



POR: GARCÍA PARRA, Guillermo

**LA HERENCIA DE LAS
INTERPRETACIONES
MARXISTAS DE LAS**

INDUSTRIAS CULTURALES EN AMÉRICA LATINA.

OBSERVACIONES CONCEPTUALES

M. Sc. en Filosofía, Facultad de Ciencias Sociales, Fundación Universitaria Juan de Castellanos
Email: ggarcia@jdc.edu.co

Recibido: 01 de julio de 2014

Aceptado para publicación: 21 de agosto de 2014

Tipo: Revisión



THE LEGACY OF THE MARXIST INTERPRETATION OF CULTURAL INDUSTRIES IN LATIN AMERICA. CONCEPTUAL OBSERVATIONS

RESUMEN

Este artículo examina las implicaciones que los científicos sociales de América Latina pueden heredar de las interpretaciones estadounidenses y europeas de las industrias culturales para explicar aquellos problemas que se manifiestan en los campos culturales de los países latinoamericanos. Por medio del análisis de aportes de intérpretes marxistas de las industrias culturales se reflexiona sobre el uso de tales interpretaciones para explicar las condiciones latinoamericanas de producción y consumo de bienes culturales en la época del capitalismo global. Este texto muestra que en la América Latina, durante la era del capitalismo global, los ocupantes de campos de la producción cultural aventuran la producción de bienes culturales en condiciones de producción que están asociadas al carácter multicultural de los estados nacionales latinoamericanos, y que, por lo tanto, son diferentes a las que toman en consideración los científicos sociales europeos y estadounidenses que exponen reflexiones sobre las condiciones de producción cultural en las épocas del capitalismo. En las naciones latinoamericanas los problemas sociales relacionados con la producción y el consumo de bienes culturales dependen de características singulares como el carácter multicultural de las naciones latinoamericanas, los conflictos entre modernización y tradición o las políticas públicas nacionales.

Palabras clave: América Latina, capitalismo, consumo, industrias culturales, producción.

ABSTRACT

This article examines the implications that social scientists in Latin America could inherit from American and European interpretations of cultural industries to explain the problems that are manifested in the cultural fields of Latin American countries. Through analysis of contributions of Marxist interpreters of cultural industries, reflects on the use of such interpretations to explain Latin American conditions of production and consumption of cultural goods in the era of global capitalism. This text shows that Latin America, during the era of global capitalism, the occupants of fields of cultural production venture production of cultural goods under production conditions that are associated with the multicultural character of Latin American states, and, therefore, they are different from those that take into account the European and American social scientists exhibiting reflections on the conditions of cultural production in times of capitalism. In Latin American nations social problems related to the production and consumption of cultural goods depend on unique features like the multicultural character of Latin American nations, conflicts between modernization and tradition or national public policies.

Keywords: capitalism, consumption, cultural goods, Latin America, production.

INTRODUCCIÓN

En las obras teóricas de un conjunto heterogéneo de científicos sociales europeos y estadounidenses de los siglos XIX y XX se puede encontrar un conjunto de interpretaciones sobre fenómenos y problemas sociológicos relacionados con el desarrollo de las industrias culturales¹. Uno de estos fenómenos es el de la producción y el consumo de bienes culturales durante las épocas en que se ha desarrollado y reproducido el capitalismo moderno. Karl Marx es el pionero en la materia, pues su obra puso las bases de la discusión sobre los problemas ligados a la producción y el consumo de bienes culturales en las sociedades capitalistas. Aunque no esté directamente relacionado con la producción y el consumo de bienes fabricados por industrias culturales, el análisis marxista de las mercancías (El Capital, Cap.1) ha fundamentado las interpretaciones de tales cuestiones.

Como es bien sabido, producir o consumir bienes culturales son actividades que no buscan satisfacer necesidades humanas inmediatas, pues no tienen un fin en sí mismo. Estas actividades buscan, por ejemplo, satisfacer el espíritu, alcanzar la verdad o contemplar la belleza y, por esta razón, se basan en principios diferentes a los que estructuran las sociedades capitalistas, en las que se produce para satisfacer las necesidades de otros individuos por un beneficio económico. Esta diferencia ha sido reconstruida por parte de los intérpretes que examinan los problemas sociológicos y antropológicos ligados a la producción y el consumo de bienes culturales. A propósito, cabe mencionar intérpretes como Adorno, Horkheimer, Benjamin, Bourdieu, Williams, Gramsci, Willis o Appadurai, que representan diferentes reflexiones inspiradas en la teoría marxista². Aunque representan intereses y perspectivas contrapuestas, estos pensadores comparten un rasgo común: responden al objetivo y la necesidad de comprender los problemas sociales que suscitan las condiciones sociales, económicas y culturales³, en que los agentes sociales producen bienes culturales durante las eras del capitalismo.

Después de que la emergencia del capitalismo revolucionara la economía-mundo europea, un conjunto de científicos sociales europeos y estadounidenses aventuraron la explicación de los problemas sociales ligados a las condiciones antedichas. Para ello, se basaron en datos acerca de los campos de los países en que nacieron o en que trabajaban. De acuerdo con estas reflexiones, las condiciones sociales y económicas de producción de bienes culturales que se conformaron durante la emergencia y expansión del capitalismo producen, en espacios culturales locales, transformaciones sobre los bienes culturales, la economía, la cultura y el ser social de los productores; transformaciones que tendían a valorar de modo negativo.

Los intérpretes contemporáneos no las valoran de la misma forma: observan que la economía mundial, el capitalismo global, es el que determina las condiciones de producción de bienes culturales, y no solo la mera forma como nace y se desarrolla el capitalismo en una economía local. Mientras que las reflexiones anteriores son más críticas de los efectos del capitalismo en la cultura, las perspectivas actuales valoran de



una manera más positiva, por una parte, estos mismos efectos y, por la otra, el hecho de que los productores y consumidores de bienes culturales que se encuentran en varios lugares de la aldea global estén relacionados entre sí. Las interpretaciones europeas y estadounidenses de las industrias culturales son entonces reflexiones heterogéneas que buscan explicar los campos culturales de aquellas naciones, que valoran positiva o negativamente los efectos del capitalismo en estos campos y que relacionan lo global con lo local.

Muchos científicos sociales de la América latina han empezado a recibir y a recurrir a las interpretaciones antedichas para analizar y explicar problemas sociales relacionados con las industrias culturales de sus naciones. En este artículo, haré una reflexión sobre lo que pueden añadir estos científicos sociales a la discusión de los problemas sociales relacionados con la producción y el consumo de bienes culturales durante la época del capitalismo global. Con base en las reflexiones de Benjamin, Hartley, Adorno, Bourdieu y García Canclini, herederos de la teoría marxista, quisiera preguntarme cuáles son las condiciones latinoamericanas de producción de bienes culturales en la época del capitalismo global⁴. Con ello busco mostrar que las interpretaciones marxistas no se pueden aplicar de inmediato al contexto latinoamericano sino que es preciso, primero, entender las condiciones sociales en que se busca emplearlas y después, determinar si los problemas sociales relacionados con la producción y el consumo de bienes culturales en América Latina son iguales a



los que se pueden encontrar en Europa y Estados Unidos.

En este texto plantearé que, en América Latina, durante la era del capitalismo global, los ocupantes de campos culturales aventuran la producción de bienes culturales en condiciones que están asociadas al carácter multicultural de los estados nacionales latinoamericanos y que, por lo tanto, son diferentes a las que toman en consideración los científicos sociales europeos y estadounidenses que reflexionan sobre las condiciones de producción y consumo de bienes culturales en las épocas del capitalismo. En América Latina los problemas sociales relacionados con estas condiciones dependen de características singulares como el carácter multicultural de estos pueblos, los conflictos entre modernización y tradición y las políticas públicas emprendidas por los gobiernos para integrar las naciones de la región. A los herederos de las interpretaciones marxistas de las industrias culturales les impone un movimiento entre la apropiación crítica del marxismo y el difícil cultivo de una voz independiente en el momento en que el marxismo no tiene más que decir.

LAS INDUSTRIAS CULTURALES DURANTE LA ERA DEL CAPITALISMO GLOBAL: LAS EXPLICACIONES DE MARX, BENJAMIN, ADORNO, BOURDIEU Y HARTLEY

Aunque no conciben la producción de bienes culturales en términos de “globalización”, los intérpretes marxistas generalmente coinciden en que hay una relación causal entre

la emergencia del capitalismo y el desarrollo del capitalismo global (causas) y las condiciones de producción de bienes culturales en los últimos siglos (efectos). Las reflexiones de estos teóricos valoran negativamente o positivamente estas condiciones. Pronuncian juicios de valor acerca de las implicaciones de esas condiciones en la cultura.

Los intérpretes marxistas sostienen que debido a la emergencia del capitalismo, los bienes culturales se convierten en mercancías, producidas en condiciones y de formas que no existían antes. Según estos intérpretes, el ser social de los productores se transformaría también: dejan de ser artesanos que elaboraban valores de uso para convertirse en fabricantes de mercancías.

En “El fetichismo de la mercancía y su secreto” (El Capital, Libro I, cap. I, ac. 4), Karl Marx manifiesta su sorpresa ante lo que concibe como “el carácter misterioso de la mercancía”. Según Marx, en el régimen capitalista de producción, el fruto del trabajo reviste forma de mercancía, la cual presenta un carácter misterioso, místico. Cuando el producto del trabajo reviste forma de mercancía, proyecta ante los hombres el carácter social del trabajo como si fuese un carácter material de los propios productos de su trabajo o dándole la palabra al sociólogo alemán, “un don social de estos objetos y como si, por tanto, la relación social que media entre los productores y el trabajo colectivo de la sociedad fuese una relación social establecida entre los mismos objetos, al margen de sus productores” (1973, p.37). Marx plantea que en una sociedad capitalista, el intercambio de mercancías es la única manera como productores aislados se relacionan entre sí. Por esta razón, el valor de una mercancía no puede ser determinado independientemente por aquel que la ha producido, sino que es determinado por el mercado o por el consumidor. Marx valoraba negativamente la forma de mercancía, puesto que la considera producto de una ilusión artificial que aliena al productor y falsea socialmente las condiciones en que se produce, encubriendo así condiciones de producción que no representan para los hombres relaciones sociales claras y racionales. Sugiere que es necesario que la economía evolucione hacia condiciones de producción diferentes a las de producción de mercancías.

“El reflejo religioso del mundo real solo podrá desaparecer por completo cuando las condiciones de la vida diaria, laboriosa y activa, representen para los hombres relaciones claras y racionales entre sí y respecto a la naturaleza. La forma del proceso social de vida, o, lo que es lo mismo, del proceso material de producción, sólo se despojará de su halo místico cuando ese proceso sea obra de hombres libremente socializados y puesta bajo su mando consciente y racional. Más, para ello, la sociedad necesitará contar con una base material o con una serie de condiciones materiales de existencia, que son, a su vez, fruto natural de una larga y penosa evolución (Marx, 1973, p.44).”

Para Marx, mientras que el productor de un valor de uso

elabora un bien para su consumo, libertad y satisfacción personal, el productor de una mercancía se aliena (ya que trabaja para otros y no siente que el producto del trabajo sea suyo) y crea un objeto que parece tener una vida propia, lo que mistifica la irracionalidad e injusticia de las relaciones sociales de producción.

¿Qué implica el fetichismo de la mercancía en los campos de la producción cultural durante la era del capitalismo global? Implica, principalmente, que en las sociedades capitalistas un bien cultural no es percibido como tal, si no circula en el mercado y que los productores no son tales si no son instituidos como productores por medio de instituciones y agentes sociales determinados.

En sociedades donde imperan otros regímenes de producción los espectadores reconocían ciertos objetos como bienes culturales aunque estos objetos no necesariamente fueran parte de un intercambio comercial. En sociedades donde impera el capitalismo los espectadores no reconocen los bienes culturales como tales si no circulan en el mercado⁵. Además, mientras que en las sociedades feudales los productores culturales gestionaban condiciones sociales y económicas de producción mediante la institución del mecenazgo o las rentas, en las sociedades donde impera el capitalismo, aunque las mencionadas instituciones no han desaparecido por completo, los agentes sociales que hacen parte de campos culturales y se dedican a la producción de bienes culturales, los producen en estados nacionales, donde los "ciudadanos", seres iguales ante la ley, han de competir por los beneficios del trabajo en el mercado. Tal como señala Pierre Bourdieu, la producción de un bien cultural como una obra de arte es producto de la empresa de una "alquimia simbólica" que involucra la colaboración de un conjunto de agentes sociales que pertenecen al campo de producción.

"Estos incluyen tanto artistas oscuros y escritores como "maestros" consagrados, tanto críticos y editores como autores, tanto clientes entusiastas como vendedores no menos convencidos. Las contribuciones ignoradas por el materialismo parcial de la economía son demasiadas y por ello es suficiente con tenerlos en cuenta para observar que la producción de una obra de arte, es decir, la del artista, no es una excepción a la ley de la conservación de la energía social. La irreductibilidad del trabajo de la producción simbólica al acto de la fabricación material llevada a cabo por el artista nunca ha sido indudablemente tan visible como hoy. En esta nueva definición, el trabajo artístico hace a los artistas mucho más que nunca tributarios de todo el acompañamiento de comentarios e intérpretes que contribuyen directamente a la producción de la obra de arte por la reflexión de un arte que a menudo contiene una reflexión de la materia y del esfuerzo artístico que siempre abarca el trabajo de un artista sobre sí mismo (Bourdieu, 1996, 170. Traducción propia del autor del artículo)."

Para Bourdieu, un individuo determinado es instituido

socialmente como artista y las obras artísticas de este individuo como tales, debido al trabajo de estos agentes sociales y de las instituciones a las que pertenecen. Ciertamente, este trabajo crea en el espectador la creencia de que un individuo x es un artista y sus creaciones y obras de arte. Ahora bien, en una sociedad capitalista, el proceso de institucionalización social del artista tiene lugar en el mercado. Los agentes sociales y las instituciones mencionadas no trabajan al margen del mercado. De hecho, el trabajo de muchos de aquellos que pertenecen a estas instituciones consiste en convertir en mercancías las obras que, individual o colectivamente, otros agentes sociales han producido, y en hacer que otras personas paguen un precio determinado para consumirlas.

Por esta razón, en las sociedades capitalistas, si un bien cultural no es una mercancía, difícilmente puede aparecer ante los consumidores como tal. Cuando un objeto se presenta al público como un bien cultural sin que sea una mercancía y sin que se haya producido en el espectador la creencia de que aquel que ha producido el objeto posee eficacia simbólica y que el objeto es una obra de arte, el público difícilmente reconocerá al productor como un artista o creador, y al fruto de su trabajo como un bien cultural.

Con base en las ideas que Marx, Benjamin y Adorno plantean que la época del capitalismo ha cambiado la forma como se producen bienes culturales como las obras de arte. En esta época, las obras de arte son objeto de la reproductibilidad técnica. Según Benjamin, "la obra de arte ha sido siempre susceptible de reproducción" (1989, p.1). Empero, "la reproducción técnica de la obra de arte es algo nuevo que se impone en la historia intermitentemente, a empellones muy distantes unos de otros, pero con intensidad creciente" (1989, p.2). Para Benjamin, la reproducción técnica de la obra de arte hace que se pierda su "aquí y ahora", su autenticidad, lo que atrofia el "aura" de la obra.

Esta reflexión interpreta la reproducción de la obra de arte como un proceso sintomático; aquí, la significación señala por encima del ámbito artístico. Conforme a una formulación general: la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones pone su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepetible. Y confiere actualidad a lo reproducido al permitirle salir, desde su situación respectiva, al encuentro de cada destinatario. Ambos procesos conducen a una fuerte conmoción de lo transmitido, a una conmoción de la tradición, que es el reverso de la actual crisis y de la renovación de la humanidad (Benjamin, 1989, p.3).

Benjamin explica que el carácter místico de los bienes-mercancías culturales está relacionado con la reproducción técnica y no solo, como creía Marx, con la forma como el mercado impulsa a los productores a elaborar bienes para satisfacer las necesidades ajenas. No obstante, no valora la reproducción técnica de bienes culturales como negativa. Para Benjamin, la reproducción técnica puede usarse de varias maneras, y dependiendo de ellas, resulta positiva o negativa.

La postura de Adorno es diferente. El filósofo alemán plantea que, gracias a la reproducción técnica de los bienes culturales, se originan “industrias culturales” que satisfacen las necesidades de las masas con bienes estándares (1998, p. 166). De esta manera, dice Adorno, se silencian formas de producción cultural alternativas y se controla y manipula a las masas sociales.

Pero en todo ello se silencia que el terreno sobre el que la técnica adquiere poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter coactivo de la sociedad alienada de sí misma. Los automóviles, las bombas y el cine mantienen unido el todo social, hasta que su elemento nivelador muestra su fuerza en la injusticia misma a la que servía. Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual. La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual. El paso del teléfono a la radio ha separado claramente los papeles. Liberal, el teléfono dejaba aún jugar al participante el papel de sujeto. La radio, democrática, convierte a todos en oyentes para entregarlos autoritariamente a los programas, entre sí iguales, de las diversas emisoras. No se ha desarrollado ningún sistema de réplica, y las emisiones privadas están condenadas a la clandestinidad (Adorno, 1998, 166).

Adorno valora como necesariamente negativa la reproducción técnica y mecánica de los bienes culturales. Considera que es en esencia un medio de propaganda y persuasión ideológica de masas, y excluye formas alternativas de producción liberadoras. La reproducción técnica de los bienes culturales ha contribuido bastante a que, en la época del capitalismo global, los bienes culturales circulen mundialmente. Con excepción de los fabricados artesanalmente, en esta época los bienes culturales se fabrican en masa, industrialmente, para personas que viven en uno u otro lado del globo. Benjamin y Adorno no observan que la reproducción en masa lleva a la globalización de los bienes culturales. Estos autores se detienen en cómo la reproducción en masa produce consecuencias en Europa o Estados Unidos. Empero, este fenómeno tiene, hoy en día, alcances globales. En efecto, en la época del capitalismo global, en Londres y Shanghái, en Bogotá y Nueva Delhi, en Miami y Roma, en malls y librerías tradicionales o incluso en Amazon, en esta época, aquí y allá circulan las películas de Walt Disney, las novelas de Gabriel García Márquez, el iPad, las camisetas del Real Madrid y el FC Barcelona, las obras de Jacques Derrida, la música de Lady Gaga.... Circulan bienes culturales legítimos e ilegítimos, altos y bajos, nobles y vulgares,

intelectuales o característicos de la cultura del entretenimiento. Esta globalización de los bienes culturales no sería posible si las sociedades capitalistas no fueran capaces de reproducir en masa una creación original. Y, a su vez, la reproducción en masa de los bienes culturales no sería tan atractiva si ella no permitiera la mercantilización de los bienes culturales, y con ello, la consagración de creadores culturales y la institucionalización de objetos del trabajo humano como bienes culturales. Desde este punto de vista, no es la reproducción en masa lo que altera la naturaleza de los bienes culturales, sino que, por el contrario, la emergencia del capitalismo. Al transformar la naturaleza del trabajo, los productores y los bienes culturales, el capitalismo ocasiona que se imponga la producción de bienes culturales en masa.

LA PRODUCCIÓN DE BIENES CULTURALES EN AMÉRICA LATINA DURANTE LA ÉPOCA DEL CAPITALISMO GLOBAL: LA PERSPECTIVA DE GARCÍA CANCLINI

En este contexto han aparecido precisamente reflexiones que confrontan posturas como las de Adorno y Benjamin. En los años 90, sobre la base de las reflexiones acerca de la mercancía y la “industria cultural” de Marx, Benjamin y Adorno, conceptualizaciones previas de las “artes creativas” y cambios en las ideas del “consumidor” y “el ciudadano”, un conjunto de académicos planteó la idea de las “industrias creativas” como una oportunidad para ligar el arte público y el mercado comercial con el fin de descubrir nuevas posibilidades teóricas y comerciales (Hartley, 2005, p. 6). La idea de las “industrias creativas” supone el replanteamiento de la valoración negativa de la producción cultural. Hartley sostiene que, en los años 90, las instituciones políticas y los creadores de políticas públicas han venido reconociendo la importancia de las industrias creativas en las “nuevas economías”, que están basadas más en la información que en la mano de obra y en las que, por consiguiente, las industrias creativas pueden desempeñar un rol importante en lo que se refiere a la creación de valor económico. Además, plantea (2006) que el desarrollo de industrias creativas crea empleos para aquellos profesionales de las ciencias sociales, las humanidades y las artes, los cuales son producidos en serie por el sector educativo y muchas veces no encuentran formas de inserción en el mercado laboral diferentes a las de incorporarse a este mismo sector. Igualmente, considera que las industrias creativas minan las distinciones entre alta cultura y cultura popular, le dan mayor visibilización a los bienes culturales que no son producidos en contextos académicos y educativos y contribuye a la formación de ciudadanos y de consumidores instruidos. Por estas razones, abandona las consideraciones anticapitalistas de Marx y Adorno y valora positivamente las condiciones de producción de bienes culturales que el capitalismo global produce mundialmente.

Como señala Hartley (2005), las interpretaciones sobre la producción y el consumo de bienes culturales se encuentran influidas por el contexto en que fueron producidas y la nacionalidad de quienes las plantearon. Así, mientras que unos, influidos por las ideas de Adorno, interpretan la

producción cultural en la era del capitalismo global de forma negativa, otros, con base en el discurso de las industrias creativas, conciben la producción cultural en dicha época positivamente. Además, tales reflexiones fueron elaboradas con base en datos de la sociedad estadounidense y las sociedades europeas (por ejemplo, las ideas de Marx, en que se basan los frankfurtianos, provienen del análisis de la Inglaterra de la primera revolución industrial) y, por lo tanto, como no pueden explicar los fenómenos y procesos sociales asociados a la producción cultural en Latinoamérica, no son suficientes para establecer si en América Latina la producción cultural en la era del capitalismo global es negativa o positiva.

Néstor García Canclini ha mostrado que las condiciones en que se producen y consumen bienes culturales en la América Latina difieren de las que se encuentran en Europa y Estados Unidos. Según el antropólogo argentino (en Hartley, 2005, p.93), en América Latina la producción cultural aparece en unas condiciones ligadas a la forma como sociedades multiculturales conviven entre sí. En los estados nacionales de Latinoamérica se encuentra una heterogeneidad de actores sociales que participan en la producción cultural con propósitos diversos. Por ejemplo, mientras que las élites promueven políticas de producción cultural para modernizar la región, las comunidades indígenas crean bienes culturales para proteger sus tradiciones. Aún más, el proceso de contacto y cambio cultural que se inició con la Conquista de América ha producido sociedades híbridas, en las que se observan manifestaciones culturales que resultan de la hibridación entre elementos culturales difundidos por las sociedades occidentales y elementos autóctonos latinoamericanos. Este proceso, a partir de los años 50, aparece fuertemente influido por la producción cultural. Según García Canclini (en Hartley, 2005, p.97), desde esta década, el acceso principal a los bienes culturales tiene lugar por medio de los medios electrónicos de comunicación. Ahora bien, estos medios le dieron prioridad a la información y las formas de entretenimiento producidas en los Estados Unidos, invisibilizando así la diversidad de culturas nacionales y marginando a los medios de comunicación autóctonos.

En estas sociedades multiculturales, las condiciones de producción de bienes culturales no están necesariamente caracterizadas por la manifestación del “fetichismo de la mercancía”. Este fenómeno aplicaría en condiciones derivadas de la introducción del capitalismo en América Latina (como se puede observar en áreas urbanas), pero ese no es el caso si se habla de comunidades indígenas o afroamericanas, por ejemplo. En América Latina esas condiciones son más heterogéneas. En unos casos, son producidas por el capitalismo. En otros, tienen que ver con la forma como determinadas comunidades producen bienes culturales con base en tradiciones ancestrales, las cuales son amenazadas por los procesos de integración que promueven los defensores de la “modernización”, y el “capitalismo global”. Benjamin, por ejemplo, es consciente de la forma como el capitalismo destruye la forma como la producción de bienes culturales refleja tradiciones locales. No obstante, habla de tal manera como si ello ya hubiera sucedido. Esta interpretación no es

válida tratándose de esta región. Aquí, sucede toda una tensión entre miembros de diferentes culturas de la que se derivan las condiciones en que los agentes sociales producen bienes culturales. Como ya se dijo, esa tensión es tal que los bienes culturales producidos en el extranjero tienen mayor influencia y visibilidad que los bienes producidos en América Latina, lo que tiene efectos en la manera como las personas se conciben a sí mismas y a sus culturas nacionales.

Según García Canclini (en Hartley, 2005, p.95), en los años 90, los estados nacionales de América Latina fomentaron y aplicaron políticas liberales de desarrollo de industrias creativas y culturales con el argumento de que de esta manera se podía modernizar e integrar la región, y asimismo hacerla competitiva frente a otras regiones mundiales en el contexto de la globalización. A su juicio, estas políticas fallaron con dos razones. En primer lugar, promovieron la homogeneización de la población. En segundo lugar, destruyeron las industrias creativas y culturales nacionales. Esta perspectiva de García



Canclini surge de una reflexión sobre la producción cultural que, al mismo tiempo que se inscribe en las reflexiones europeas y estadounidenses sobre el tema, tiene en cuenta que las condiciones que en América Latina experimentan los productores de bienes culturales, están asociadas al carácter multicultural de los estados nacionales latinoamericanos.

Su perspectiva muestra que si bien, como sucede en Estados Unidos, Australia y el Reino Unido, en América Latina el capitalismo global incita a los productores de bienes culturales a la producción de bienes-mercancías que circulan en el mercado (lo que implica una participación en las relaciones sociales económicas), no todos los productores de bienes culturales elaboran mercancías. Además, no son reconocidos por la audiencia mayoritaria como bienes sino aparecen como mercancías. Ahora bien, las consecuencias del hecho de que el régimen capitalista de producción determina la forma como socialmente son concebidos los bienes culturales, son diferentes en América Latina. Aquí, este

hecho afecta las tradiciones de comunidades ancestrales que aún no se han modernizado o adoptado el régimen capitalista de producción y que no producen mercancías. En este caso, es difícil que los bienes culturales producidos por estas comunidades sean reconocidos nacionalmente como tales. Y, si estas comunidades producen mercancías, ello implica procesos de fragmentación y crisis intracultural que pueden ser traumáticos y alienantes.

La perspectiva de Canclini, que se deriva de la explicación antropológica del carácter multicultural de los estados nacionales latinoamericanos, contribuye a la discusión de cómo las políticas públicas fomentan el que los ciudadanos de los estados nacionales latinoamericanos produzcan bienes culturales. El impulso a las políticas públicas constituye uno de los resultados más visibles del discurso europeo y estadounidense de las industrias creativas. Canclini observa que en América Latina se puede caer en el riesgo de reproducir acríticamente este discurso sin reflexionar acerca de las



condiciones en que se producen bienes culturales en estas latitudes. Por esta razón, el autor recurre a las discusiones sobre el desarrollo del siglo XX. A su juicio, las políticas públicas han hecho un giro desde el indigenismo paternalista a nuevos modos de autonomía política. Ahora bien, las élites han confrontado estos intentos emancipatorios, mientras que las comunidades indígenas quieren ser concebidas como naciones en sí mismas, lo que ha creado un conflicto intercultural en los países de América Latina. Este conflicto está asociado a las posibles políticas con que se puede influir en las condiciones de producción de bienes culturales.

García Canclini observa que las políticas liberales de los 90 han intensificado estos conflictos, creando así pobreza y marginalización. El autor concluye que el análisis de las relaciones entre grupos interculturales no puede entenderse solo en términos del antagonismo entre grupos dominantes y subalternos. A su juicio, hay cambios promisorios en las políticas gubernamentales y en nuevos modos de plantear el debate de los conflictos entre la tradición y la modernización.

La perspectiva de Canclini muestra que deben reconsiderarse dos posiciones. Por una parte, la creencia de los defensores del discurso europeo de las industrias creativas de que la industrialización de la cultura es beneficiosa per se para la cultura. En América Latina, la producción industrial y mercantil de bienes culturales ocasiona la ruptura de tradiciones de grupos indígenas, invisibiliza el carácter multicultural de los estados nacionales latinoamericanos y produce conflictos interculturales que no existen en Europa. Y, por la otra, la creencia elitista de que es completamente negativo el que la obra de arte se convierta en mercancía. Como observa Canclini, en América Latina, el problema de la industrialización de los bienes culturales no consiste en que se controle a las masas por medio de bienes culturales (tal como lo dice Adorno); se debe a la manera como productores de bienes culturales de los estados nacionales latinoamericanos pueden aspirar a competir en el mercado con los bienes producidos en Europa y Estados Unidos en un contexto global, y como se generan conflictos entre esos mismos productores y grupos sociales que no producen bienes culturales de una forma mercantil.

CONCLUSIONES

En América Latina, los herederos de las interpretaciones marxistas sobre las industrias culturales no solo han de valorar las condiciones de producción y consumo de bienes culturales durante la época del capitalismo global como positivas o negativas a partir de las posiciones que plantean los teóricos que fabricaron tales interpretaciones. También pueden examinar a fondo estas condiciones, poner de manifiesto los problemas sociales que se relacionan con las mismas, y construir una perspectiva adecuada para explicar tales problemas, lo que implica la discusión de sus fundamentos. Canclini muestra que, a diferencia de Europa y Estados Unidos, los problemas sociales relacionados con la producción y el consumo de bienes culturales dependen de características singulares como el carácter multicultural de las naciones latinoamericanas, los conflictos entre modernización

y tradición y las políticas públicas emprendidas por los gobiernos para integrar las naciones de la región. Por lo tanto, no se puede usar las interpretaciones marxistas de las industrias culturales para explicar con un gesto mecánico y automático los problemas sociales latinoamericanos. Es preciso adaptarlas a los contextos en que aparecen estos problemas. El propósito de este artículo era hacer esta aclaración, la cual guarda consecuencias teóricas, metodológicas y prácticas:

En primer lugar, una crítica y reinterpretación de aquellas posiciones de autores como Marx, Benjamin y Adorno que son desmentidas por las condiciones sociales de América Latina. Leer a Marx es casi una obligación para los investigadores de las industrias creativas. Pero ello no implica aplicar mecánicamente sus teorías, las cuales fueron desarrolladas para explicar el surgimiento del capitalismo en Europa, a la realidad latinoamericana. Tampoco implica comprometerse con los supuestos filosóficos y políticos que encontramos en la obra del filósofo alemán. Merece la pena recordar que el filósofo promovía el colonialismo inglés en la India, lo que quiere decir que promovía la europeización de las periferias y que cuestionaría la integración regional en términos multiculturales que promueve Canclini. Como plantea Derrida en *Espectros de Marx*, hay muchos espíritus de Marx, y, por lo tanto, muchas maneras de heredar su obra. Lo mismo podría ser dicho de Benjamin y Adorno.

En segundo lugar, una evaluación de las metodologías y las teorías precisas para entender el contexto latinoamericano y construir un marco teórico con base en el que se pueda dialogar con autores de otros continentes. Merece la pena distinguir entre las teorías y las metodologías con que se trabaja, los problemas que se quiere resolver y los contextos que se busca explicar. Se puede emplear las interpretaciones europeas y estadounidenses de las industrias culturales, pero para explicar problemas y contextos propios de América Latina, no para reproducir problemas y explicaciones que responden a otros contextos. Esto debería ser claro pero es una dificultad recurrente entre estudiantes, investigadores, políticos, activistas y docentes. ¿Cómo se resuelve esta dificultad? Describiendo e interpretando correctamente los contextos que queremos explicar con la ayuda de estas metodologías y teorías, en actuar selectivamente, discriminando lo apropiado y lo inapropiado, lo verdadero y lo falso. En subrayar, por último, los límites de la teoría y el comienzo de nuestra voz independiente.

Y, en tercer lugar, la formulación de las políticas, las acciones y las decisiones que resulten de esta empresa académica con base en la consideración de las condiciones sociales latinoamericanas. Cabe observar que estas interpretaciones no solo son académicas. Una de las ventajas que poseen es que se pueden emplear en intervenciones sociales, económicas y políticas. Actualmente, los intérpretes latinoamericanos de las industrias culturales no solo busca innovar académicamente en el área, sino crear conocimientos útiles para promover la cultura en la región.

Finalmente, merece la pena observar que el hecho de que las posiciones de los intérpretes estadounidenses y europeos

de la producción y el consumo de bienes culturales no se adecúen por completo a las condiciones sociales de América Latina, no significa que no debamos leerlos. De hecho, nos obliga a leerlos más y mejor. Estos autores no pueden ser obviados (crear lo contrario, nos puede llevar a creer que hablar del contexto es suficiente si se quiere hacer investigaciones pertinentes. El recorrido por la teoría dirige a la investigación al terreno de lo que no se ha dicho y merece ser puesto en palabras). Solo la lectura rigurosa de sus obras puede mostrar tanto los errores y límites como los aciertos y horizontes de sus interpretaciones. Aunque no fueron formuladas para explicar el contexto latinoamericano comprenden valiosas lecciones para los herederos que aquí quieren explicarlo.

¹Las industrias culturales son el conjunto de bienes y servicios culturales protegidos por el derecho de autor cuya cadena de creación, divulgación y apropiación cultural reproduce creaciones literarias, musicales, audiovisuales o escénicas a escala masiva o de servicios culturales, cuya naturaleza satisface intereses culturales (Rey Vázquez, 2009, 62).

²En "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas" (1944-1947), Adorno y Horkheimer plantean que, en el capitalismo tardío, el comercio de bienes culturales se basa en el principio de comercialización, no en su contenido, y se aplica la motivación del beneficio a los "productos autónomos del espíritu". Además, ven de forma negativa los efectos de la industria cultural sobre el individuo, al que embrutece y someten a una colectivización banal sin contenido. En "La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica" (1936), Walter Benjamin analiza como el arte, con los nuevos medios de reproducción técnica, obtiene un aura autónoma, lo cual puede ser empleado para la formación de "exigencias revolucionarias" en la política artística. La obra antedicha buscaba actualizar el análisis de la producción capitalista, examinando condiciones económicas y sociales que el autor de *El Capital* no había conocido y que, por lo tanto, no se examinan en "El fetichismo de la mercancía y su secreto". Pierre Bourdieu, con base en una crítica a los fundamentos esencialistas y metafísicos de la teoría marxista, plantea una teoría de los campos sociales con base en la cual describe cómo los productores y consumidores culturales se inscriben en los subcampos del espacio social y compiten en luchas de fuerzas con miembros de otros campos. En *La Distinción* (1979) y *Las reglas del arte* (1992), el sociólogo francés muestra cómo, con base en ciertos *Habitus*, lógicas y estructuras, en el campo cultural se dan gustos dominantes, se obtienen formas de poder simbólico, y al mismo tiempo, se dan dependencias económicas respecto a otros campos sociales. Al mismo tiempo, explica cómo los gustos varían dependiendo del tipo de capital social disponible, el origen, la edad y la educación. A su vez, en *El pensamiento salvaje* (1962), Levi-Strauss cuestiona la manera como las sociedades capitalistas entienden la historia, analiza la manera como otras sociedades la entienden, y con ello, da lugar al reconocimiento de maneras diferentes de pensar, producir y consumir la cultura, las cuales, pese a parecer exóticas y primitivas, tienen la misma rigurosidad del científico moderno. Finalmente, Williams (*Cultura and society, 1780-1950, 1958*), Antonio Gramsci (*Los intelectuales y la organización de la cultura, 1949*), Paul Willis (*Learning to labour, 1977*), Arjun Appadurai (*La modernidad desobrada. Dimensiones culturales de la globalización, 2004*), y Marshall Berman (*Todos los sólidos se desvanecen en el aire, 1971-1981*) a partir de los estudios culturales, la economía política, la antropología y la sociología de la cultura, examinan la forma como en las sociedades industriales se producen, aprenden y transmiten los bienes culturales. Estos intérpretes ponen de manifiesto los principios, las lógicas y las estructuras que conforman la modernidad y que determinan las condiciones de producción y consumo de bienes culturales, además de otros fenómenos sociales. Por esta razón, pueden ser entendidos como intérpretes que completan los análisis de Marx sobre la mercancía.

³Estas condiciones son fruto de dos procesos históricos. En primer lugar, la emergencia del capitalismo en la Europa Occidental del siglo XVI. Según Marx (2002), debido a la emergencia de este régimen de producción, fue sustituida la organización feudal o gremial de la industria, primero, por la manufactura, y después, por la gran industria moderna, que creó un mercado mundial ya preparado por el descubrimiento de América, lo que dio inicio a la llamada globalización. Debido a la emergencia del capitalismo, hubo cambios en la manera como los agentes sociales gestionan las condiciones de producción de bienes culturales, en los bienes culturales mismos, y también en el ser social de los productores. Los científicos sociales, sensibles a los problemas que implican estos cambios, decidieron investigarlos y contribuir así a su comprensión. En segundo lugar, la globalización (globalization). Esta comprende un proceso de creciente internacionalización o mundialización del capital financiero, industrial y comercial, nuevas relaciones políticas internacionales y la aparición de la empresa transnacional que a su vez produjo -como respuesta a las constantes necesidades de reacomodo del sistema capitalista de producción- nuevos procesos productivos, distributivos y de consumo deslocalizados geográficamente, una expansión y uso intensivo de la tecnología sin precedentes (Mateus & Brazzet, 2002, 67). El capitalismo no es necesariamente global. Sin embargo, durante las últimas décadas, en las que se aceleró la globalización, se convirtió en capitalismo global puesto que las interacciones sociales suceden ahora a escala global, lo que se observa en flujos culturales globales que tienen dimensiones particulares (Appadurai, 1996). Ello implica que las condiciones de producción cultural están relacionadas con procesos históricos, económicos, culturales y tecnológicos y, en consecuencia, en las últimas décadas, las reflexiones de los científicos sociales sobre esas condiciones no solo tienen en cuenta un determinado contexto local, como sucedía otrora, sino que también la forma como ese contexto local se articula con condiciones originadas por el capitalismo global.

⁴Desde la década de 1990, instituciones privadas y públicas, universidades y empresas del mal llamado "nuevo continente" se han interesado por la identificación de las industrias culturales y creativas, por el análisis de la manera como estas industrias contribuyen a las economías nacionales. En este contexto, las interpretaciones europeas y estadounidenses de la producción de bienes culturales han sido empleadas para definir y caracterizar las industrias creativas nacionales; hallar, plantear y examinar los problemas sociales que se observan en las industrias creativas nacionales; formular políticas públicas y privadas; y realizar proyectos de incubación, desarrollo, fomento y evaluación de industrias creativas. Aquí, me centraré específicamente en las condiciones económicas, sociales y culturales que durante la era del capitalismo globalizado, en los países de la América Latina, actores sociales de diversos campos culturales (por ejemplo, artistas, escritores, diseñadores o periodistas) producen bienes de este tipo.

⁵¿Por qué? Precisamente debido a que el espectador de la sociedad capitalista concibe, debido a un proceso extraño, el objeto de arte como un fetiche-mercancía con el que se relaciona como si estuviera interactuando con otra persona. Esto también se daba a que hay una fuerte división del trabajo y la obra de arte, pese a las apariencias, solo pueda ser resultado de muchos trabajos incorporados, y esto, según Marx, hace que este objeto sea místico, que no haya interacción con todos los que participaron en su producción sino con el objeto.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica del Iluminismo*. Madrid: Trotta.
- Albornoz, L. (2005). Las Industrias Culturales como concepto. *Revista del Observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires*, 3.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Appadurai, A. (1986). *The social life of things*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bachelard, G. (2000). *La poética del espacio*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Bachelard, G. (2004). *Estudios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bataille, G. (2007). *El erotismo*. Madrid: Tusquets Editores.
- Baudrillard, J. (1997). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairos.
- Benjamin, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. En *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus. Recuperado de <http://diegolevis.com.ar/secciones/Infoteca/benjamin.pdf>.
- Benjamin, W. (1969). *Illuminations*. New York: Schocken.
- Berman, M. (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI.
- BOP CONSULTING (2010). *Mapping the creative industries: a toolkit*. London: British Council's Creative and Cultural Economy Series.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (1996). *The rules of Art. Genesis and structure of the literary field*. Stanford: Stanford University Press.
- BRITISH COUNCIL (2010). *Mapeo de las industrias creativas en Bogotá*. Recuperado de <http://www.britishcouncil.org.co/mapeo.pdf>
- Derrida, J. (2012). *Espesros de Marx*. Madrid: Trotta.
- García Canclini, N. (2012). *Geopolítica de la industria cultural e iniciativas emergentes*. III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual. Recuperado de http://www.asaeca.org/aactas/garc_a_canclini_n_stor_-_geopol_tica_de_la_industria_cultural_e_iniciativas_emergentes.pdf.
- García Canclini, N. (2001). *Sociedades híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Madrid: Paidós Ibérica.
- García Canclini, N. (2008). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- Gramsci, A. (2004). *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires: Nueva Visión Argentina.
- Hartley, J. (2005). *Creative Industries*. UK, USA, Australia: Blackwell Publishing.
- Harvey, D. (1990). *Los límites del capitalismo y la teoría marxista*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Mateus, J. R., & Braszet, D. W. (2002). *La globalización: sus efectos y bondades*. En *Economía y Desarrollo*, 1 (1), 65-77.
- Levi-Strauss, C. (1997). *El pensamiento salvaje*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Marx, K. (1973). *El Capital. Crítica de la economía política*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Marx, K. (2002). *Manifiesto del Partido Comunista*. Bogotá: Panamericana Editorial.
- Newbiggin, J. (2010). *The creative economy: an introductory guide*. London: British Council's Creative and Cultural Economy Series.
- Rey Vazquez, D. M. (2009). "El debate de las industrias culturales en América Latina y la Unión Europea". *Época* (XXV), 30, pp. 61-84.
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. London and New York: Oxford University Press.