ejerce el objeto impide comprender la red de relaciones sociales de poder y dominación que lo hicieron posible, aludía en general a operaciones de compraventa mientras que en las sociedades post industriales estos objetos de compraventa son imágenes en su mayoría. Las mismas son producidas y difundidas por los medios de comunicación de masas, que manejan la idea de la *comunicabilidad total* que se corresponde con la del “mercado transparente” en el cual no existe otra cosa que el cálculo de la oferta y la demanda. Grüner, tomando conceptos de Jameson (citado por Grüner, 2017) dice que la cultura no sólo es cada vez más económica, sino que la economía es cada vez más cultural.

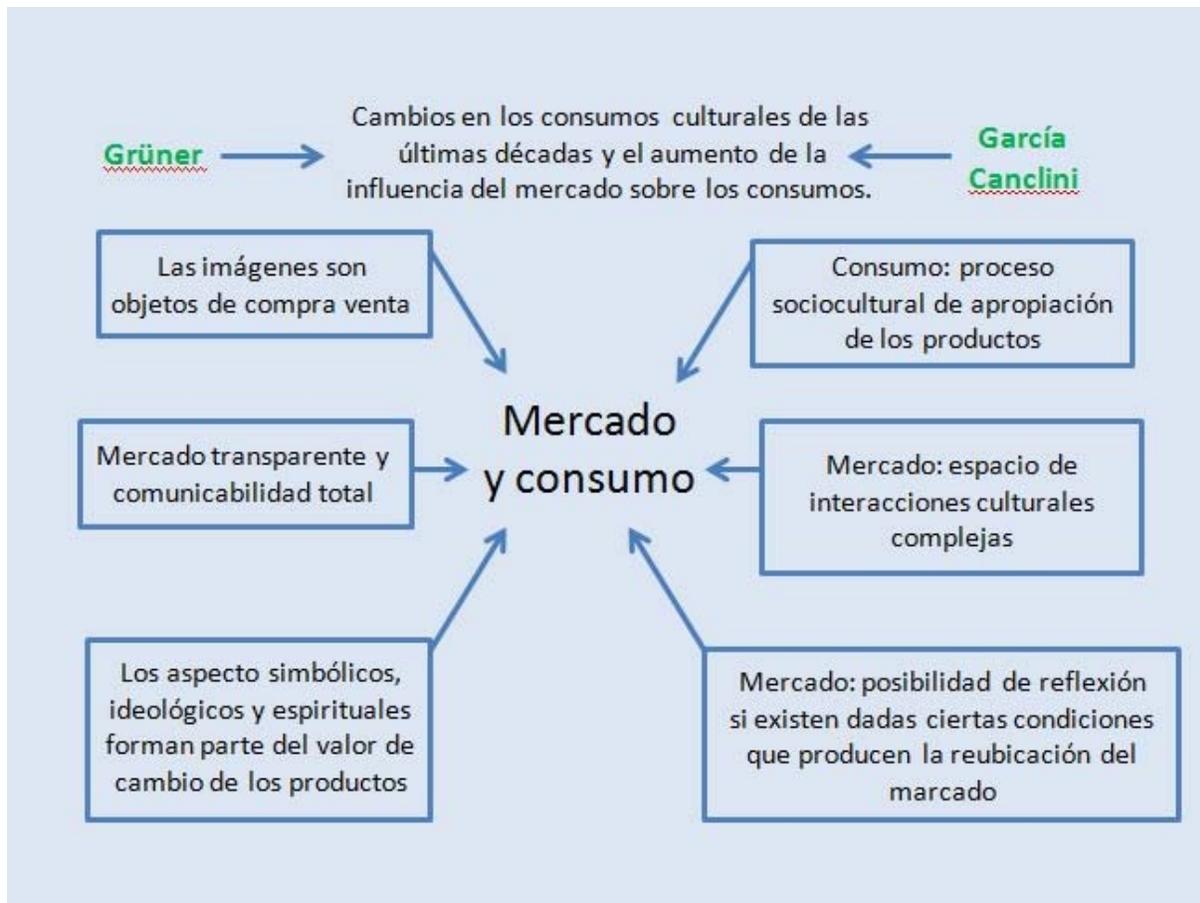
Se distingue cada vez menos la base material o económica de la superestructura simbólica. El aspecto ideológico, espiritual o simbólico de las mercancías forma parte del valor de cambio. En el capitalismo actual, por supuesto no desaparece la producción, sino que se generan nuevas formas de plusvalía.

Ambos autores ven un cambio en los consumos de la industria cultural en las últimas décadas y afirman la poderosa influencia del mercado en ellos. Pero las coincidencias son sólo esas.

Grüner desde una mirada marxista ve al mercado como absolutamente determinante del consumo y cree que el capitalismo actual genera nuevas formas de plusvalía. Los productos que se intercambian en el mercado son, principalmente, imágenes dominadas por la lógica de la oferta y la demanda.

En cambio García Canelini, alejado del primer enfoque al cual hacíamos mención al inicio del apartado, ve la importancia de los consumos y la influencia que tiene la lógica de mercado en los consumos culturales, pero estos son un proceso sociocultural complejo. Sostiene que ese proceso, si reúne las condiciones adecuadas puede permitir la reflexión sobre el propio consumo habilitando en el consumidor cualidades de ciudadano.

La posibilidad del consumidor de participar de las decisiones del mercado democráticamente, convierten al mercado en un espacio en el cual si se dan determinadas condiciones, se puede reflexionar.



Identidades

Grüner

La industria cultural genera subjetividades que no pueden escapar al sentido preminente de las representaciones y por otro lado no pueden generar un pensamiento crítico que las cuestione (Grüner, 2001). El pensamiento colectivo se elabora en base a imágenes aceptadas acríticamente y no a conceptos. Las imágenes ocupan el lugar de los objetos, los re-presentan, los encarnan concretamente. En esta concreción puede no haber una mediación entre el pensamiento y la imagen, entonces aprehendemos la imagen sin pensarla. En cambio el concepto es una abstracción de algo, en él está involucrado el pensamiento que nos permite entender la cosa o el objeto aunque este no esté presente. La imagen es presencia y re-presencia y a veces puede ser pensamiento, en cambio el concepto es siempre pensamiento.

Las imágenes producen ciertas verdades operativas, construyen una realidad que no puede ser desmontada para ver los intereses particulares que la sostienen, anulando así la subjetividad crítica.

Las imágenes y representaciones que son consumidas masivamente, a pesar de estar sostenidas por el supuesto democrático de que pueden ser creadas y puestas en circulación por cualquiera, sólo son producidas por un núcleo minoritario (Grüner 2017).

Dentro de la industria cultural el aparato publicitario, de forma muy inteligente y principalmente a través de imágenes, genera deseos que no son satisfechos plenamente. La insatisfacción de los deseos posibilita la continuidad del consumo infinitamente. La industria produce objetos para los sujetos y sujetos para los objetos (Grüner, 2017).

García Canclini

El autor dice en la sociedad actual existen, fracturas, segmentaciones y heterogeneidad dentro de cada nación. En esta situación los códigos que nos permiten identificarnos tienen cada vez menos que ver con la nación o la clase. Lo que resulta preminente para el proceso de identificación es la *comunidad interpretativa de consumidores* con su forma particular de relacionarse con los objetos y con la información a través de redes y canales internacionales. En este proceso se va logrando una afinidad entre sectores hegemónicos de distintas naciones.

Las monoidentidades nacionales que unificaban las diferencias regionales y urbanas, se deshacen a fines del siglo XX sobre todo en las grandes ciudades. En ellas la población se fragmenta mientras crece el racismo y el clasismo, surgen bandas juveniles y aumenta la inmigración.

La gran circulación de personas, capitales y mensajes, explica García Canclini (1995) nos expone al contacto frecuente con otras.

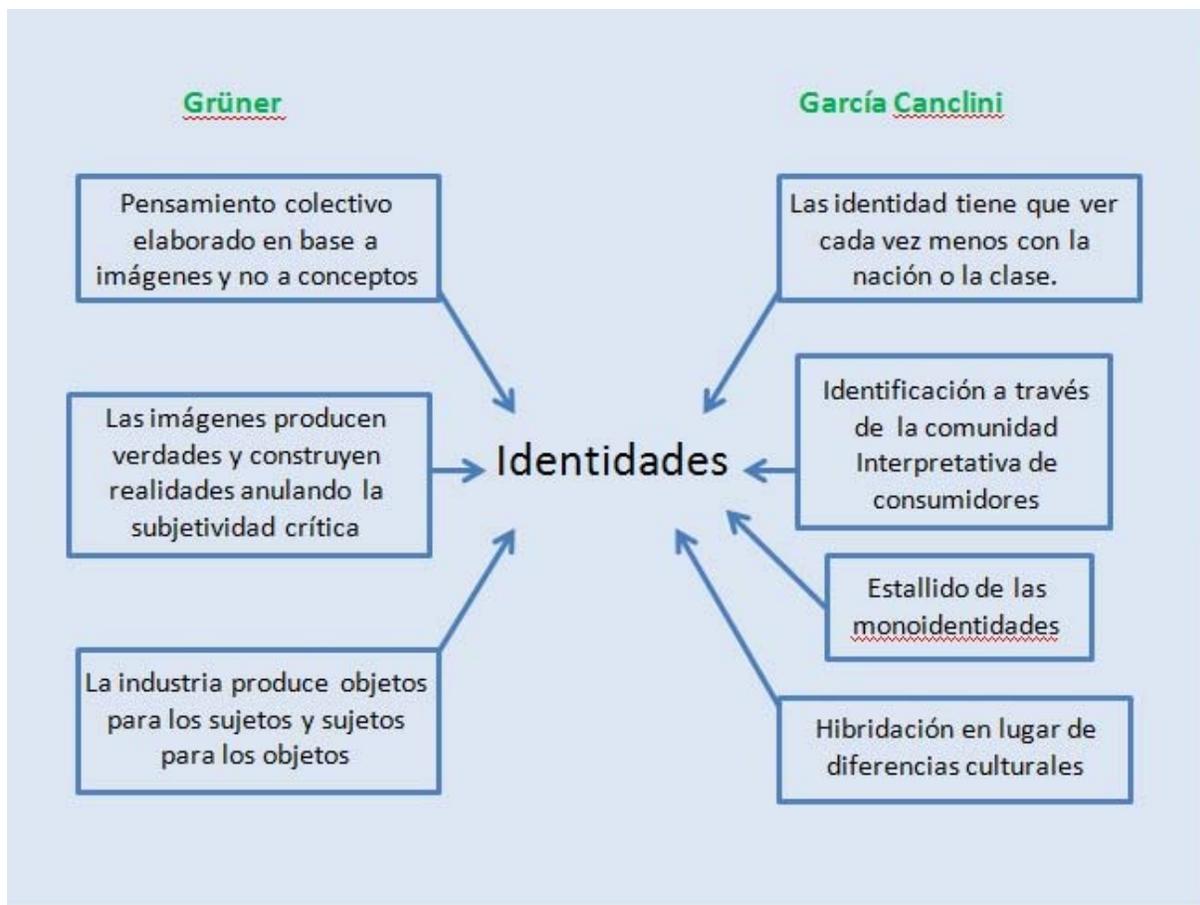
Las manifestaciones culturales folclóricas, ya sea de la alta cultura o de la cultura popular no desaparecen, pero su influencia disminuye notablemente en un mercado hegemonizado por las culturas transnacionales electrónicas.

Canclini (2007) piensa los públicos no nacen, sino que se hacen. Pero que este proceso no significa que las audiencias estén formadas por individuos soberanos ni tampoco por masas uniformadas. La gran circulación de personas, capitales y mensajes, explica García Canclini (1995) nos expone al contacto frecuente con otras culturas, haciendo que los grupos tomen, transformen y

se apropien de diversas maneras de diferentes elementos culturales. Para entender este proceso, entonces ya no es pertinente hablar de diferencias culturales, sino de hibridación.

Como conclusión podemos pensar en la diferencia de enfoque de ambos autores, observando que para Grüner el dispositivo visual produce identidades uniformes al mismo tiempo que obtura la posibilidad de reflexión crítica.

En cambio García Canclini observa una fragmentación y heterogeneidad en las identidades que hace más difícil la identificación territorial o de clase, el proceso de identificación se traslada entonces al consumo, generando una *comunidad interpretativa de consumidores* que se relacionan de forma particular con los objetos a través de canales internacionales.



El análisis de los dos autores me permite concluir que existe una estrecha relación entre la industria cultural y la política en las sociedades post industriales o post modernas. Esta relación en García Canclini, que hace foco en las grandes ciudades de América Latina, es analizada, puesta en

cuestión y pasible de ser modificada dentro de la estructura del sistema capitalista. Grüner en cambio ve la fuerza y la inevitabilidad de la relación entre industria cultural y política en un contexto universal. La misma lleva ya en sí misma una carga negativa, porque en esta ecuación *lo político* en sentido de lo que produce pensamiento colectivo, lo novedoso e instituyente no tiene lugar. Esta misma exclusión abre la posibilidad de buscar y encontrar lo político fuera del sistema capitalista, abriendo una puerta a la posibilidad de pensar en otros términos esta relación y las relaciones políticas en general.

CONCLUSIONES

A la luz del análisis de los textos de García Canclini y Grüner podemos concluir que la influencia de la industria cultural con su dominante y permanente presencia en la vida cotidiana se convierte en un factor político al construir una nueva forma de ciudadanía constituida por el consumo (García Canclini, 1995) y al convertirse el poderoso aparato visual en un dispositivo de formación de sujetos (Grüner, 2001).

La hipótesis de este trabajo es que la industria cultural y principalmente dentro de ella el dispositivo visual, adquieren un carácter político al intervenir en la conformación de subjetividades, pensamiento colectivo y nuevas formas de ciudadanía.

El mundo entero ya a mediados del siglo XX, según Adorno y Horkheimer (1988), es pasado por el tamiz de la industria cultural, universalizándose cada vez más la dominación y afianzándose la unidad del sistema, en términos de masificación y estandarización. El contraste entre pocos centros de producción y una difusión masiva (Horkheimer y Adorno, 1988) ya se avizoraba en la primera mitad del siglo XX. Cada uno de los productos de la industria cultural es parte de un gigantesco modelo económico (Adorno y Horkheimer, 1988) que enmarca a todos en el trabajo tanto como en el ocio. La eterna repetición, que sólo permite la novedad cuando ésta no signifique una alteración de la lógica de manipulación, sirve para la reproducción del sistema.

Con más razón podemos pensar los efectos de la industria cultural en la actualidad, ya que el análisis adorniano se refería a los comienzos de la industria cultural. El avance de la industria cultural en las últimas décadas hizo que sus rasgos se profundicen y establezcan una relación de dominación mayor.

La industria cultural contemporánea sostenida principalmente por imágenes amplifica los efectos ya percibidos por la Escuela de Frankfurt y los lleva a instancias más poderosas que tienen como causa también la expansión de la sociedad de consumo y el redespigie del capitalismo con su individualismo reluctante.

García Canclini (1995) observa que estos procesos logran crear una nueva ciudadanía que se ve menos interpelada e interpretada por los derechos ciudadanos clásicos que por quién, cómo, qué, cuándo y cuánto consume, considerando el consumo como uno de los más importantes derechos de acceso e integración a la sociedad. Surgen así nuevas configuraciones y actores políticos que se establecen por fuera del sistema político tradicional.

Por su parte Grüner (2001) sostiene que las imágenes de la industria cultural ocuyen la posibilidad de pensamiento crítico al querer dar idea de transparencia total y no dejar margen a la interpretación, es un mecanismo casi perfecto de reproducción del sistema que impide la aparición de *lo político* en términos de lo novedoso, lo que posibilita la emergencia de cambios.

Podemos establecer entonces la relación entre industria cultural y política y la relevancia del estudio de la naturaleza de las imágenes de la industria cultural desde la Ciencia Política para poder entender la forma de interpelación ciudadana que el sistema pone en acción, interpretar conductas políticas grupales e individuales y analizar la reproducción y repetición de sistemas y procesos que a pesar de generar situaciones de conflicto, desigualdad e injusticia se reeditan una y otra vez. A la tragedia le sigue una y otra vez, en lugar de la farsa como dijera Marx, la tragedia cada vez más naturalizada y amplificada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balandier, Georges. 1994. Cap. IV “La pantalla” y cap.V “El gran angular”. En *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, 155-184. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, Walter.1989. ”La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” .En *Discursos ininterrumpidos*. Buenos Aires: Taurus.
- Berger, John. 2007. *Modos de ver*. Barcelona: Ediciones Gili.
- Bobbio Norberto, Mateucci Nicola y Pasquino Gianfranco. 1993. *Diccionario de política*, México: Siglo Veintiuno Editores.
- Drucker, Peter. 1968. *La era de la discontinuidad*. New York: Harper&Row.
- García Canclini, Néstor.1995. *Consumidores y ciudadanos*,México D.F.: Grijalbo
- García Canclini, Néstor. 2002. Porqué legislar sobre industrias culturales, revista Nueva Sociedad No 175, Septiembre-Octubre.
- García Canclini, Néstor. 2011. Las industrias culturales y el desarrollo de los países latinoamericanos. [http: www.oas.org/udse/español/documentos](http://www.oas.org/udse/español/documentos).
- Gonzalez, Ana & Eduardo Grüner (Entrevistado). 2017. “Entrevista de análisis de la tesina Industria cultural y Política: una relación ineludible.”
- Grüner, Eduardo2001. *El sitio de la mirada*.Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Grüner, Eduardo.2005. *La cosa política o el acecho de lo real*. Buenos Aires: Paidós.
- Harvey, David. 2012. *La condición de la postmodernidad*. Avellaneda, prov. de Buenos Aires: Amorrortu ediciones.
- Horkheimer Max y Adorno Theodor. 1988. “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”. En *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.

Jay, Martin.2003.“Fugas urbanas: el Instituto de Investigación Social entre Frankfurt y Nueva York”, 29-55. En *Campos de fuerza. Entre la historia intelectual y la crítica cultura*. Buenos Aires : Paidós .

Liotard, Jean Francois. 1987 *La condición postmoderna..* Capítulo 10 a 14, 73-119. Buenos Aires: R.E.I.

Martín-Barbero, Jesús.1987. *De los medios a las mediaciones. Comunicación,cultura y hegemonía*. México: Ediciones Gili.

Negri, Antonio.2015. *El poder constituyente*. Madrid: Traficantes de sueños.

Touraine, Alain.1969. *La sociedad postindustrial*. Barcelona: Ariel.

REFERENCIAS VISUALES

Douglas Barros. *La industria cultural*. 2015.

<https://enfoquealamodernidad.wordpress.com/2015/01/29/industria-cultural/>

Léger Fernand *Los trabajadores del aloe*.1949.

http://www.4-construction.com/es/articulo/trabajadores-en-los-cuadros-de-fernand-leger_7901/

Cuevas de Altamira.35.000 a 13.500 A.C. Paleolítico superior.

<http://conpeques.es/2013/08/04/unas-visitas-ideales-con-peques-santillana-del-mar-y-las-cuevas-de-altamira>

Cimabue. *Cristo pantocrator*. Catedral de Pisa. 1302.

https://it.wikipedia.org/wiki/Cristo_in_trono_tra_la_Vergine_e_san_Giovanni

Boccioni ,Umberto. *Carga de Lanceros*. 1915.

<https://es.pinterest.com/pin/517843657140554166/>

Marchi, Jose. *La espera*. 1997.

<http://www.josemarchi.com.ar/pinturas92-02.html>

Costantino, Nicola. *Sin título*. 2015.

<https://eaf.com.ar/noticias/pre-estreno-nicola-costantino-la-artefacta>

Grupo Escombros. *El equilibrista*. 2001.

<https://www.flickr.com/photos/srita-leona/2947217488> Hao, Hong.

Hao, Hong. *My things*. 2007-08.

<http://www.phaidon.com/agenda/art/articles/2015/june/08/hong-hao-s-patterns-of-consumption/>