



Las industrias culturales como recurso para una educación intercultural en la escuela

Rosa Yamile Bedoya Ospina
Universidad Autónoma de Barcelona

Resumen

Se exponen las industrias culturales como un recurso con potencial educativo para aportar a la construcción de la subjetividad juvenil y las relaciones interculturales en la escuela. A partir del análisis de buenas prácticas en empresas culturales e instituciones escolares, se aportan medidas para la organización escolar, que incluyen la ciudad y la comunidad como contextos ricos en acontecimientos educativos, y las industrias culturales como un agente de cohesión que puede generar relaciones interculturales creativas y favorables para la conservación de la diversidad y la emancipación de la cultura local y los individuos que la componen.

Palabras clave:

Organización escolar, Industrias culturales, Subjetividades Juveniles.

Objetivos o propósitos:

Proponer las industrias culturales en la escuela como elemento vehicular para acompañar a los jóvenes en su proceso de construcción de identidad, reconocimiento de la diversidad sociocultural, desarrollo intercultural, fortalecimiento de la capacidad creativa y acceso a la cultura.

Marco teórico:

El concepto de industria cultural en teoría cultural, surge de la crítica ideológica del arte y la cultura en el capitalismo industrial asociada a los teóricos neomarxistas de la Escuela de Frankfurt; Theodor Adorno y Max Horkheimer en 1947, quienes señalan los riesgos de aplicar técnicas de reproducción industrial a la creación y difusión masiva de obras culturales, argumentando que la producción cultural bajo el “capitalismo monopolista” se industrializaría y mercantilizaría conduciendo a una uniformidad creciente de todas las formas de arte y cultura.

Actualmente, nos encontramos con que las organizaciones de las industrias culturales están representadas por grandes corporaciones trasnacionales vinculadas fundamentalmente a la producción de música, cine y televisión, frente a empresas nacionales pequeñas o medianas, que en competencia, presentan asimetrías que demandan de protección, estímulo y fomento por parte del Estado, pues como resultado de estas desigualdades, no todos los grupos están en las mismas condiciones para imponer su visión del mundo a toda la sociedad. Y ello es porque no todos los grupos sociales están igualmente posicionados para universalizar su sistema de clasificaciones (Salvi, 2010). Este planteamiento es el que abre el debate existente hoy en la mayoría de los foros internacionales sobre la diversidad o excepcionalidad cultural. Por ejemplo, durante el período

Organizado por:





2004-2013, puede identificarse la marcada desigualdad en la exportación de bienes culturales entre países desarrollados y en desarrollo, como lo indica la siguiente tabla:

Tabla 1: Porcentaje de exportaciones de bienes culturales entre países desarrollados y en desarrollo (excluyendo a China e India) 2004-2013

Porcentaje de exportaciones de bienes culturales	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Países desarrollados	85.7%	84.9	84.8%	83.2%	81.5%	81.5%	78.9%	79.4%	79.7%	80.5%
Países en desarrollo sin China e India	14.3%	15.1%	15.2%	16.8%	18.5%	18.5%	21.1%	20.6%	20.3%	19.5%

Fuente: De acuerdo con la base de datos Comtrade de las Naciones Unidas, DAES/Denu, abril 2015 (UNESCO, 2015)

Y si bien los países desarrollados han importado cada vez más bienes culturales de los países en desarrollo, de 28.7% en 2004 a 40.8% en 2009, el mercado de los bienes culturales está dominado por los países desarrollados que representan más del 95% de todas las exportaciones.

Es así, que teniendo en cuenta que una de las dimensiones en las cuales se define en nuestras sociedades la identidad es en el consumo, y que el colectivo de los jóvenes es uno de los que más consume productos culturales (UNESCO, 2011), esta investigación valora la escuela como un espacio para acompañar desde una visión crítica la cultura de consumo y la interpretación y construcción de sentidos que hacen los jóvenes con respecto a los productos de las industrias culturales, con el fin de hacer frente a las profundas desigualdades que se identifican respecto a la visibilización de los mensajes culturales a nivel global, porque las anteriores estadísticas reflejan que hay países que tienen más oportunidad de mediar a escala planetaria la percepción de la realidad, lo cual atenta contra el reconocimiento de la identidad, la diversidad cultural y por consiguiente el desarrollo local.

En palabras de Reguillo (2007), las industrias culturales no ofertan solo productos sino estilos de vida, “la posesión o acceso a cierto tipo de productos, implica acceder a un modo particular de experimentar el mundo que se traduce en adscripciones y diferenciaciones identitarias” (2007:81), situación que ha desplazado a las instituciones modernas, pues las industrias culturales no imponen, más bien, con ellas los individuos entablan una serie de interdependencias, gracias a las cuales pueden crear representaciones, identidades diversas y sentidos propios de las realidades y los mundos que habitan (Villadiego & Pereira, 2008).

Ante este mutante horizonte creativo, una educación escolar a favor de la democracia, el reconocimiento y el respeto de la diversidad cultural, no debe limitarse a una cuestión estética de las expresiones artísticas y culturales, necesita de un compromiso ético con los portadores de la expresividad creativa que incluya la garantía de su propiedad intelectual y la protección de sus derechos fundamentales a la participación, la libertad de expresión y la información (Escudero, 2014). Por ello, con el fin de acompañar a los jóvenes en la negociación que hacen entre las industrias culturales y sus ritos personales singulares, se propone que desde la escuela se trabaje la identidad, la diversidad y la creatividad que hace parte de las expresiones culturales, como práctica y recurso para que los jóvenes tomen conciencia de su propia creatividad; individual y colectiva, y entiendan el enorme potencial que ésta encierra para su desarrollo personal, pero también como sociedad en el proceso de identificación y construcción de ideas y proyectos comunes (UNESCO, 2010).

Organizado por:





Metodología:

La presente investigación se centró en conocer buenas prácticas en organizaciones culturales e instituciones educativas de Barcelona (España), en total 16, que tienen experiencia en procesos de mediación entre la escuela y la cultura con jóvenes. Se hicieron entrevistas a líderes y usuarios con el fin de equiparar y corroborar información sobre las prácticas. Se siguió una metodología cualitativa con atributos del paradigma interpretativo y se utilizaron herramientas como la entrevista semiestructurada y el análisis documental. Para seleccionar las unidades participantes en la muestra, se tuvo en cuenta el muestreo estratégico o intencional (Perelló, 2009).

Discusión de los datos, evidencias, objetos o materiales:

El análisis de los datos se realizó a través de la categorización y codificación de la información por medio de Atlas Ti, el primer criterio de categorización fue que las prácticas identificadas fuesen susceptibles de ser articuladas en la organización escolar (Gairín, 2006), dichas categorías fueron: contexto, objetivos, métodos, recursos y comunicación. Las cuales utilizaremos para describir los principales resultados:

- Contexto

Se expresa que para generar una construcción pedagógica auténtica es necesario reconocer los sujetos de aprendizaje desde su cotidianidad, dejar de lado los diagnósticos y pruebas de entrada tradicionales desde los cuales se han desarrollado contenidos que desconocen el entorno, y que dejan rezagada a la escuela en medio de una efervescente y multifacética configuración cultural de los jóvenes, lo cual es paradójico, pues es la escuela el ámbito de socialización clave donde se manifiesta la diversidad cultural.

“La educación cultural debe contemplar en su planificación al ámbito comunitario para que logre transmitirse generacionalmente con un papel activo de las familias y de manera trascendente” (Entrevista 3: Institución escolar).

- Objetivo

Conocer la subjetividad juvenil se plantea como punto de partida; esquemas de sentido, valores, prácticas y discurso. Esto, en busca de un sentido que pueda establecer una continuidad entre todas las experiencias educativas, que permita pensar en alternativas de proyecto de vida para gestionar otras formas de regulación colectiva, pues los proyectos de vida tradicionales cada vez entran más en conflicto con lo que proponen las industrias culturales, que aparentemente actúan de manera más silenciosa y sutil, pues como docentes desconocemos los discursos persuasivos y los modelos de vida tan seductores y “no impuestos”, desde donde los estudiantes están configurando sus deseos y proyectos de vida, quienes debido al temor de aprender en el riesgo o a vivir con la dificultad, se conforman con el deber ser como una posibilidad a refugiarse de lo inesperado (Ossa, 2009).

Organizado por:





“Es necesario entender que los jóvenes no consumen cultura en los mismos lugares donde los adultos consumimos cultura, el consumo y los patrones culturales se están dando en otros lugares que no hemos sabido encontrar, que consideramos menores, que consideramos que no son “La Cultura” que hay que consumir, y esta ruptura nos aleja de su mundo cultural y subjetivo y hace que la escuela no esté trascendiendo” (Entrevista 4: Líder empresa cultural).

- Método

Se señala la importancia de trabajar la característica principal de las industrias culturales, su doble composición: lo tangible; el objeto producido en sí mismo (libro, disco, película) y el componente intangible; la potencialidad de esos objetos de construir valores e identidades (IDITS, 2007), es un proceso que puede conjugarse con proyectos transversales y de trabajo interdisciplinario, dado que la creación de un producto requiere de conjugar diversos saberes sociales para su producción; usos, forma, diseño, forma de apropiarlos, lo que llaman economía del conocimiento.

“Si algo es necesario para cualquier didáctica es contexto pedagógicos contemporáneos en los que no haya división estratificada absoluta en asignaturas y materias concretas, que haya trabajo longitudinal y no sesiones cerradas a corto plazo sino que se trabajen en itinerarios de aprendizaje prolongados en el tiempo, que haya una vinculación absoluta entre lo que ocurre en una escuela con la vida real de la infancia y la juventud” (Entrevista 1: Usuario empresa cultural)

- Recurso

Se reconoce la diversidad como recurso de aprendizaje, por lo tanto, identifican la necesidad de conocer las subjetividades de los jóvenes y sus redes de relaciones, lo cual requiere de fomentar un aprendizaje sociocrítico, para lo cual es imprescindible crear alianzas para el desarrollo de acciones conjuntas entre la entidad educativa y la comunidad del territorio (Iglesias, 2015).

“Se considera imprescindible para que un proyecto sea trascendente, sostenible y transformador, la filiación de aliados, difícilmente un proyecto llega más allá de tener cierto impacto si no hay aliados fieles que se lo creen y que permiten ampliarlo, hacerlo grande, creérselo, replicarlo” (Entrevista 2: Líder contexto educativo)

- Comunicación

Desde una perspectiva intercultural, se señala que resulta indispensable fomentar un aprendizaje socio-simbólico que desde la reflexión y crítica permita a los participantes identificar sus derechos y deberes, siendo los protagonistas del proceso de aprendizaje, también se insiste en que se gestione el conflicto como positivo y en clave de oportunidad (Iglesias, 2015).

“No existe crecimiento sin conflicto(...)es muy importante saber que te puedes equivocar, de hecho no hay innovación sin equivocación, estamos en un campo donde toda está por hacer y nos equivocaremos muchas veces, estamos en un campo donde las personas no son máquinas, por lo tanto, las respuestas pueden ser muy diferentes” (Entrevista 4: Líder empresa cultural).

Organizado por:





Resultados y/o conclusiones:

Las industrias culturales han situado la creatividad y la cultura como motores de crecimiento económico, desde esta perspectiva, emerge de las industrias culturales una faceta equiparable a una fuente de identidad y de cohesión social, que puede ser intervenida desde la escuela como un recurso educativo que es consciente de la tarea que tiene la cultura en la apropiación por parte de las comunidades, dando un giro a los procesos y proyectos de las épocas “desarrollistas” en que los grupos sociales eran más usuarios que sujetos activos de su propio desarrollo. Por ésta y otras razones, la educación como opción cultural debe configurarse con una atención mayor a los contextos y las historias culturales de las comunidades.

Contribuciones y significación científica de este trabajo:

Las industrias culturales como punto referencial en las dimensiones constitutivas de la identidad de los jóvenes, es un sistema de racionalidad que debe revisarse y renovarse para hacer frente al ritmo acelerado en los que éstas crean nuevos mercados de consumidores, con consecuencias económicas, sociales y culturales, de las cuales surgen nuevas formas de subjetividad. Es necesario redefinir la ética del conocimiento a partir de comprender cómo se producen las subjetividades juveniles, darle relevancia a tomar la existencia de los jóvenes en relación a las representaciones que la sociedad elabora sobre estos y a las prácticas que el discurso del mercado demanda sobre y para ellos (Reguillo, 2007) para avanzar en la búsqueda y construcción de una propuesta educativa metodológica y conceptual que permita educar la dimensión cultural.

Bibliografía:

- Adorno, T. & Horkheimer, M. (2001). *Dialéctica de la ilustración: Fragmentos de filosofía*. Madrid: Trotta.
- Gairín, J. (1996). *La Organización Escolar: contexto y texto de actuación*. Madrid: La Muralla.
- Escudero, J. (2014). Derechos básicos o de accesibilidad: puesta en práctica de los derechos culturales. En S. Catalán & A. Gonzáles. *Manual Atalaya: Apoyo a la gestión cultural*.
- IDITS (2007). *Industrias culturales, plan estratégico*. Argentina: Ministerio de Gobierno y Cultura de Mendoza.
- Iglesias, E. (2015). *Educación intercultural en el tiempo libre: acción educativa en tiempos neoliberales*. España: Editorial popular.
- Ossa, J. (2009). *Jóvenes contemporáneos, crisis del proyecto de vida académico y nuevas formas de identificación: un caso de diez estudiantes universitarios*. Colombia: Editorial Bonaventuriana.

Organizado por:





- Reguillo, R. (2007). *Emergencia de Culturas Juveniles: estrategias del desencanto*. Bogotá: Editorial Norma.
- Salvi, V. (2010). Los bienes culturales como símbolos de estratificación social. En O. Moreno (eds). *Artes e Industrias Culturales: debates contemporáneos en Argentina*. (pp. 175-186). Argentina: Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- UNESCO (2015) *Textos fundamentales de la Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*.
- UNESCO (2011). *La Unesco y la educación “toda persona tiene derecho a la educación”*. España.

Organizado por:

