

Tema 6: Cultura

1. Definición de cultura: se refiere al orden simbólico de una sociedad, y se expresa tanto en los objetos de la vida cotidiana como en las ideas y valores que rigen en ella.

1.1. Cultura Material

Todos los objetos de uso cotidiano expresan de algún modo el orden simbólico y el sistema social, porque se relacionan con los usos y costumbres de una sociedad.

Cuando en una exploración arqueológica descubren los restos de una civilización, pueden estudiar su cultura por medio de los objetos que encuentran. Por ejemplo, se puede saber si era un pueblo guerrero o no, cómo hacían su comida, si tenían grandes diferencias sociales, etc.

En la actualidad, podemos imaginar lo que se podría saber de nuestra sociedad tan solo estudiando los objetos que usamos, los edificios que construimos, y demás.

En la cultura material se distinguen tres niveles: a) el rasgo cultural, que es la pieza más pequeña que es representativa de una cultura (una cuchara, un móvil, un arma, una prenda de ropa); b) el complejo cultura, que se refiere a una unidad mayor (un edificio o grupos de edificios); y c) el área cultural que se refiere a un entorno mayor, por ejemplo, un valle donde hay varias construcciones.

1.2. Cultura simbólica

Se puede dividir en:

a) Sistema de información y comunicación. Depende también de las tecnologías de la información que haya desarrolladas en una cultura (serán elementos de la cultura material), y es del que depende la producción de símbolos. Cuanto más elaborada, más compleja puede ser una sociedad.

b) Sistema de valores, juicios y normas. Son las creencias y valores que establecen los criterios para actuar dentro de una sociedad, las que justifican el orden social y lo hacen posible. Los valores definen el sentido que se da a las cosas en una sociedad determinada y el modo en que las personas pueden participar de ella.

c) Sistema de prácticas y rituales. Las prácticas se establecen a través de la interiorización de los valores, son formas de actuar comunes dentro de una sociedad. Los rituales son la expresión de prácticas que reflejan los valores “sagrados” de una sociedad.

d) Sistema de interpretación. Tiene que ver con la capacidad de interpretar y conocer el mundo. Las creencias, la ciencia, la metodología de investigación, estarían dentro de este sistemas. La propiedad clave de la ciencia en el sistema de interpretación del mundo de la sociedad actual es la posibilidad de acumular conocimiento.

2. Cultura occidental

La cultura occidental sigue una tradición que ha terminado desembocando en la cultura capitalista de la actualidad. Empezando por la cultural clásica, el medievo, el renacimiento, la ilustración, y finalmente la sociedad contemporánea que incorpora los resultados de toda esta trayectoria.

Podemos identificar los siguientes principios clave en la cultura occidental:

2.1. Conocimiento científico, caracterizado por buscar la universalidad y la acumulación del saber. La ciencia tal como la conocemos hoy en día responde a una tradición filosófica occidental, a su epistemología científica. Ha permitido el desarrollo de la civilización y de las fuerzas productivas.

2.2. Cultura burguesa capitalista. Como clase social dominante, la burguesía ha imprimido sus valores en la cultura occidental, que hoy identificamos mejor como la cultura capitalista. Es una forma de ver el mundo relacionada con la primacía de la economía y el desarrollo industrial. Las producciones culturales, tanto materiales como simbólicas, también tienen lugar de forma industrial y está regida por las leyes del mercado.

La cultura burguesa y capitalista no son exactamente lo mismo. “Burguesa” hace referencia a la cultura de los inicios del capitalismo moderno, especialmente de los siglos XIX y XX, mientras que hoy en día ya no tiene tanto sentido hablar de “cultura burguesa” porque el capitalismo ha evolucionado hacia formas culturales y productivas más complejas. La fase actual del capitalismo desde finales del siglo XX sería el neoliberalismo, que rompe con algunos de los supuestos de la cultura burguesa.

2.3. Procesos de distinción cultural

En la cultura capitalista genera una mayor oferta de productos de consumo, con lo que se incrementan las posibilidades de diferenciarse. Asimismo, estas diferencias se asocian a la obtención de un estatus, son “consumos de distinción” (Bourdieu) con los que las personas buscan afianzar su valor social y que operan tanto en la cultura popular como en la alta cultura.

2.4. Individualismo y fragmentación social

El desarrollo cultural de la sociedad moderna se relaciona con un proceso de individuación de la sociedad. El concepto de individuo no tiene relevancia hasta el Renacimiento y la Ilustración y a partir de ahí, comienza una progresiva individuación, cada vez nos hacemos más individualistas y los lazos sociales pierden fuerza. Así, pasamos de la familia tradicional extensa, a la familia nuclear, y en general las personas piensan en sí mismas como individuos aislados.

2.5. Cultura crítica, espíritu crítico

La Ilustración también inaugura el pensamiento crítico y lo convierte en un eje central de la cultura actual. En la actualidad, algunos pensadores dicen que el espíritu crítico está en decadencia debido a la relevancia de los medios audiovisuales que limitan la capacidad de distanciarse de la información que recibimos.

3. Tres grandes críticos del proceso cultural

3.1. Marx

Para Marx la cultura es la superestructura de la sociedad, que se construye sobre la infraestructura de las relaciones económicas, y por lo tanto depende de esta última. Además, la superestructura tiene el sentido de justificar el orden social cuya naturaleza es realmente económica y material. En este sentido, la cultura (especialmente la capitalista) estaría dominada por sistemas ideológicos cuya principal razón de ser es justificar el orden y las diferencias sociales. Por lo tanto, lo que dice Marx es que la cultura no es autónoma con respecto a la economía, y que no debe serlo, que tenemos que ser conscientes de la relación que existe entre la cultura y las relaciones económicas, de clase, etc.

3.2. Freud

La cultura surge del proceso de sublimación de los impulsos libidinales. La libido es para Freud la fuerza o la energía que nos invita a actuar, y que es de naturaleza sexual, es una forma de excitación que nos empuja. Así, cuando no podemos satisfacer nuestros impulsos sexuales y inconscientes, tendemos a sublimarlos, es decir, a expresarlos de una forma más elevada, y de ahí surge según Freud la cultura como expresión del control de los impulsos de la sociedad.

En este sentido, Freud destaca los aspectos psicológicos detrás del proceso cultural, y puesto que este está ligado al control de impulsos instintivos o primarios, predice que siempre habrá una cierta tensión entre los impulsos (las pulsiones de libertad sexual) reprimidos y los valores sociales. De ahí que hable del “Malestar de la cultura” como una tensión interna que siempre estará presente. Además, en el libro “El malestar de la cultura” describe lo que sería el origen de esta tensión, a través de una “fantasía antropológica” en la que imagina el desarrollo de las primeras sociedades sobre el asesinato del protopadre y el cumplimiento del complejo de Edipo.

3.3. Simmel

Simmel diferenciaba entre la cultura objetiva y la cultura subjetiva. La objetiva es la que tiene que ver con la acción, la producción y el patrimonio de lo material. La subjetiva se refiere al mundo de los símbolos, la reflexión y el mundo interno, es decir, la experiencia subjetiva de la realidad social. El sentido de la cultura superior es para Simmel el perfeccionamiento de la vida interior, es decir, el desarrollo de la cultura subjetiva hacia cotas de mayor complejidad y satisfacción: La cultura subjetiva es la que determina el objetivo de desarrollo superior de la cultura.

Para ello, tiene que haber un equilibrio entre el desarrollo de la cultura objetiva y la subjetiva. Sin embargo, en nuestra época existe una contradicción entre el espectacular desarrollo de la cultura objetiva y la producción de objetos y productos culturales de todo tipo, con respecto a la cultura subjetiva. En otras palabras, la cultura objetiva cuenta con una excesiva autonomía, y cuanto más se desarrollan los bienes culturales, más se empobrece la cultura subjetiva.

Este desequilibrio tiene mucho que ver con el hecho de que la cultura moderna se guíe de acuerdo a los intereses económicos, que prestan más atención al desarrollo de objetos y productos culturales que a la calidad de la experiencia subjetiva de la cultura.

3.4. Crítica Ecofeminista. Val Plumwood

La cultura occidental se asienta sobre la dualidad, simplificando la realidad en una oposición de pares de ideas o valores, enfrentados y excluyentes, en el que uno es esencialmente superior a otro: materia-espíritu; cultura-naturaleza; hombre-mujer; razón-emoción; espacio público-espacio privado; trabajo producción-trabajo reproductivo; civilizado-primitivo.

Esta forma de pensar basada en una simplificación ontológica extrema lleva a justificar la sobreexplotación de los recursos naturales, la opresión de quienes se asocian con el valor negativo: (mujeres, otros pueblos, niños), así como la minusvaloración de una parte importante de prácticas y valores humanos.

Material complementario: https://www.youtube.com/watch?v=1UdMQdejr_M

4. La sociedad de masas

El desarrollo de la industria cultural da lugar a una cultura de masas.

4.1. El concepto de masa y sus características:

- La masa es heterogénea en su origen pero homogénea en su comportamiento. Las personas que forman parte de una masa quedan igualadas al hacerlo, no importa si son de diferentes clases o niveles culturales, todas se comportan de forma similar. En el caso de la cultura de masas, la producción cultural masiva es igual para todos, las películas más taquilleras satisfacen los intereses de personas de muy distinto origen social.
- Los individuos en una masa son anónimos y están “normalizados”. Sus características personales pierden importancia. En el caso de los usuarios de internet, los individuos son también clasificados conforme a sus gustos, perfilados conforme a un criterio estadístico que reduce su individualidad a una serie de características.
- Los individuos están juntos, pero aislados. No hay interacciones inter-individuales, actúan como un conjunto. En el consumo de medios de comunicación los individuos están aislados físicamente, aunque todos consumen lo mismo.
- La masa no tiene forma definida, no está organizada. La masa es informe. Todos sus miembros son una homogeneidad sin capacidad de autonomía. Por lo tanto, en la masa tampoco hay valores guía, ni sistemas de normas, se actúa por impulso.

La sociedad de masas emergió en la modernidad principalmente cuando se produce la pérdida de la cohesión social y de las raíces locales de los pueblos. Las grandes migraciones a la ciudad permiten esta pérdida de identidad local y convierten más fácilmente a las personas en individuos aislados dentro de la masa.

→ Lo que nos “sujeta” a la sociedad son los regímenes normativos en los que nos encontramos. En una sociedad muy cohesionada y local tenemos una vinculación más directa con esos órdenes, pueden resultar muy opresivos (como tradicionalmente en los pueblos), pero también tenemos más posibilidad de acción sobre su forma de funcionar.

4.2. Medios de masas: radio, cine, televisión, prensa, internet, son tecnologías de comunicación que se han convertido en medios de masas para la difusión (masiva) de la información.

En las primeras etapas (radio, televisión, prensa) son medios unidireccionales, pero con Internet aparece también la posibilidad de subir información, aunque no por eso se pierde el componente de medio masivo. En todos los casos, los medios de masas están regidos por la dinámica de consumo, de forma que se desarrolla en la población el hábito de consumo pasivo de información, y la aceptación pasiva de lo que se ve.

Las características de la cultura de masas según Van der Haag:

- Separación entre productores y consumidores: mientras en la cultura popular tradicional los consumidores y los productores están más vinculados, con la producción industrial de la cultura se crea una brecha entre los productores y los consumidores.
- Estandarización obligatoria: la producción masiva de productos culturales lleva a una estandarización de los contenidos, los mensajes y los hábitos. Esto explica que en diferentes países las tendencias culturales sean muy similares.
- Distracción sin complacencia: el consumo cultural es pasivo, por lo tanto está enfocado a la distracción sin un verdadero placer (como el que daba la cultura subjetiva de Simmel). La masa recurre a los productos culturales para escapar de su realidad.
- La aprobación popular es el único estándar moral y estético. Es quizás el más importante de todos. Al estar la cultura de masas guiada por el imperativo del beneficio económico, el único criterio para estipular el valor cultural de las cosas es el de la aprobación popular, por lo tanto, si a la gente le gusta o lo consume es que es bueno. De este modo, la cultura pasa a considerarse como un objeto más de consumo.

5. Globalización cultural y multiculturalismo

El desarrollo de la economía capitalista ha ido acompañado de una globalización de valores que se han transmitido por medio de producción cultural en masa.

- Imperialismo cultural: Se habla de “imperialismo cultural” sobre el modo en que las producciones de Hollywood y los productos de consumo han invadido las culturas de todo el mundo.
- Cultura cosmopolita: Asimismo, la globalización ha dado lugar al desarrollo de una cultura cosmopolita que representa los valores de los profesionales internacionales de una clase media global con acceso a bienes culturales globales.
- Multiculturalismo, necesidad de integrar diferentes culturas dentro de una misma sociedad. Se precisa un marco común general, que permita vivir la especificidad de cada cultura.
 - Grado de integración cultural: las culturas muy integradas son muy homogéneas y poco multiculturales, mientras que cuando la integración cultural es más laxa (por ejemplo, en Estados Unidos), hay una mayor posibilidad de multiculturalismo.

6. Internet y la cultura digital

Nuevas formas de homogeneidad: En Internet parece que se superan algunas de las limitaciones de la cultura de masas, pues no solo hay consumo, sino también producción. Sin embargo, en la práctica tan solo cambia el modo en que se produce ese efecto de masificación. Lo que se acepta pasivamente no son tanto los contenidos, que hay muchos y variados, sino los formatos, las plataformas y sus formas de funcionamiento. La homogeneización se produce a través del consumo masivo de redes sociales generalistas como Twitter y Facebook. El diseño de estas plataformas está asociado con determinados valores y actitudes culturales. Por lo tanto, a pesar de que parece que Internet provee mayor variedad y diversidad, casi un 25% de la población mundial tiene Facebook, lo que quiere decir que, aunque consumen contenidos diferentes, lo hacen siguiendo unas prácticas similares de consumo.

Más información: <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/48899/45625>

Concentración del consumo cultural: Además, incluso en los contenidos hay una mayor concentración del consumo cultural es aún mayor hoy en día que en la época de la industria cultural, pues los grandes hits culturales se extienden por todos los países, con lo que se resienten los ecosistemas culturales locales. Según las estadísticas actuales, la concentración del consumo cultural de música y películas en la era digital es mayor que en la de la industria cultural.

Segmentación automatizada: Otra de las particularidades de la cultura digital es el Big Data, el análisis masivo de datos de los usuarios que distribuye la información de acuerdo a los gustos de los usuarios y, sobre todo, a las inversiones de publicidad de los anunciantes. La cultura está ahora sometida al “poder de los algoritmos” para saber qué contenidos resultan más atractivos, automatizando el principio de que la aprobación popular es el único criterio moral y estético.

Más información sobre el funcionamiento de los algoritmos:

https://elpais.com/elpais/2014/04/09/opinion/1397051613_416850.html

Subculturas digitales: El desarrollo de internet también permite la aparición de subculturas digitales, especialmente entre los jóvenes, en las que se gestan diferentes significados culturales. En el entorno digital las personas pueden buscar con mayor libertad aquellas relaciones que mejor conectan con sus intereses, creando comunidades digitales en las que pueden profundizar en esas ideas o prácticas. Ejemplos: las subculturas en Tumblr, 4Chan y el desarrollo de Anonymous; la alt-right; las comunidades de vídeo-juegos, los grupos de Facebook y Whatsapp, o las redes que se crean en Twitter.