

**APOCALÍPTICOS E INTEGRADOS.
DEBATE SOBRE
CULTURA DE MASAS**

APOCALIPTICOS E INTEGRADOS

Umberto Eco



Editorial Lumen

Libro de Umberto Eco que tuvo su primera edición en la década de los 60.

POSICIONES FRENTE A LA CULTURA DE MASAS:



La industria de la comunicación promueve un **“achatamiento unidimensional de los usuarios”**

Vs



Ha nacido una aldea global en la cual **“una sensibilidad renovada se nutre optimistamente no de los contenidos, sino de la forma misma y la alucinante multiplicidad de los mensajes”**



UNA DE LAS HIPÓTESIS DEL LIBRO “Apocalípticos e integrados”:
Un aumento cuantitativo de la información **“puede producir resultados imprevistos”**

(Eco, 2009).

CONCEPTOS CENTRALES:

Hombre masa →

Categorías fetiche

Masa →



Tanto el integrado como el apocalíptico “asume con máxima desenvolvura el concepto fetiche de masa” (Eco, 2009, pp. 36- 37)



Poseen una “inoperancia metodológica” (Eco, 2009, p. 35).

CONCEPTOS CENTRALES:

Industria cultural: “**sistema de condicionamientos** con el que todo operador de cultura deberá contar si quiere comunicarse con sus semejantes” (Eco, 2009, p. 33).

Cultura de masas (I): “**definición de índole antropológica** (...) apta para indicar un contexto histórico preciso (...) en el que todos los fenómenos de comunicación (...) aparecen dialécticamente conexos, recibiendo cada uno del contexto una calificación que no permite ya reducirlos a fenómenos análogos surgidos en otros períodos históricos” (Eco, 2009, p. 34).

CONCEPTOS CENTRALES:

Cultura de masas (II): las masas han elaborado, a menudo, “proposiciones que emergen de abajo”, sin embargo “su modo de divertirse, de pensar, de imaginar, no nace de abajo: a través de las comunicaciones de masa, todo ello le viene propuesto en forma de mensajes formulados según el código de la clase hegemónica” (Eco, 2009, p. 42).

NIVELES DE CULTURA :

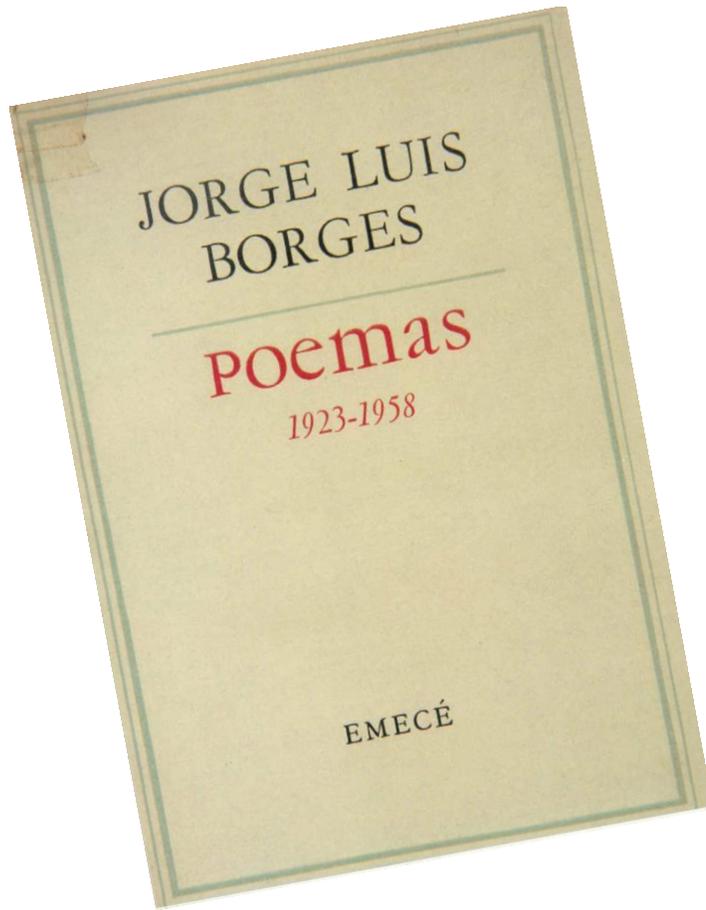
Alta cultura: arte de élite.

Midcult: cultura media, pequeñoburguesa... (productos que parecen poseer los requisitos de una cultura puesta al día pero que se encuentra condicionada por la comercialización).

Masscult: cultura de masas (los cómics, el rock' n' roll...).

(MacDonald en Eco, 2009, p. 54).

¿Cómo ubicar los siguientes productos en uno de los niveles señalados?



CRÍTICAS A LOS NIVELES DE CULTURA :

1) **No corresponden a una nivelación clasista** (personas ubicadas en distintos grupos sociales pueden consumir productos asociados a diversos niveles. **Por ejemplo, profesores universitarios pueden consumir comics**).

2) **No representan tres grados de complejidad** (obras con un alto grado de complejidad pueden difundirse como si formaran parte de un nivel inferior).

(Eco, 2009).

CRÍTICAS A LOS NIVELES DE CULTURA :

3) **No coinciden con niveles de validez estética** (pueden existir productos de alta cultura que necesiten una alta capacitación para ser valorados y a la vez pueden considerarse *feos*. Productos de la cultura de masas pueden tener su grado de originalidad. **Por ejemplo, algunos comics o el jazz, nacido como mercancía de consumo**).

4) **Las obras de arte pueden asumir diferentes funciones en distintos niveles.**

(Eco, 2009).

SOBRE EL CONCEPTO DE KITSCH:

KITSCH → “es la obra que, para poder justificar su **función estimuladora de efectos**, se recubre con los **despojos de otras experiencias** y se vende como arte sin reservas” (Eco, 2009, p. 124).

- En las comunicaciones de masas “el Kitsch se renueva y prospera **aprovechando continuamente los descubrimientos de la vanguardia**” (Eco, 2009, p. 93).
- Busca un **efecto inmediato y fácilmente conseguible.**
- Presenta a **los productos que lo asumen como base de manifestaciones artísticas.**
- **El receptor cree acceder a la cultura** a través del Kitsch.

¿Qué críticas podríamos proponer a la cultura de masas?

CRÍTICAS A LA CULTURA DE MASAS:

- Los medios de comunicación **evitan las soluciones originales.**
- Difunden una **cultura de tipo homogéneo** y destruyen las características culturales de cada grupo étnico.
- El público **sufre las proposiciones de la cultura de masas sin saber que la soporta.**
- Los medios de comunicación **no promueven renovaciones de la sensibilidad.**
- Los medios de comunicación **en lugar de representar una emoción la provocan, en lugar de sugerirla la dan ya confeccionada.**
- Dan **al público lo que desea** o sugieren **al público lo que debe desear.**
- Cuando difunden productos de cultura superior lo hacen de forma que no provoquen **ningún esfuerzo por parte del fruidor.**
- Alientan una **visión pasiva y acrítica del mundo.**
- Alientan una inmensa información sobre el presente y **entorpecen el desarrollo de una conciencia histórica.**
- Son proyectados para captar sólo el **nivel superficial de nuestra atención.**

(Eco, 2009).

CRÍTICAS A LA CULTURA DE MASAS:

- Tienden a imponer **símbolos y mitos de fácil universalidad.**
- Trabajan con opiniones comunes y **funcionan con una continua reafirmación de lo que ya pensamos.**
- Favorecen **proyecciones hacia modelos oficiales.**
- Se presentan como el **instrumento educativo de una sociedad de fondo paternalista, superficialmente individualista y democrática, sustancialmente tendente a producir modelos humanos heterodirigidos.**

(Eco, 2009).

**¿Qué argumentos podríamos tener en cuenta
en la defensa de la cultura de masas?**

DEFENSA DE LA CULTURA DE MASAS:

- La cultura de masas nace en una sociedad en la que **la masa de ciudadanos participa con igualdad de derechos en la vida pública, en el consumo, en el disfrute de las comunicaciones:** nace inevitablemente en cualquier sociedad de tipo industrial.
- La cultura de masas no ha ocupado el puesto de una supuesta cultura superior, **se ha difundido entre masas enormes que antes no tenían acceso a la cultura.**
- La acumulación de información promovida por la cultura de masas **puede resolverse en formación.**
- Al argumento de que la cultura de masas promueve productos de entretenimiento que nadie se atreve a juzgar como positivos se puede contraponer la idea que **desde que el mundo existe las turbas han amado el “circo”.**
- La homogenización del gusto **contribuiría a eliminar niveles de las diferencias de casta, unificaría las sensibilidades nacionales y desarrollaría funciones de descongestión anticolonialista en muchas partes del globo.**

(Eco, 2009).

DEFENSA DE LA CULTURA DE MASAS:

- Promueve la difusión de una enorme cantidad de obras culturales de valía a precios muy bajos y en edición integra.
- La difusión de bienes culturales constituye un fenómeno de consumo de valor estético o cultural que se manifiesta actualmente en una dimensión macroscópica.
- Los grandes canales de comunicación difunden informaciones indiscriminadas, pero al mismo tiempo provocan conmociones culturales de cierto relieve.
- Los medios de comunicación han introducido una renovación estilística que tiene constantes repercusiones en el plano de las artes llamadas superiores, promoviendo su desarrollo.

(Eco, 2009).

ERRORES DE LOS APOCALÍPTICOS Y LOS INTEGRADOS

“El error de los apologistas estriba en creer que la multiplicación de los productos industriales **es de por sí buena**, según una bondad tomada del mercado libre **y no que debe ser sometida a crítica y nuevas orientaciones**” (Eco, 2009, p. 66).

“El error de los apocalípticos-aristocráticos consiste en pensar que **la cultura de masas es radicalmente mala** precisamente porque es un hecho industrial, y que **hoy es posible proporcionar cultura que se sustraiga al condicionamiento industrial**” (Eco, 2009, p. 66).

ALGUNAS CONSIDERACIONES DE ECO:

- “Pero en el horizonte de una cultura de masas, lo que queda por determinar es precisamente **la validez de una fruición estética ejemplar...**” (Eco, 2009, pp. 177-178).
- “Parcialmente legítimo, pues, en fase de descripción estructural, el concepto de masa se hace equívoco en fase de investigación sobre las **modalidades de fruición**” (Eco, 2009, p. 173).

BIBLIOGRAFÍA:

- Eco, U. (2009). *Apocalípticos e Integrados*. México, D. F.: Tusquets.

**APOCALÍPTICOS E INTEGRADOS.
DEBATE SOBRE
CULTURA DE MASAS**