

Alta y baja cultura: el arte de masas. Resumen de *Apocalípticos e Integrados* de Umberto Eco (1964).

Para mis alumnos de “Industrias Culturales”.

Universidad de Valladolid. Campus de Segovia.

Primer trimestre 2018.

En un sentido restringido, ‘la cultura’ se refiere al campo de las artes y de las humanidades (disciplinas como filosofía, historia, filología), campo cultural en el que se ha distinguido de forma elitista entre “la alta cultura” –la música clásica, la pintura, la poesía, las vanguardias artísticas, el cine de arte y ensayo, etc.– y “la baja cultura” o “cultura popular”: la televisión, el rock, el cómic, las novelas románticas, las novelas policíacas y de ciencia ficción, el cine de hollywood, las redes sociales, etc.

Esta distinción entre “alta cultura” y “baja cultura” (que encontramos por ejemplo en la obra del filósofo español Ortega y Gasset, *La deshumanización del arte*, 1924) se produce con el advenimiento del capitalismo, cuando gracias a la tecnología se desarrolla la industria editorial y se empiezan a producir periódicos diarios y obras literarias de gran tirada que van dirigidas al consumo masivo. Esta distinción se consolida con la implantación de nuevas tecnologías, como la cámara fotográfica y el cinematógrafo, que permiten la producción, distribución y exhibición de un nuevo arte industrial para un público internacional.

Esta distinción entre Alta Cultura y Baja Cultura es una distinción elitista inseparable de la sociedad de clases que aparece cuando la burguesía industrial se impone sobre la nobleza.

La sociedad se divide en términos de clases: la clase alta o burguesía son los propietarios de los medios de producción y del capital (tanto del capital económico como del llamado ‘capital cultural’ [Pierre Bourdieu]) y la clase baja o proletaria son aquellos que, al carecer de los medios de producción, se ven obligados a vender lo único que “tienen”, que es su fuerza de trabajo. En este contexto, la “alta cultura” es la que se considera como un patrimonio heredado que escapa a la lógica mercantil y al que sólo tienen acceso una élite minoritaria de privilegiados porque es una cuestión de “educación” y “gusto” que se transmite en el seno familiar, mientras que la “baja cultura” es un tipo de cultura rápida y fácil que se produce de forma industrial para que sea consumida por las masas proletarias.

El libro *Apocalípticos e Integrados* del semiólogo italiano Umberto Eco apareció en 1964 cuando no existía en la universidad un estudio teórico de las industrias culturales y, en

este momento histórico, el libro encontró resistencia entre los intelectuales que se escandalizaron con que un estudioso se tomara en serio los fenómenos de la cultura de masas.

En efecto, se trata para Umberto Eco de defender el producto de la cultura de masas como un objeto teórico digno (p. 46) llevando a cabo “una investigación sobre los lenguajes típicos de los medios de masa [publicidad, comics, televisión, novelas policíacas, novelas de ciencia ficción] y sobre las novedades formales [los valores artísticos originales] que estos han introducido” (p. 77 y p. 79) .

En este libro, Umberto Eco diferencia dos grupos sociológicos, los apocalípticos y los integrados, en función de la actitud frente al fenómeno de la cultura de masas:

1. los apocalípticos, que se caracterizan por:

- su elitismo cultural: al considerar que la cultura se opone a la vulgaridad de la muchedumbre (p. 27), entienden que es un contrasentido “la mera idea de una cultura compartida por todos” y que “la cultura de masas es la anticultura” (p. 28). Para los apocalípticos, “la cultura de masas es radicalmente mala precisamente porque es un hecho industrial” (p. 66).
- su determinismo: entienden que en el régimen capitalista la industria cultural y los medios de comunicación de masas tienen fines de control y de planificación coaccionadora de las conciencias por medio de un vaciado de la crítica que anima a los frutos de la ‘cultura superior’ y por medio de una imposición de ‘una cultura popular’ no genuina (la cultura popular genuina es la que surge espontáneamente desde abajo y se caracteriza por su humor y su vulgaridad). Al estar al servicio del control de las masas, cumplen una función de mantenimiento de las clases pero disimulan dicha función manifestándose bajo el aspecto positivo de la cultura de la sociedad del bienestar, “donde todos disfrutan de las mismas ocasiones de cultura en condiciones de perfecta igualdad”. En esto funcionan como ideologías religiosas (p. 59).
- su desprecio hacia los proletarios: como las industrias culturales utilizan la tecnología ‘democráticamente’ para nutrir la economía del consumo, producen una masiva operación de achatamiento de los usuarios (p. 21): las masas están formadas por individuos que, en vez de tener la capacidad de proyectar de forma arriesgada y responsable su libertad, se dejan arrastrar por “procedimientos prefabricados” por las industrias culturales sobre “qué deben desear y cómo obtenerlo” (p. 240).

El apocalíptico, al concebir que la cultura de masas es por definición reaccionaria, al negar “en bloque” el producto de masa y al reducir a los consumidores a ser ‘hombres-masa’, no analiza el producto de masa “caso por caso para hacer que emerjan sus

características estructurales”, ni intenta nunca “un estudio concreto de los productos y de las formas en que verdaderamente son consumidos”.

A los apocalípticos no les interesa enterarse de si las “masas” entran o no en el juego que se les propone “desde arriba”, de si en realidad poseen “un estómago más resistente de lo que sus manipuladores creen”, que sean capaces de ejercitar “la facultad de discriminación sobre los productos que les son ofrecidos para su consumo, que sepan resolver en estímulos positivos, dirigiéndolos a usos imprevistos, mensajes emitidos con intención muy diversa” (p. 37).

2. los integrados se caracterizan por:

- su concepción democrática de la cultura: consideran que la cultura de masas da lugar al nacimiento de una nueva “aldea global” (McLuhan, 1967: “la nueva interdependencia electrónica recrea el mundo a imagen de una aldea global”) y que la cultura de masas, de por sí, implica “una renovación estilística que tiene constantes repercusiones en el plano de las artes llamadas superiores, promoviendo su desarrollo” (p. 65).
- su falta de conciencia política: los integrados niegan las diferencias socio-económicas entre los productores y los consumidores y, por tanto, niegan la brecha entre los de arriba y los de abajo.
- su poca capacidad crítica: los integrados no disienten de lo que les llega de las industrias culturales (p. 28) y dan por hecho la calidad artística de los productos de la cultura de masas.
- su optimismo: los integrados dan por hecho que la nueva cultura de masas puede llegar a provocar “conmociones culturales de cierto relieve” (p. 64).

Umberto Eco establece esta diferencia entre apocalípticos e integrados para criticar el planteamiento básico que comparten ambos grupos.

Para Eco, ambos grupos parten de una premisa común y es que valoran la sociedad tecnológicamente avanzada en términos morales, es decir, como siendo “mala” o como siendo “buena”. Mientras que los apocalípticos se dedican a *denunciar* e intentar corregir la “obscenidad” de los productos de la industria cultural, debido a su propia “sensualidad reprimida” (p. 37); los integrados se dedican a celebrar indiscriminadamente la presencia de los productos de las industrias culturales, debido su inconsciencia política y a su poca capacidad crítica.

Eco está, como los integrados, a favor de la cultura de masas, pero está de acuerdo con los apocalípticos en que “la existencia de una categoría de operadores culturales que producen [industrialmente] para las masas, utilizando en realidad a las masas para fines de propio lucro en lugar de ofrecerles realizaciones de experiencia crítica, es un hecho evidente” (p. 37). Y es también evidente que “la circulación libre e intensiva de los diversos productos culturales de masa” no es en sí “naturalmente ‘buena’” ya que “en definitiva es una relación paternalista impuesta entre productor y consumidor” (p. 65).

Para superar esta división entre integrados y apocalípticos, Eco propone salirse de la idea común a ambos grupos de que el debate debe girar en torno a la maldad o la bondad de la cultura de masas para comenzar a reflexionar sobre “qué acción cultural es posible” para que los productos de la cultura de masas “puedan ser vehículo de valores culturales” (p. 66). En este sentido, el semiólogo propone acciones en tres niveles diferentes: acciones en la producción, en la recepción y en la teoría.

- los ‘productores de cultura’, en vez de protestar contra las industrias culturales, pueden aceptar la ya inevitable existencia de la industria cultural y comenzar a utilizarla “para fines que la desbordan” (p. 67). Los profesionales que trabajan en las industrias culturales pueden, *desde dentro*, emplear “los mismos medios técnicos” para hacer “discursos distintos” (pp. 22-3). De ello se desprende “la necesidad de una intervención activa de las comunidades culturales”: que las comunidades culturales se comprometan e intervengan de forma eficaz en las diferentes industrias culturales por medio de una *acción política* consistente en llevar a cabo una “crítica cultural” (p. 69).
- los consumidores también pueden llevar a cabo una acción cultural con respecto a la proliferación de los productos culturales. Por ejemplo, pueden responder a los mismos de forma “imprevista” (p. 21).
- la acción cultural posible en el ámbito de la teoría de la cultura de masas no consistiría en “elevar” a las masas al ‘Arte’ (como ámbito de unos ‘privilegiados’), sino que consistiría en:
 1. hacer una “crítica constructiva” a las industrias culturales a partir de una serie de acciones políticas “parciales” con respecto a determinados productos (pp. 67-68).
 2. llevar a cabo acciones sociales individualizadas que permitan al que lee a Proust leer una novela policíaca y “al que habitualmente lee novelas policíacas acceder a una fruición cultural más completa” (p. 75).
 3. producir discursos teóricos que no partan del prejuicio de que la industria cultural impone inexorablemente “un modelo de hombre-masa” (p. 45).

4. llevar a cabo investigaciones empíricas sobre la recepción que revelen “las varias posibilidades de reacción” de los consumidores ante los productos culturales (p. 178). Se trata de devolver su dignidad y su capacidad crítica a los consumidores.
5. intervenir en los contextos de recepción, es decir, estar ahí cuando los productos culturales son ‘leídos’ para ofrecer “información alternativa” y/o para mostrar las “contradicciones” internas de dichos productos (pp. 20-23). Se trata de analizar los productos de la industria cultural con el mismo respeto y con los mismos instrumentos con los que se analizan las obras de arte clásicas (p. 19) para ampliar su recepción crítica.
6. ocuparse de aquellos productos de las industrias culturales que pueden ser considerados obras de arte, es decir, obras formalmente originales que dan “vida a un mundo autosuficiente” (p. 216), y que desencadenan una experiencia estética (pp. 178-179).