
**INFLUENCIA DE LA TEORÍA
CRÍTICA DE LA ESCUELA DE
FRANKFURT, SOBRE EL TRABAJO
DEL ARTE POP APLICADO A LA
PUBLICIDAD CONTEMPORÁNEA EN
LOS ESTADOS UNIDOS DE LOS AÑOS
70 Y 80**

Investigación

Julio Enrique Sarmiento Chaves

Publicidad y Mercadeo

Departamento de investigación

Tutor

Mauricio Rodríguez



¡Dedico este gran logro y esfuerzo a todos!

Sobre todo a las personas que intervinieron directamente en mi trabajo universitario, a aquellos amigos que me dieron la fuerza y apoyo para reiniciar mis estudios, a mi familia que es el gran apoyo de mi vida día a día y a mis maestros, que me enseñaron todos sus conocimientos, no solo intelectuales, si no , de la vida.

TABLA DE CONTENIDO

1. Planteamiento y Justificación del Problema.....	8
1.1. La Teoría Crítica, Escuela de Frankfurt	8
1.1.1. <i>Afirmación 1</i>	13
1.2. Arte Pop.....	13
1.2.1. <i>Afirmación 3</i>	21
1.2. Publicidad (Contra Publicidad)	21
1.2.1. <i>Afirmación 3</i>	22
1.3. Pregunta de Investigación.	22
2. Marco Teórico.	22
2.2. La Teoría Crítica, Industria cultural e influencia en la publicidad.	22
2.2. El Art Pop.....	27
2.2.1. <i>Andy Warhol.</i>	29
2.3. El Arte Pop y la publicidad.	33
3. Objetivos.	34
3.1. Objetivo General.....	34
3.2. Objetivos Específicos.....	35
4. Metodología.....	35
4.1. Modelo de Investigación que se Utiliza.	35
4.2. Metodología que se Utiliza para Realizar el Trabajo de Investigación.	35
4.3. Elección de Herramientas.....	36
4.3.1. <i>Técnicas de uso.</i>	37

Influencia de la Teoría Crítica sobre el Arte Pop aplicado a la Publicidad	4
5. Cronograma.....	37
6. Generación de nuevos conocimientos.....	38
7. Apropiación social del conocimiento.....	38
8. Influencia de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, sobre el trabajo del Arte Popo aplicado a la publicidad contemporánea en los Estados Unidos de los años 70 y 80.	39
8.1. Teoría Crítica, Escuela de Frankfurt.....	39
8.1.1. <i>Razón instrumental</i>	40
8.1.2. <i>Los estados de Bienestar</i>	51
8.1.3. <i>Industria cultural</i>	55
8.1.4. <i>La Escuela de Frankfurt y las revueltas estudiantiles de los 68</i>	60
8.2. Contra Cultura.	67
8.2.1. <i>La Psicodelia</i>	77
8.2.2. <i>La publicidad em la contra cultura</i>	79
8.3. Arte Pop.....	84
8.3.1. <i>Richard Hamilton</i>	85
8.3.2. <i>Marcel Duchamp</i>	89
8.3.2.1. <i>El ready made</i>	91
8.3.3. Roy Lichtenstein.	92
8.3.4. Andy Warhol.....	95
8.4. Subverrtising o Contra Publicidad.	97
8.4.1. <i>Contra publicidad y Publicidad</i>	103

Conclusiones	105
Referencias.....	108

INTRODUCCIÓN

Este trabajo está dividido en cuatro partes, en primer lugar, inicia con un esbozo de la teoría crítica y sus postulados, dando paso a la razón instrumental y el uso que hicieron los gobiernos de esta, en la segunda guerra mundial; dando ejemplos específicos del uso de la propaganda y como se utilizó al cine con estos fines; posteriormente, estudiamos los estados de bienestar y el aporte que este da a la industria cultural, se pasa por la opinión de la escuela de Frankfurt en lo referente al arte, encontrando el aura de en esta parte del trabajo; posteriormente se pasa por la industria cultural, su relación con los medios masivos de comunicación, y su nexos con la edad de oro de la publicidad.

En segundo lugar, las revueltas estudiantiles y su conexión con la escuela de Frankfurt el apoyo que recibieron de Marcuse, dando un espaldarazo a los estudiantes, que ante todo, tenían los postulados de la teoría crítica como bases de sus peticiones, pasando por la negativa de apoyo de Habermás y Adorno a las revueltas; luego, se encuentra la contracultura que nos explica como a partir de las manifestaciones de los estudiantes, nace un sentimiento de enajenación por el aparato político y social de la época, su expresión es ir en contra de la sociedad consumista y el estado opresor, mediante prácticas pacifistas, ecológicas, sexuales y anti guerreristas; Se ve como el uso del cartel y los grafitis protesta se adueñaron del espacio de inconformidad social; al mismo tiempo que esto sucedía, con la exploración de nuevas formas de recreación, se da inicio a la cultura de la psicodelia, en donde la mente, gracias a sustancias alucinógenas se desinhibe, modificando la realidad del individuo, dando paso a la alteración de los sentidos; del mismo modo, la publicidad aprovecha el nuevo bum de la contra cultura y su aceptación por los jóvenes, para aprovecharlo en la moda del momento.

En tercer lugar, se verá el desarrollo del arte pop y sus principales artistas, con una crítica en forma irreverente y sarcástica frente a la sociedad capitalista, cada vez más consumista. Se analiza el punto de vista y el crecimiento artístico de los diferentes artistas emblemáticos del arte pop, frente a las clases dominantes de la sociedad.

Por último, se examina la contra publicidad, el aporte que realizan los mayores artistas del arte pop como lo son Duchamp, Hamilton, Liechtenstein y Warhol; al crecimiento y evolución de la contra publicidad.

1. Planteamiento y Justificación del Problema.

1.1. La Teoría Crítica, Escuela de Frankfurt

La Escuela de Frankfurt nace en el periodo de entreguerras (1923), en el Instituto de Investigación Social de la Universidad de Fráncfort del Meno, república de Weimar.

Desarrollada por Walter Benjamín, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas y Erich From, entre otros; realiza un nuevo cuerpo teórico, en contra de los postulados del marxismo.

La teoría crítica, en este sentido, entendía que el contexto económico, político y social vigente por aquellos años resultaba diferente al planteado por el marxismo, el conocimiento se constituye en la realidad y no mediante la reproducción de conceptos. Su método crítico aparece como una respuesta al fascismo y al nazismo, pero también al fracaso del marxismo. Escritores influenciados por acontecimientos históricos socio cultural, tales como la república de Weimar, régimen político alemán que se instauró entre 1919 y 1933, tras la primera guerra mundial. En la ciudad de Weimar se reunió la asamblea constitucional (Sánchez Bravo, 2012), escribe:

Se funda tras el aplastamiento de la revolución espartaquista y los asesinatos de Rosa De Luxemburgo y Karl Liebknecht. Las ilusiones de una revolución comunista desvanecieron y la social democracia no supo hacer frente a la crisis económica. La consecuencia es el ascenso del nazismo. (pg. 201),

En primer lugar, Los horrores que los gobiernos y fuerzas que combatían en la segunda guerra mundial, realizaron sobre los civiles; acto seguido, sobre las nuevas estrategias de propaganda utilizadas por parte de los partidos de gobierno, para justificar sus acciones totalitarias como lo hacen el partido Nacional Socialista de Alemania y el partido Fascista en Italia.

Posteriormente, (Del Barco, 1977), nos recuerda sobre los postulados de Marx: “*las ideas de la clase dominante son en todas las épocas, las ideas dominantes*” (pg. 50), cuyo supuesto fundamental es la unidad de la “elite” de la sociedad, así como una subordinación de los demás sectores sociales a los intereses de la clase dominante”.

Para los integrantes de la Escuela de Frankfurt y sus estudios, los problemas encontrados en el andamiaje de la sociedad y la utilización de diversos elementos por parte de las clases dominantes para poder manejar al pueblo, Quiñones, P, (2018) sugiere; “*no eran errores del funcionamiento de la sociedad; sino a la forma en que estaba diseñadas las sociedades Modernas*”.

El análisis y estudio de los integrantes de la Escuela de Frankfurt, sobre el manejo de la sociedad moderna y el inter actuar de cada individuo con su entorno hacen que Horkehimer realice una detallada observación en la evolución social, (Tobar, 2018), recuerda que;

El origen de estos fenómenos residía en la manera en que nos relacionábamos con los demás (personas o instituciones). Estas interacciones se entendían de forma completamente instrumental, es decir, estaban enfocadas únicamente a conseguir beneficio y se consideraba que las otras personas eran medios para conseguir un objetivo.

A esta característica la denominaron: Razón Instrumental. (Párrafo 6).

Igualmente tenían que estudiar varios aspectos, y encontraron que la razón instrumental se une a la sociedad empleando los sistemas sociales desarrollados por el hombre, igualmente (Tobar, 2018), afirma:

A medida que fueron profundizando en sus análisis y comprendieron mejor las dinámicas sociales implicadas, encontraron que el mecanismo gracias al cual la

razón instrumental lograba perpetuarse era la cultura y sus diferentes manifestaciones: escritura, música, pintura. Tradicionalmente se creía que éstos eran ámbitos de libre expresión, que estaban fuera de la influencia del poder político o social. Se pensaba que el arte y la cultura eran espacios neutros, en los que existía un margen amplio para la expresión y la libertad de opinión, donde lo importante eran criterios estéticos. (Párrafo 16).



Ilustración N° 1 *Razón instrumental.* Hokerhaimer (xtec.cat, 2021)

El baby boom en la década de los años 50, que trajo el incremento de la población mundial, al igual que un cambio social creando la clase media trabajadora, (es.slideshare.net, 2012), acota “*El nuevo papel de la sociedad de masas, juventud mujer. Logra mayor cultura del movimiento igualdad de consumo juveniles género*”. (párrafo 4); la masificación de los medios de nuevos productos surgidos de la comunicación, favorece la difusión de una cultura de mejoramiento de masas, y la adquisición de nuevos conocimientos. (Ruffini, 2017) dice, “*La sociedad se concibe como una totalidad real, solo aprehensible a través de la reconstrucción conceptual*

y con un carácter fundamentalmente contradictorio, por lo cual estructura relaciones sociales irreductibles a un continuo lógico expresado en la facticidad". (pg.6)

La práctica, se vincula a la organización del conocimiento científico que existe en un momento histórico determinado, basada en los postulados de las ciencias naturales y el positivismo, la cual acusaba de reducir el conocimiento a una reproducción conceptual de los datos que la realidad aportada, (Horkheimer, 2003), escribe:

La teoría crítica, pese a toda su profunda comprensión de los pasos aislados y a la coincidencia de sus elementos con las teorías tradicionales más progresistas, no posee otra instancia específica que el interés, ínsito en ella, por la supresión de la injusticia social. (pg. 270).

El conocimiento solo es posible si se lo considera en su relación con la vida social, pues todos los aspectos de la realidad tienen un valor teórico que determinan en cierta medida la forma en que se produce el conocimiento científico.

La utilización de los medios masivos de comunicación, la radio y la naciente televisión, entre otros, como vehículos para manejar las masas y llegar a las diferentes clases sociales, por parte de las oligarquías y los diferentes modelos de gobiernos existentes en la época, vistos como medios de poder y dominación, causantes de violencia simbólica. Ahora bien, los medios de comunicación han crecido y llegan a las masas de forma directa. Según el artículo de (comunicacion.idoneos, 2021), se afirma:

La escuela de Frankfurt afirma que la gente (y la clase) se subordina a la determinación de las imágenes y a los planteos habituales del sistema dominante; Los medios de comunicación social, son una institución

característica de la sociedad de clases, de acuerdo a estos enfoques, la visión del mundo que estos transmitirán, será acorde a los intereses y a la ideología de la clase dominante. (Párrafo 3)

Sobre la cultura de masas y su importancia sobre el individuo Adorno realiza una crítica, (Cabot, 2011) nos recordado que escribe Adorno:

La teoría freudiana y el modelo de la propaganda fascista analizan la propaganda realizada a través de los nuevos medios de comunicación de masas, de los cuales ya habían descubierto su rendimiento político todos los regímenes autoritarios y la democracia de masas de los Estados Unidos. En este texto enfatiza los mecanismos psíquicos que actúan en la absorción de la industria cultural —en este caso la propaganda fascista, pero considerada como un caso particular de la publicidad— por parte de los individuos. (pg. 143).

En Dialéctica de la Ilustración Adorno y Horkheimer quisieron demostrar que fue la razón (como en el cuadro de Goya El sueño de la razón produce monstruos) la que había conducido a Auschwitz: “el nazismo, según los autores, afianzó el horror a través de una barbarie que había sido «racionalmente organizada”, (HORKHEIMER, 1988).

La segunda fase de la Escuela de Frankfurt, Adorno, Horkheimer y Habermas, se marchan debido al nuevo gobierno alemán y el ascenso de Hitler al poder; aprovechando que en Estados Unidos es creado el centro de investigación asociado a la Universidad de Columbia en 1934, emigran a este país y se establecen allí, continuando con las investigaciones que llevaban a cabo sobre “la razón instrumental y el sistema social”; permitiendo ampliar el modelo de análisis dentro de sus estudios, para comprender mejor el contexto

político y social que vivía Estados Unidos, encontrando claras diferencias entre estados unidos y Alemania; pero la Razón instrumental seguía dirigiendo la convivencia social.

De acuerdo a lo expuesto y planteado por Adorno, Marcuse, Horkheimer y Habermas; la crítica a los medios, su influencia sobre las masas y como la clase dominante ejerce su poder sobre el pueblo (las masas) mediante los medios masivos y como los gobiernos en la segunda guerra mundial utilizan la propaganda, publicidad, para desarrollar adeptos, conseguir donaciones y volverse estados totalitarios.

La Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, se vuelve un crítico mordaz a la situación mundial y coloca un escalón para las manifestaciones en contra de un capitalismo, donde los poderosos son más ricos cada día, iniciando una contra revolución de la cultura, donde el pueblo no quiere más de ser subyugado por la oligarquía y reclama sus derechos.

1.1.1. Afirmación 1

la Teoría Crítica influencia los lineamientos y desarrollo planteados en el ámbito social político, artístico del Art Pop, el pensamiento y la obra de Andy Warhol, gracias a la crítica que se hace al capital, a los medios de comunicación, al estudio que se realiza del sistema social y político en comparación con dos modelos de sociedades diferentes (Alemania y Estados Unidos), a la clase alta, que quiere tener siempre el poder y al manejo que se ejerce por medio de los medios de comunicación.

1.2.Arte Pop.



Ilustración N° 2 Roy Lichtenstein, uno de los grandes impulsores del pop art-Moove
Magazine-

Es una expresión artística que surge como una respuesta de los individuos del común contra la corriente artística del momento, el expresionismo abstracto, que en ese instante identifica a la clase elitista de la sociedad, que en los años 40 y 50 se identificaban como la clase que tiene el poder económico y político por varias generaciones. Es por primera vez que se expresa en Inglaterra, gracias a que solo los acaudalados pueden obtener cultura y las personas del pueblo desean acceder a la cultura; posteriormente, en los años 50, se traslada a los Estados Unidos y es allí donde florece como expresión de la cultura pop, teniendo gran influencia en el pleno proceso de conformación de la sociedad de consumo, (florecimiento del capitalismo), cuyo impulso definitivo tuvo lugar tras la segunda guerra mundial y la llegada de la televisión teniendo un contexto histórico como lo son:

En primer lugar, el baby boom en la década de los años 50, que trajo el incremento de la población mundial, al igual que un cambio social creando la clase media trabajadora, (Domínguez, 2012), dice “*El nuevo papel de la sociedad de masas, juventud mujer. Logra mayor cultura del movimiento igualdad de consumo juveniles género*” (Párrafo 4).

Gracias al trabajo hecho por la mujer en las fábricas durante II segunda guerra mundial, esta adquiere un papel relevante dentro del entorno social; al mismo tiempo reclama para sí derechos fundamentales que se ha ganado.

Luego, la masificación y producción de artículos y productos en cadena de los años 60, hace que la clase media se vuelva consumista artículos no esenciales, de televisión, radios, automóviles, refrigeradores, etc.; los cuales se convierten en productos de consumo de primera necesidad; al mismo tiempo, surgen los movimientos juveniles: Los jóvenes promueven y buscan ser los protagonistas en defensa de los derechos civiles (Martín Luther King). Historia, postura y juventud estaban en contra ante la Sociedad de la Guerra de Consumo y su catarsis en la sociedad; gracias a la posición en la que se encuentran los jóvenes y en un acto de clara rebeldía se inicia el movimiento Hippie en los Estados Unidos, en contra de la guerra de Vietnam, que no es propia de Estados Unidos y donde miles de jóvenes son sacrificados o quedan con grandes secuelas.

Da inicio a una gran ola de contra cultura con exposiciones culturales y sociales, expresando los sentimientos de los jóvenes, a lo que (Hobsbawm, 1994), expresa:

La cultura juvenil se convirtió en la matriz de la revolución cultural en un sentido amplio de una revolución en las costumbres y atuendos, en las formas de usar el ocio y en las artes comerciales, las cuales crecientemente formaron la atmósfera que respiraban los hombres y mujeres urbanos. (pg. 331).

Al igual, la Revolución de las Flores inicia en San Francisco, Estados Unidos, a mediados de 1965, un movimiento juvenil cuyo objetivo era reformar

los patrones socio culturales tradicionales de la época; hippies como son conocidos rechazan la guerra, la sociedad conformista y cómoda de los años 50

No es solamente en América, el 22 de mayo de 1968 decenas de jóvenes ocuparon un edificio de la Universidad de Nanterre, en París, en protesta a la Guerra de Vietnam y exigiendo que se levantaran las leyes que les prohibían a hombres y a mujeres compartir sus dormitorios universitarios. En poco más de un mes, las protestas crecieron como una bola de nieve y Francia se ve inundada de multitudes en las calles, hecho que amenazaría las bases políticas e ideológicas de la sociedad. Finalizó cuando De Gaulle anunció las elecciones anticipadas que tuvieron lugar en junio del mismo año.



Ilustración N° 3 *Mayo del 68, marcha de los estudiantes en Francia*

A su vez, la mujer juega un nuevo rol en la sociedad: obtención del sufragio, a mitad del siglo XX. El movimiento feminista, sabía que habían logrado el reconocimiento de derechos políticos con la obtención del voto, pero en ningún caso esto significaba el fin de la hegemonía masculina, (De Miguel, 2011), escribe:

El capitalismo alteró las relaciones entre los sexos. El nuevo sistema económico incorporó masivamente a las mujeres proletarias al trabajo industrial —mano de obra más barata y sumisa que los varones—, pero, en

la burguesía, la clase social ascendente, se dio el fenómeno contrario. (pg. 13).



Ilustración N° 4 La mujer juega un importante papel en las marchas

Hacia la década de los 60 el arte realizó transformaciones gracias a los cambios que experimenta la sociedad y que trajeron también cambios culturales. El período de posguerra y en particular, la década de 1960 resultan inseparables de ciertos movimientos artísticos que representan la búsqueda de nuevas formas creativas, coinciden con la irrupción de los jóvenes como protagonistas activos de los procesos históricos y con sus demandas por nuevas formas de lenguaje y expresión visual, alejadas de los prototipos clásicos. El Art Pop se inicia en un intento artístico para tener en cuenta todos los símbolos populares, a los cuales las clases altas le daban la espalda, dentro de sus características se daba: negación del arte abstracto, deseaba poner al arte con la realidad mundial, utilizaba un lenguaje figurativo para expresar las diferentes culturas del mundo contemporáneo; sus principales temas eran tomados de la misma ciudad, de su sociedad, de sus medios de comunicación; no tenían pensamiento crítico; Tenía preferencias por el pueblo y lo popular, fama y violencia; se enfocaba en el sexo y el erotismo, (Arte, 2019) en su artículo afirma:

Resultaron vitales para el nacimiento de esta corriente las anteriores experimentaciones con las posibilidades del collage, que los cubistas inventaron para explorar las diferencias entre realidad y representación. Dadaístas y surrealistas ampliaron su potencial y en la posguerra se convirtió en el arte del assemblage, que permitía crear arte a partir de elementos preexistentes y diversos entre los que se establece relación. (Párrafo 2).



Ilustración N° 5 Richard Hamilton Biography. Works of art

Los artistas representan las diferentes figuras artísticas públicas que son o han sido más representativas para una nación, y a partir de esto, se crean mensajes dirigidos a las naciones, busca crear símbolos emblemáticos a partir del arte; en cuanto a sus formas son libres y llenas de color, buscando espontaneidad. En las esculturas busca la elaboración artesanal en fibra de vidrio iluminadas con colores, basándose en lo cotidiano de la vida. En la publicidad trae las figuras icónicas de la sociedad llenándolas de colores; al igual que imprime la cultura de las ciudades y sus figuras representativas. Según (González M. , 1977): “El arte y la publicidad se desarrollan y se cumplen en

un mutuo juego disolvente de especulación, consumo simbolización y objetividad en un universo cada vez más globalizado e indiferenciado de comunicación”. (p. 57). Ahora, bien, poco a poco se divulga el consumo que se extiende y también abarca el mundo del arte. Uno del movimiento que utiliza la publicidad como base de su obra es el Pop Art ha esto nos dice (García H. , 2014)

Por un lado, los artistas Pop de Inglaterra, van introduciendo elementos del mundo publicitario en sus cuadros, generando una reflexión acerca de la sociedad. Por otro lado, los artistas norteamericanos, introducen el objeto publicitario en sus obras, creando ready-made, que consistía en la descontextualización de un objeto y generarle así un nuevo significado. (pg. 26).

Otros artistas tienen su punto de vista, asevera María Jesús Domínguez (Godoy, 2009): *“el Pop es el índice de un cambio de actitud que señala una atención teórica y una aceptación estética de los productos de la cultura popular, especialmente de los creados por los medios, desde la literatura de género, hasta el cine, el cómic”* (pg. 26). Los artistas utilizan objetos de la vida cotidiana, tomados por ejemplo de la publicidad, como metáforas para ejemplificar la sociedad de consumo en la que viven. También es cierto que existen diferencias claras, ya que la función que tiene la publicidad, es vender un producto, mientras que el arte, desempeña una función estética, genera una reflexión, se hace para ser admirado, comentado, para hacer una crítica, etc.

Andy Warhol, Roy Liechtenstein, Claes Oldenburg, entre otros, lograron lo que unos pocos años antes resultaban imposibles, democratizar el arte. Tal fue el alcance de su difusión que sus creaciones han llegado hasta la Luna.

Siendo ellos los mayores artistas representantes del art pop; uno de estos artistas Andy Warhol, figura sobresaliente del art pop, hijo de inmigrantes eslovacos instalados en Pittsburgh, nacido el 6 de agosto de 1928, en su carrera no perdió de vista los siguientes objetivos: ser rico, famoso y convertirse en un referente agitador de las artes plásticas. Se inclina por las artes afines a la publicidad e incorpora en sus cuadros objetos de uso cotidiano como las latas de sopa Campbell o las botellas de Coca-Cola, para sus serigrafías se inspiran en mitos como Marilyn o los cómics. Aunque Andy Warhol consigue conectar con el público y los compradores, el mundo del arte le critica por basarse en su universo comercial, su filosofía la expresa con un ejemplo de su trabajo con una frase que dice Warhol en 1963:

Yo soy esa lata. Y tú, que me estás leyendo, también. Porque yo tomaba esa sopa. Comí lo mismo todos los días durante veinte años creo, lo mismo una y otra vez. Alguien dijo que mi vida me ha dominado y esa idea me gusta.

En 1960 crea la factoría, que se convierte en punto de reunión de artistas experimentales. Allí tienen lugar tertulias; Andy se sumerge de lleno en otras facetas artísticas con las que experimenta como el cine, la escultura, el grabado, la moda, la televisión. Andy Warhol con su gran intelecto afirma (1975): “Una Coca-Cola es una Coca-Cola y ninguna cantidad de dinero puede brindarte una mejor Coca-Cola que la que está bebiendo el mendigo de la esquina. Todas las Coca-Colas son iguales y todas las coca-Colas son buenas”, en una clara respuesta al mundo que lo rodea, en donde el capitalismo y el comunismo es lo predominante, pero en donde cualquier persona puede tener lo mismo que otra persona con un nivel más alto.



Ilustración N° 6 *Antiestética: Pop Art y cultura de masa*

1.2.1. *Afirmación 2*

Se interpreta el pensamiento de los artistas exponentes del arte pop y la aplicación que estos realizan de su obra; a su vez se ve claramente como critican a la clase dirigente, a la sociedad consumista y utiliza los objetos y artes visuales que le aporta lo popular (arte Pop)

1.3. **Publicidad (Contra Publicidad)**

La publicidad moderna, se inició con la revolución industrial económica en Estados Unidos y Gran Bretaña, y el cambio de modelo económico, cuyas bases son el liberalismo económico (oferta y demanda). Con la aparición de los agentes de publicidad; al respecto (Gallardo, 2014) "Como Volney B. Palmer que, en 1841, como agente publicitario inauguró en Filadelfia una oficina con la cual obtuvo éxitos", (párrafo 1). A principios del siglo XX nacen las agencias de publicidad, profesionalizando la publicidad, se utiliza más la creatividad para realizar anuncios: en el siglo veinte y gracias a las guerras, la publicidad sufre cambios, en los cuales los estados y políticas de cada país utilizan esta para sus propios fines. Que durante las décadas de los 50 y 60, sucedió, en todo el planeta una época de cambios radicales en áreas tan distantes como la moda, los derechos humanos, la sociedad, la educación, el uso de sustancias psicoactivas y sobre todo el cambio en las telecomunicaciones con la carrera espacial por parte de las grandes potencias; es así que se inicia una contra cultura que va en contra de las clases

altas, que tienen el poder en sus manos. En la publicidad han influido diversos factores de cultura y contra cultura, que la han hecho evolucionar a través del tiempo.



Ilustración N° 7. Cultura visual y creación publicitaria

1.3.1. *Afirmación 3*

Los elementos que aporta la teoría crítica y el arte pop, por medio de sus artistas representativos, y como estos realizan cambios favorables a la manera de hacer publicidad, con la detracción y rebelión en contra de la sociedad de consumo, las grandes empresas y la clase dirigente que utiliza la publicidad a su favor dando inicio a la contra publicidad.

1.4. **Pregunta de Investigación.**

¿Cuál es la influencia de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, sobre el trabajo del Arte Pop aplicado a la publicidad contemporánea occidental y estadounidense de los años 70 y 80?

2. **Marco Teórico.**

2.1. **La Teoría Crítica, Industria cultural e influencia en la publicidad.**

“... El arte sobrevive hoy día sólo en aquellas obras que, sin compromiso alguno, logran expresar el abismo existente entre el individuo monádico y su entorno bárbaro”. (Max, 2003), (g121).

Dentro del análisis crítico que realiza la Escuela de Frankfurt hace resaltar que la teoría se fundamenta en el pensamiento crítico; puesto que, este es un elemento primordial dentro del movimiento social, Al respecto, (Octavio, 1990) señaló que: *“la oposición a la modernidad opera dentro de la modernidad. Criticarla es una de las funciones del espíritu moderno [...] El arte moderno es moderno porque es crítico”* (pp. 210 y 211).

La historia de la Teoría Crítica tiene su nacimiento en la filosofía alemana, Principalmente Kant, y Hegel. La Escuela de Frankfurt realiza su crítica al constante avance del capitalismo, tiene en cuenta lo cultural y estrategias utilizadas para llegar a las masas, realiza estudios sobre la industria cultural; su funcionamiento en todos sus estados y como la elite utiliza los medios de comunicación en su favor para llegar con sus diferentes argumentos a las masas. La Ilustración debería ser un pro para la educación del pueblo, pero es acogida y la burguesía favor de la burguesía, poderosa y dueña de los medios. La difusión de la industria cultural gracias a la difusión general de los medios de comunicación, televisión, radio, cine y medios escritos, es manipular a la sociedad, dominarla y mantener una hegemonía por medio de los mensajes enviados a través de estos. Como dicen (Adorno T. , Culture Industry Reconsidered, en “The Culture Industry: selected essays on mass culture, 1991) *“El mundo entero es conducido a través de la industria cultural”*. Se denuncia que los medios no tienen la libertad para informar al público objetivamente, por el contrario, la elite los maneja para poder controlar a la sociedad.

La industria cultural es un bien de consumo, en la cual se obtiene doble lucro, monetario y cultural, por parte de aquellos que manejan el poder a su antojo, (Szpilbarg, 2014), nos dice: *“Es decir, deja de utilizarse en un sentido englobante para toda la producción cultural e ideológica del capitalismo tardío, para pensar las lógicas propias de*

cada sector cultural y a la vez económico” (pg. 106); la Unesco en su informe de 1982 acota: “De forma general, se considera que hay industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, almacenan y difunden según criterios industriales y comerciales: es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico”; Igual, la opinión sobre el tema para (Adorno T. , Culture Industry Reconsidered, en “The Culture Industry: selected essays on mass culture, 1991): “la cultura deviene entonces un dispositivo de control y alienación del sujeto. El modelo de producción industrial degrada la cultura”.

Los productos culturales en la sociedad industrial avanzada, junto al desarrollo tecnológico creciente y acelerado, son ingredientes que contribuyen a la falta de activismo y presencia de ideología en los sujetos sociales. La industria cultural se reduce a la circulación del conocimiento a través de los espacios de entretenimiento que da poco y con baja calidad de contenido.

Ahora bien, la industria cultural interfiere también en el arte, se estudia la alienación del individuo y la crítica de la clase burguesa directamente en la cultura, apropiando para sí los conocimientos de arte y cultura. Inserta en la comunicación se encuentra la comunicación visual, que es de gran importancia porque se utiliza para percibir los acontecimientos diarios por medio de la visión. La comunicación visual al valerse de la belleza y la estética, penetra en el cociente de las personas, llegando a influenciar y transformar la forma de pensar y actuar de la sociedad.

El arte es un reflejo ideológico presente en la sociedad, manifestándose claramente, como dice (Moscoso, 2017):

El arte se vincula con la ideología mediante dos maneras: Por un lado actúa como vehículo de las ideas políticas, morales, filosóficas, estéticas, etc., de una clase social determinada, y por otro, el arte es ideológico, filosófico e imaginativo, por su misma naturaleza ya que su desarrollo está indisolublemente unido a las relaciones sociales entre

las personas y sirve, junto con las otras formas de la conciencia social, a la resolución de las tareas beneficiosas planteadas por la sociedad, razón por la cual no solo refleja la realidad sino que también la evalúa y expresa una determinada actitud respecto a ella. (Párrafo 4).

El arte vanguardista, o nuevo como lo llama Adorno, presenta una desorganización social crítica, en donde el individuo está aislado y supone un enfrentamiento radical con el pasado. Con la teoría estética de Adorno trata de superar varios errores, la tradición estética tratando de encontrar un conjunto de normas de índole general y absoluto que cubren a la estética como disciplina, (Ballesterol, 2009), escribe:

” La Teoría Estética es una reflexión sobre la propia estética como disciplina y en la que Adorno se plantea la posibilidad de salvarla de la precaria situación en la que se encuentra en una época concreta, la de las vanguardias históricas, los mass media, los medios de comunicación de masas, etc.(párrafo 2).

La precaria situación de la estética sólo es posible salvarla si puede vencer la dificultad del artista por unir el proceso creativo y la abstracción, de manera que la obra en cuestión, no se someta al concepto abstracto, ni a la belleza sublime. (Ballesterol, 2009), Dice:” *que para Adorno ha llegado a ser obvio que ya no es obvio nada que tenga que ver con el arte, ni en él mismo, ni en su relación con todo, ni siquiera su derecho a la vida”* (párrafo 2); sobre este tema También nos dice (Adorno T. , 1970):

“El arte extrae su concepto de las cambiantes constelaciones históricas. Su concepto no puede definirse. No podemos deducir su esencia de su origen, como si lo primero en él fuera el estrato fundamental sobre el que se edificó todo lo subsiguiente o se hundió cuando ese fundamento fue sacudido. La fe en que las primeras obras de arte fueron las más elevadas y las más puras es sólo romanticismo tardío; con el mismo derecho se podría sostener que los más antiguos productos artísticos, todavía no separados de prácticas mágicas, de objetivos pragmáticos y de nuestra documentación histórica sobre ellos,

productos sólo perceptibles en amplios períodos por la fama o por nuestra trompetería, son turbios e impuros.”(pg. 3).

La crítica al arte llega en un momento de terminado, donde los jóvenes inician una revolución en , estando en contra de un sistema que los está oprimiendo., llega la guerra de Vietnam y los jóvenes abogan por sus derechos, nace el movimiento hippy en contra de la guerra, las mujeres ganan el derecho al voto y desean luchar por su igualdad frente a las oportunidades que tienen los hombres, la revolución de las flores iniciada por jóvenes, en San francisco, cuyo objetivo era reformar los patrones socio culturales tradicionales; el 22 de marzo de 1968 decenas de jóvenes ocuparon un edificio de la Universidad de Nanterre, en París, en protesta ala Guerra de Vietnam y exigiendo que se levantaran las leyes que les prohibían a hombres y a mujeres compartir sus dormitorios universitarios. La inconformidad en el mundo por la opresión que tiene la clase dominante sobre la sociedad da como resultado una explosión sociocultura, y nos lleva a una contra revolución en las artes dando vía a corrientes como el Dadaísmo y el Surrealismo; el Dadaísmo caracterizado por su oposición al concepto de razón implantado por el positivismo, se rebela en contra de las convenciones literarias y artísticas. Pretende crear un anti arte a través de la negación, es decir el arte en contra del orden. Promulga un rechazo a los valores sociales y estéticos de esos momento. La obra se convierte en un hecho social que incluye valores y elementos artísticos, cuestionando y reproduciendo conflictos y aspiraciones revolucionarias de una vida común alienada.

El surrealismo promulgando el estudio del inconsciente, la exaltación de lo irónico, el humor corrosivo y la pasión por lo erótico, en contra vía de la tradición burguesa, el orden establecido; cuestionando la relación arte política, aportando a la revolución un grupo de artistas, exponiendo un arte revolucionario independiente. Coherente con estos principios, cabe traer a colación una reflexión de (Garcia N. , 2008), **Que escribe:**

Más allá del nihilismo dadaísta, surge la esperanza del surrealismo por unir la revolución artística con lo social. La Bauhaus quis o volcar la experimentación formal en un nuevo diseño industrial y urbano, y los avances de las vanguardias en la cultura cotidiana; buscó crear una “comunidad de artífices sin la diferenciación de clases que levanta una barrera arrogante entre el artesano y el artista”, donde se trascendiera también la oposición entre el racionalismo frío del desarrollo tecnológico y la creatividad del arte. (pg. .41).

2.2. El Art Pop

Ahora bien, vemos como la juventud y la sociedad está inconforme frente a la burguesa, y al poder que genera, manejando los medios de comunicación. Se genera una gran inconformidad de la sociedad, frente a lo cultural, a lo social, al arte y a lo económico, y se crean corrientes revolucionarias que se manifiestan y protestan a favor de los derechos fundamentales y en contra de la burguesía que trata siempre de oprimir y manejar a las masas.

En este estado de rebeldía social nace el art pop, (Bourlot, 2010), afirma:

El Pop Art refleja el estado de ánimo de una época, caracterizada por una estabilización política y económica después de la Segunda Guerra Mundial, a partir de lo cual se generaron nuevos hábitos y conductas de consumo. El cambio de vida de la sociedad, el bombardeo de información por parte de los medios masivos de comunicación, la euforia por las nuevas tecnologías, la nueva cultura de consumo y el culto a las estrellas del momento, fueron punto de partida para el desarrollo de un arte diferente, nuevo, que no es más que el reflejo del espíritu de una época. (Introducción).

Las personas y la sociedad en sí, después de la segunda guerra mundial, se da cuenta de lo frío, calculador y de lo que son capaces los hombres que tienen el poder en sus manos y como la sociedad en general pasa a ser basura, donde solo

importa lo material y el consumo; el capitalismo comienza echar raíces y sentirse en todos los rincones de la vida diaria, a tal afirmación (fahrenheitmagazine, 2016) dice:

Puede afirmarse que el pop-Art es el resultado de un estilo de vida, la manifestación plástica de una cultura (la popular del capitalismo desarrollado) caracterizada por la tecnología, la moda y el consumo, donde los objetos dejan de ser únicos para producirse en serie. (Párrafo 5).

El arte Pop, es una muestra de rebeldía y entusiastas de nuevas formas de invenciones y pruebas de elementos, ideas y formas de realizar cada obra; se quería experimentar y sin la crítica de los maestros de las artes plásticas, a esto escribe (Mantaras, 2010)

El Arte Pop quiso ir contra todas las leyes y cánones establecidos por las bellas artes, sus artistas fueron reacios a la enseñanza oficial de la Escuela de Artes Plásticas, por lo tanto, promovieron su renovación siguiendo las nuevas corrientes abstractas. Esto nos muestra claramente una rebeldía y absurdo ante la realidad en la que vivían (párrafo 7).

En si el art pop nace en Inglaterra en forma de contra revolución al impresionismo, al vanguardismo y al expresionismo abstracto; propios de la burguesía e inalcanzable para la prole (Vanegas, 2011), El art pop (arte del pueblo y para el pueblo)), inicia a partir de las raíces surrealistas que se sustituyeron por el Dadaísmos del pop, primero en exponer objetos cotidianos en museos y galerías; además de esto sus comienzos tuvieron que ver con la cultura inglesa y estadounidense de la posguerra, los cuales se cuestionan la solemnidad cultural del arte británico de los cuarenta, la cultura urbana de capital que se apodero de los norteamericanos, además de un desmedido afán de consumismo y de una elitismo por acceder a la cultura y los eventos artísticos de la época en un artículo sobre el tema (Popart., 2014), escribe:

No es un término estilístico, sino un término genérico para fenómenos artísticos que tiene que ver de forma muy concreta con el estado de ánimo de una época. El pop Art mantiene el equilibrio entre las eufóricas perspectivas de progreso de una época y las catastróficas pesimistas. Los términos de los valores hermoso, bueno, auténtico se convirtieron en palabras huecas intercambiables e inflacionarias ante la creciente comercialización dentro de la realidad social. Las reglas de la civilización condicionan las imágenes de los hombres y las cosas, la naturaleza y la técnica. (Párrafo 1).

Sobre este pensamiento, (Vanegas, 2011), nos dice:

Es un arte eminentemente ciudadano, nacido en las grandes urbes, y ajeno por completo a la Naturaleza. Utiliza las imágenes conocidas con un sentido diferente para lograr una postura estética o alcanzar una postura crítica de la sociedad de consumo. (Párrafo 3)

El objetivo principal del art pop es llegar a la mayor parte del público. Su mensaje es sencillo y claro, lo importante no es lo original sino la interpretación que el observador le da a las diferentes piezas de arte (fotografía, grabados, lienzos, etc.), se da mucha importancia al color, participando el cartel, los cómics, los elementos de uso cotidiano; para llevar un mensaje simple, de denuncia de injusticia, reivindicando la protesta social

2.2.1. Andy Warhol.

Andy Warhol uno de los mayores exponentes del art pop, es influenciado desde muy joven por los grandes cambios que sufre el mundo, encontrándose en la escuela de bella arte diseñando los escaparates de los almacenes Joseph Home, también diseñando los escaparates de Bonwit Teller y las lujosas tiendas; sobre su trabajo de diseñar escaparates Catherine (Ingram, 2014) indica: *“es un reflejo de su vida personal. Le costaba mucho mantener*

relaciones íntimas y, como quien se dedica a contemplar escaparates, Warhol era una especie de voyeur del mundo” (pg. 10).

Duchamp influye en Warhol a la hora de incorporar los objetos de la vida cotidiana a su obra, (Panizo, 2019) se refiere a su influencia:

Marcel Duchamp ejerció una gran influencia en el movimiento pop a través de su ready-mades, consistentes en objetos encontrados, aunque pocas veces usados y posteriormente manipulados por el artista, de manera que quedaba extrapolado de su contexto y elevado a la categoría de obra de arte. El propio autor explicaba que no era necesario comprender el significado de los ready-mades”. (pg. 30).



Ilustración N° 8 *ready-mades de Marcel Duchamp*

Roy Liechtenstein, es una figura clave en el lanzamiento del arte pop, se vale de la creatividad que utiliza gracias al arte y los objetos populares que encuentra en su trasegar como lo son anuncios, revistas, comics y también de sus conocimientos en bellas artes como el art deco, cubismo y expresionismo abstracto. En sus obras utiliza los colores primarios, el

punto benday, el lenguaje comic (viñetas, onomatopeya y narrativa), se revela contra lo abstracto utilizando el arte de la figuración y la evolución de su trabajo lo lleva a ser un gran crítico de la sociedad por medio del cartel que es su fuerte. Copio el trabajo que se realiza para plasmar en el papel a cada cuadro de un comic, Lichtenstein declaró: *“Estoy copiando nominalmente, pero realmente estoy replanteando lo copiado, en otros términos. Al hacerlo, el original adquiere una textura totalmente diferente. No son pinceladas gruesas o finas, son puntos y colores planos y líneas inflexibles”*. (Vargas, 2019).

Warhol es acusado de ser el artista más impersonal del art pop, su trabajo se basaba la mayoría de veces en su experiencia; le gustaba la idea de plasmar su propia vida en sus obras. Critica a los que considera que su obra es superficial, sin contenido, ni interés, a lo cual (Ingram, 2014) afirma:

Dicen ¿A quién le interesa una lata de sopa? Ya sabemos cómo es”. Pero a menudo creen que he cambiado algún elemento. “Oh mira, ¡qué flor de Liz tan bonita!”. Como si la mayoría de las mujeres no tuvieran una lata de sopa en la despensa en que no hubiera una flor de Liz en la etiqueta. Nadie se fija en nada: es demasiado laborioso. Creo que alguien debería ver mis cuadros en persona antes de decir que son vacuos. (pg. 51).



Ilustración N° 9 Los 15 minutos de fama de la sopa Campbell

1962 es un gran año para Warhol y para el arte pop, presenta su obra que consta de 32 pinturas de latas de sopa Campbell, en la Ferus Gallery de los Ángeles, equiparando así a la galería de arte con un supermercado. El público que estupefacto y con escándalo se inició al pop art en los Ángeles. La obra adquiere relevancia, en cuanto, el gobierno Norte americano ve en estos artistas la imagen de tolerancia de la protesta por medio del arte; demostrando en plena guerra fría y ante la Unión Soviética los valores de la democracia, vemos como afirma (Triadó, 2002)

Así, los expresionistas abstractos americanos, que habían sido casi perseguidos por considerarlos próximos a la ideología comunista por su actitud de crítica social, veían como eran utilizados por el sistema sin poder hacer nada para evitarlo. Con esta maniobra política, sus obras llenaban las mejores galerías, los museos y las colecciones más importantes. A partir de entonces, a los chorretones de su pintura, que estaban ligados a una larga angustia existencial, en lenguaje popular, se les llamó sopa, (pg. 42).

Es así como se puede decir que los pensamientos y el trabajo de Andy Warhol está sustentado en lo sencillo de la vida diaria, utiliza la repetición para dar indiferencia de lo gráfico frente al público y restar importancia, captando la simplicidad de lo cotidiano; creía que todo instante podía merecer ser plasmado en su obra y su mayor influencia el Art Pop; quería encontrar un punto medio entre el arte y la publicidad, utiliza las dos, a pesar que las dos tienen sentidos opuestos: el arte expresa el deseo y el sentimiento, mientras que la publicidad busca y provoca el deseo de comprar en las personas; (Jiménez, 2018) nos dice:

El pensamiento de volver a lo cotidiano, gracias a que se dio cuenta que la sociedad era de consumidores compulsivos de productos y él deseaba darse a conocer bajo sus técnicas artísticas se inspiró para crear lo que hoy conocemos como Pop Art, una manera de acercar el arte a las personas, (párrafo 6).

Muestra una combinación estratégica de publicidad que se convierte en arte y a su vez utiliza su fuerte creencia en la importancia de los medios de comunicación para influenciar al público, es ahí, en donde el arte se convierte en un medio para llegar a toda la colectividad, dejando en esta el sabor de que cada persona posee los valores necesarios para compartir la cultura.

2.3. El Arte Pop y la publicidad.

En contexto vemos como los diferentes artistas, representantes del arte pop expresan en sus obras el pensamiento, la identidad y creatividad con que protesta en contra de la maquinaria gubernamental y la burguesía. Llegan a la publicidad de la mano del arte popular, de las cosas cotidianas y mundanas. (Rosenberg, 2018), nos dice: *“El pop art es un arte publicitario que se publicita como arte que odia la publicidad”*.

El uso de elementos repetitivos, objetos cotidianos y del uso del pueblo, de las artes y medios masivos en sus obras, las estrellas del momento como modelos “Todos tenemos 15 minutos de fama” Andy Warhol, colores brillantes y fluorescentes; intenta dar una protesta a la publicidad, al contraponerse a los estilos comunes de comportamiento social, que se venía ejerciendo hasta este momento; en donde no había el más mínimo respeto por lo individual de mensajes acartonados, llevando a las masas a oír lo que los poderosos querían que escucharan; al respecto afirma la revista Arte Radioactivo Blog (2015): *“Todas las personas relevantes ansiaban tener su propia visión pop. De este modo, delante de Andy Warhol se pusieron Marilyn Monroe, Jacqueline Kennedy, Grace Kelly... para que el artista dejase constancia de su paso por la modernidad”*, (párrafo 3); esta forma de ver el Arte Pop y de encajar en la individualidad de sus sentimientos hacia el arte del pueblo, inicia una nueva protesta que nos lleva un paso más allá de la irreverencia y aprovecha todos los conocimientos para dar a conocer la contra publicidad, escribe la revista (Radiactivo, 2015)

Así como el Pop Art en un inicio tomó aspectos de la publicidad, hoy en día, los diseñadores hacen uso de esta corriente artística para imprimirla dentro de los anuncios, ya sea por el gusto a sus características o porque pretenden hacerlos distintivos, (Párrafo 5).

La contra publicidad es un producto de la información pervertida por parte de los grandes conglomerados y empresas que buscan llevar mensajes que puedan alienar a las masas; dicho producto es una clara protesta a estos anuncios y anunciantes y al descontento de las clases bajas que desean que se escuchen sus opiniones, se enfocan en la contra publicidad o subvertising, que es una crítica de la publicidad realizada por medio la alteración de los contenidos de sus mensajes, esta técnica se utilizó para invertir los significados de los mensajes publicitarios la opinión sobre este tema de Tiscar, (2014): *“Subvertising o contra publicidad es la técnica que utiliza los propios códigos de la publicidad para generar mensajes críticos con los valores que difunde a través de los medios de comunicación, (párrafo 1).*

La manera de pensar, les da la facultad de romper la barrera entre el arte y la cultura de masas, transformando su trabajo artístico en publicidad, para hacer rentable su trabajo, utiliza las normas por las que se rige la publicidad “‘El arte comercial es mucho mejor que el arte por el arte’ afirmaba Warhol; en consecuencia, exponen en su pensamiento y en su trabajo su sentimiento como artistas, pero a su vez da a conocer que el arte no solo nos da satisfacción, si no, que puede ser lucrativo utilizando las herramientas adecuadas; al igual que el arte debe ser inteligente, es un sentimiento de reflexión y crítica, que no tiene perjuicio, tanto por parte del artista como por el público.

3. Objetivos.

3.1. Objetivo General.

Identificar la influencia de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, sobre el Art Pop aplicado a la publicidad contemporánea en estados unidos de los años 70 y 80.

3.2. Objetivos Específicos.

A-Identificar los postulados más importantes de la Escuela de la Teoría Crítica sobre la publicidad.

B-Conocer la línea de pensamiento que más sobresale en el trabajo artístico en el arte pop, y como lo aplica a la publicidad.

C-Establecer la influencia de la Teoría Crítica y el Art Pop en la publicidad.

4. Metodología

La metodología que se realiza en esta investigación es de tipo cualitativa, exploratoria documental; en cuanto se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc.; con el fin de probar que la pregunta de investigación es correcta o incorrecta. Además, de encontrar soluciones y alternativas después de evaluar la información investigada con el objetivo de examinar un tema de investigación que no ha sido abordado en conjunto antes.

4.1. Modelo de Investigación que se Utiliza.

El modelo exploratorio se distingue de los otros tipos de modelos de investigación por su tolerancia en la metodología aplicada. Su trabajo consiste en encontrar todas las pruebas del fenómeno que se investigará. Sin embargo, no busca hallar una conclusión, sino servir como fuente para estudios posteriores.

Su fuente de investigación son los libros y opiniones de expertos

A partir de su estudio se pueden realizar otras investigaciones

No es un modelo de investigación ordenado

4.2. Metodología que se Utiliza para Realizar el Trabajo de Investigación.

Selección del material: Al realizar una investigación documental, es importante hacer una recolección extensa del material que puede ser útil para el proceso.

Revisión del material: En este paso, se clasifica el material y separa los que son poco necesarios de los que son importantes para el tema.

Organización: se compara el material seleccionado y obtiene información textual para realizar citas y referencias con el objetivo de sustentar teorías e interpretaciones.

Análisis de datos: Realización de análisis de la información y elabora un documento donde se refleje su opinión e interpretación sobre el fenómeno de estudio.

Conclusiones: cierra del tema especificando los puntos que quería demostrar.

4.3. Elección de Herramientas.

Con el propósito de elegir los instrumentos para la recopilación de información es conveniente referirse a las fuentes de información; esta revisión es selectiva; teniendo en cuenta que cada año se publica en muchas partes del Mundo gran cantidad de artículos de revista, libros y otras clases de materiales dentro de las diferentes áreas del conocimiento, será importante seleccionar las relevantes y las más recientes informaciones.

Por medio de herramientas como lo son las fuentes primarias, secundarias y otras.

Documentación impresa, libros, periódicos, directorios, tesis, proyectos de investigación, impresiones de archivos estadísticos, etc.

Documentación electrónica, materiales que se pueden encontrar en internet, como libros, revistas especializadas o artículos que se publican en formato digital.

Documentación gráfica, materiales que aportan información, como mapas, planos, fotografías, etc. -Documentación audiovisual, videos y audios que contienen información de entrevistas, presentaciones, conferencias, etc.

4.3.1. Técnicas de uso.

1-Acopio básico de la bibliografía que trabaja el tema a investigar.

2-Hacer lectura del material seleccionado como fuente para la información

Elaboración de fichas bibliográficas y hemerográficas, que permitan conocer los antecedentes del tema a investigar.

3-Elaboración de fichas de contenido, en estas se expondrán las ideas más resaltantes. Se utiliza instrumentos de apoyo, para facilitar la realización de la investigación.

Ficha de resumen

Fichas de trabajo

Fichas de síntesis

Ficha parafrasis

5. Cronograma.

UNILATINA - CENTRO DE CONSULTORÍA EMPRESARIAL	2021/2021																			
<u>Nombre del proyecto Teoría Crítica Influencia sobre el trabajo de Andy Warhol, aplicado a la publicidad moderna</u>	agosto				sept.				octu.				nov.				dic.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades																				
Primera parte: Recopilación de información los postulados de la teoría crítica, de la escuela de Frankfurt, su influencia en el aporte al art pop. Fuentes secundarias y terciarias	x																			
.Conversión de datos de la investigación	x																			
segunda parte: Recopilación de datos Art Pop, el criterio y la filosofía del trabajo realizado por Andy Warhol, su aporte e importancia para dar cambios sistemáticos a la publicidad moderna a partir de la década de los años 60. Fuentes secundarias y terciarias	x																			
.Conversión de datos de la investigación	x																			
Tercera parte: Recopilación de datos Identificar en la publicidad moderna, como la teoría crítica y su postulado han afectado para su evolución. Fuentes secundarias y terciarias	x																			
.Conversión de datos de la investigación	x																			
Cuarta parte: Recopilación de datos la teoría crítica tiene repercusiones positivas o cambios efectivos sobre el art pop y la trascendencia para realizar cambios en la publicidad moderna. Fuentes secundarias y terciarias					x															
.Conversión de datos de la investigación					x															
quinta parte: Análisis de datos los postulados de la teoría crítica, de la escuela de Frankfurt, su influencia en el aporte al art pop					x				x											

Informe de análisis y conclusión parcial		x			
Sexta parte análisis de datos el criterio y la filosofía del trabajo realizado por Andy Warhol , su aporte e importancia para dar cambios sistemáticos a la publicidad moderna a partir de la década de los años 60			x x		
Informe análisis y conclusión parcial Art Pop			x		
Séptima parte análisis de datos Identificar en la publicidad moderna, como la teoría crítica y su postulado han afectado para su evolución.				x x	
Informe análisis de datos y conclusión parcial				x	
Octava parte: informe de análisis y conclusión parcial que la teoría crítica tiene repercusiones positivas o cambios efectivos sobre el art pop y la trascendencia para realizar cambios en la publicidad moderna.				x	
Informe análisis de datos y conclusión parcial				x	
novena parte conversión análisis de datos y conclusiones parciales generales				x	
Revisión resultado producto				x	
Entrega de resultados					x
Décima parte redacción final y entrega de producto.					x
Onceava parte Sustentación final del producto					x

6. Generación de nuevos conocimientos.

Producto esperado	Indicador	Beneficiario
-Trabajo escrito de investigación	-Entrega del informe escrito	-Estudiante
-Artículo de Investigación	-Sustentación	-Universidad

7. Apropiación social del conocimiento

Producto Esperado	Indicador	Beneficiario
-Artículo de digital	-El número de visitas al artículo	-Comunidad educativa
-Ponencia.	-Asistentes a la ponencia	-Universidad
		-Investigador

8. Influencia de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, sobre el trabajo del Arte Popo aplicado a la publicidad contemporánea en los Estados Unidos de los años 70 y 80.

8.1. Teoría Crítica, Escuela de Frankfurt.

La teoría crítica, el análisis las posiciones, y pensamiento de los exponentes e investigadores de la escuela de Frankfurt, en cuanto a la sociedad y su evolución; su pensamiento en cuanto al arte y el uso por parte de la sociedad de los medios de comunicación. Debido al contexto y bases de este trabajo me apoyaré en las tesis de estos dos autores y la dialéctica de la ilustración, teoría estética, la cultura de masas y la crítica a los medios de comunicación. Es clara la crítica al arte y su uso como vehículo del capitalismo, en favor de las clases elitistas

Escuela de Frankfurt: nace en la misma ciudad en el instituto de investigación social, agrupando a investigadores de la Universidad Goethe de Fráncfort, informa de esto (Muñoz, 208) *“El Instituto de Investigación Social perteneciente a la Universidad de Fráncfort del Meno, fue fundado en 1923 por los comerciantes y mecenas Hermann Weil, su hijo Felix Weil “, (párrafo 4).*



Ilustración N° 10 Escuela de Frankfurt y la ideología política de la cultura de masas

Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse y Jürgen Habermas. Criticando las políticas socio económicas de los años 30, empleando la teoría social, para explicar las políticas reaccionarias y la gran división política que estaban inmersas en la sociedad capitalista y liberal de la época. El objetivo de esta escuela fue alcanzar el desarrollo social de la sociedad y de la nación por métodos alternativos; se quiere relacionar, hacer un análisis crítico de los postulados y pensamientos de los investigadores de la escuela de Frankfurt; respecto al arte, al manejo de los medios de comunicación y a las masas, para analizar estos pensamientos y hacer articular los puntos de vista de la teoría crítica con las bases e ideologías del art pop, de cómo la teoría crítica da postulados para que los diferentes artistas y autores del periodo del arte popular tengan una referencia a los diferentes conceptos sobre el manejo de las masas, referente a esto escribe (Muñoz, 2008)

El estado de dominación colectiva mediante de “el concepto de “Teoría Crítica”; esto es, el análisis crítico-dialéctico, histórico y negativo de lo existente en cuanto “es” y frente a lo que “debería ser”, y desde el punto de vista de la Razón histórico-universal. Por tanto. Pero, a la vez, el “es” de lo existente en cuanto “status quo” conlleva una investigación central de la Escuela: los principios de dominación colectiva, (P.g.4).

8.1.1. Razón instrumental

Vemos cómo evolucionan los estudios de la escuela de Frankfurt, gracias al cambio de país, por parte de los investigadores de la teoría crítica, de Alemania a Estados Unidos. Descubren que, a pesar de la diferencia en las sociedades, la razón instrumental seguía impactando en la convivencia social la racionalidad que busca los medios para lograr un fin, no teniendo en cuenta si estos fines son razonables...en si el hombre siempre utilizara esta razón para sobrevivir, (Tobar, 2018) , nos dice:

1- *¿Por qué esa omnipresencia de la razón instrumental?*

Ambas sociedades, la alemana y la estadounidense, eran herederas de la Ilustración y, por tanto, compartían el concepto de razón formulado por ella. Idea sobre la cual se construyó la razón instrumental, (Párrafo 10)

Se inicia un estudio para encontrar la influencia de la Escuela Crítica, con los postulados del arte pop y la publicidad contemporánea, y (CONCATTI, 2009) Max Horkheimer, T.W. Adorno. Dice: *“La regresión de las masas consiste hoy en la incapacidad de poder oír con los propios oídos aquello que no ha sido aún oído, de tocar con las propias manos, aquello que no ha sido aún tocado, (pg. 89);* como el punto de encuentro seguramente está en una clara contraposición con el manejo que realiza la burguesía y las clases dominantes hacia el proletariado y en si en el manejo a su antojo de la sociedad, a través de los diferentes puntos que hacen un todo de la sociedad como lo son: las artes, la política, la economía, etc. (López, 2014), escribe que:

De acuerdo con Horkheimer “impide que el hombre acceda de manera completa a la obra de arte en cuanto lo bello, por ejemplo, se masifica para el consumo de las masas. Cuando se le impone al sujeto social consumir en masa”. (pg. 184).

Un claro ejemplo de estos manejos mediante la propaganda que realizan los gobiernos en la segunda guerra mundial, en donde utilizan el nacionalismo para su beneficio; pero esta clase de propaganda es diferente, mientras en Alemania Hitler utiliza el nacionalismo y el totalitarismo extremo, Marcuse (Peréz, 2002) afirma de esto:

Se dirige contra las concepciones ideológicas del hombre heroico, ligado a las “fuerzas de la sangre y la tierra” que se reproducen en Alemania desde los años veinte. Estas producciones insisten en una crítica a la “anemia” burguesa, y se

titulan falsamente como filosofía de la vida y nietzcheanismo, para culminar luego en la apoteosis de la adoración al carisma del Führer. (pg. 3)

En donde el grupo que controla el poder utiliza de manera sistemática y directa hacia las masas un claro mensaje político (Los 11 principios de la propaganda nazi creados por Goebbels), en el cual hemos como se utiliza todos los medios a su alcance para manejar y hacer llegar el mensaje que se quiere a las masas. Igualmente, el gobierno se hace con los diferentes medios de comunicación. Hitler instauró un ministerio para la ilustración pública y propaganda, a cargo de Goebbels; este haciendo uso de los diferentes medios de comunicación es el encargado directo de promocionar y hacer públicos los avisos del gobierno; para este trabajo es encargado del ministerio de educación pública y propaganda, y mediante 11 principios de propaganda, lleva a cabo estas directrices.



Ilustración N° 11 *los 11 Principios de Joseph Goebbels*

En este manuscrito, se hace alegoría a la supremacía de la raza aria y al nacionalismo, en donde se le incita al pueblo a odiar a las demás razas y grupos minoritarios; igualmente, convierte al pueblo judío como chivo expiatorio sobre los problemas financieros y económicos, que, en ese momento, sufre la población alemana.



Ilustración N° 12 *Cartel de propaganda Nazi.*



Ilustración N° 13 *Ilustración antisemita.*

Propaganda antisemita de un trabajador agrícola que patea a un estereotipo de hombre judío sobre una cerca. La leyenda dice: “Exportación alemana: arrojemos al falso bando de los judíos del país alemán”. *US Holocaust Memorial Museum, courtesy of Dottie Bennett...*

El ministerio se apoya en la cineasta Leni Riefenstahl, quien es el artífice de la filmografía nazi, alegorías a la raza ária, al nacionalismo y recrear a Hitler como un Dios. Dentro de sus logros se encuentra Riefenstahl ganó reconocimiento internacional por su película documental “El triunfo de la voluntad”, sobre el VI Congreso del partido nacionalsocialista, celebrado en Núremberg en 1934; y su segunda obra preparada para los juegos olímpicos de Múnich” Olimpia”, 2 película que engrandece a la raza ária.

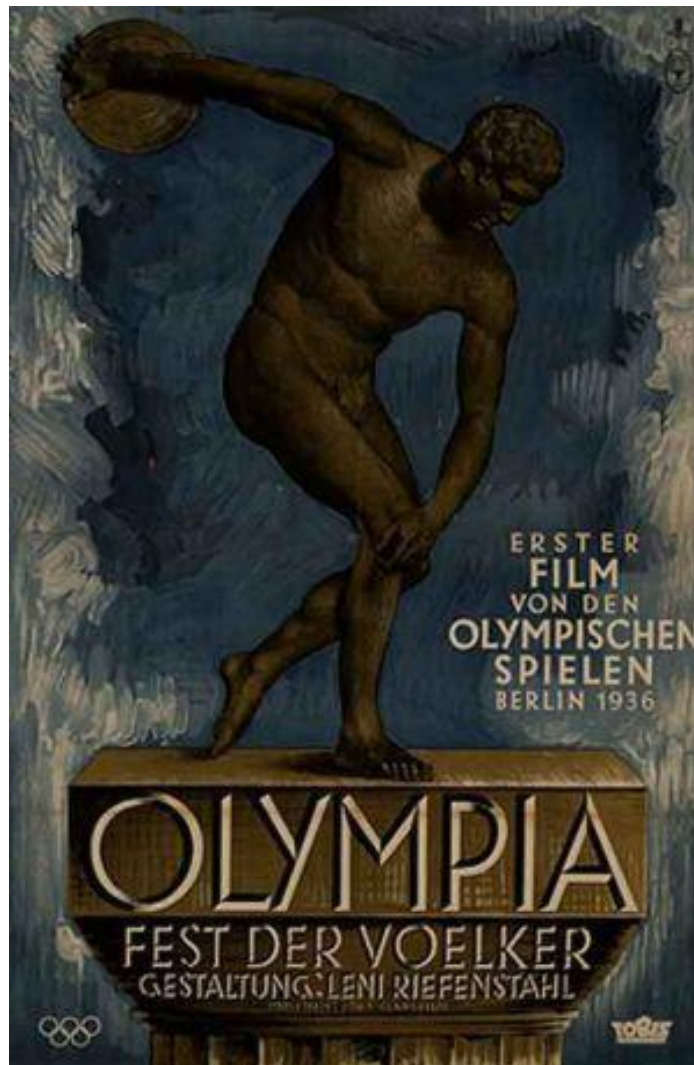
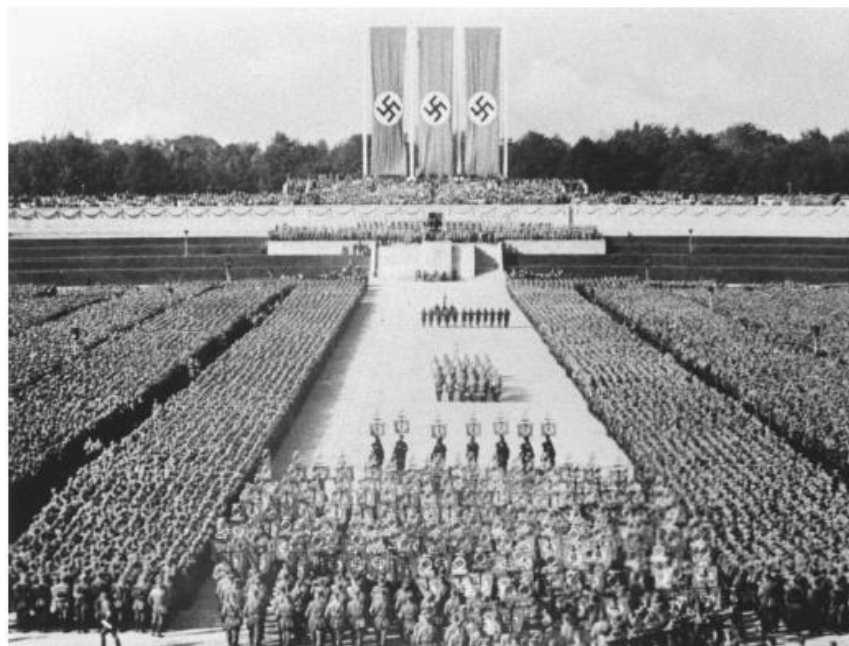


Ilustración N° 14 *Olimpia Festival de las naciones (1936)*



Ilustración N° 15 *Olimpia2*



<https://youtu.be/GKgwUzCEXGg> YouTube 2

Ilustración N° 16 *El Triunfo de la libertad*

Para el gobierno nazi la propaganda política y en el especial las publicaciones anti semitistas en contra de las minorías, como lo son los homosexuales, la comunidad gitana y en

especial la etnia judía, que fue culpada de numerosos crímenes en contra del pueblo alemán, para ensalzar el nacionalismo y la pureza de la raza, conformando los campos de concentración a escondidas de la imaginación mundial, cometiendo las más grandes barbaries jamás imaginadas por el ser humano, (Oliveras, 2004)recuerda a Adorno:

La utopía del arte se alimenta de la indigencia y del sufrimiento humano, siendo Auschwitz su máxima expresión. Es allí donde se produce la catástrofe que obliga al pensamiento a replantearse su propia condición como tal, a cuestionar definitivamente la marcha de la historia en la que se abrió un abismo tan profundo de dolor. El arte, si por algo se mantiene vivo, es justamente por su fuerza de resistencia, por ser “promesa de felicidad, pero promesa quebrada”. A través del arte, la vida aspira a ser redimida; así las imágenes del arte son las vías que permiten rescatar los fragmentos de la vida mutilada (p. 309).

En cuanto a estados unidos y los países aliados llevó a utilizar todas las herramientas, se convierte en un elemento importante para la comunicación entre el poder central y la población en todos los países implicados; dicha propaganda llevaba una gran carga de mensajes ideológicos y se da a conocer a través de lo que más le gusta a la gente, para esto Walt Disney prestó su trabajo.

Disney con sus cortos y utilizando a uno de sus más grandes figuras, Donald; realizando varios cortos para ridiculizar el poderío nazi y dar notoriedad a los aliados, inclusive llegando a ganar un Oscar por mejor corto animado

Corto de los tres cerditos



1.

Ilustración N° 17 *Los tres cerditos y Hitler*



Ilustración N° 18 *Disney y los cortos en animados en la segunda guerra Mundial*

El llamado de los gobiernos era enfrentar juntos la amenaza del eje Berlín, Roma, Tokio y hacerles frente” unión ante los fascistas”. Para unirse en esta tarea el gobierno

estadunidense contacto a las casas de cortos animados para que enfocaran sus realizaciones en la guerra.

Disney realizó cortos para las diferentes ramas del ejército, despertando el interés nacionalista para el enrolamiento de nuevas tropas; en cuanto a los cortos para el departamento del tesoro, los hizo con la finalidad de recaudar fondos por medio de bonos de guerra, aduciendo el valor y las necesidades que tenían los soldados “Héroes de Guerra”, en el frente de batalla.

También la casa Warner Bros con los looney toons, apoyo el reclutamiento y adoctrinamiento de los ciudadanos; sus mensajes eran de corte propagandístico y con puntual odio hacia las tropas enemigas

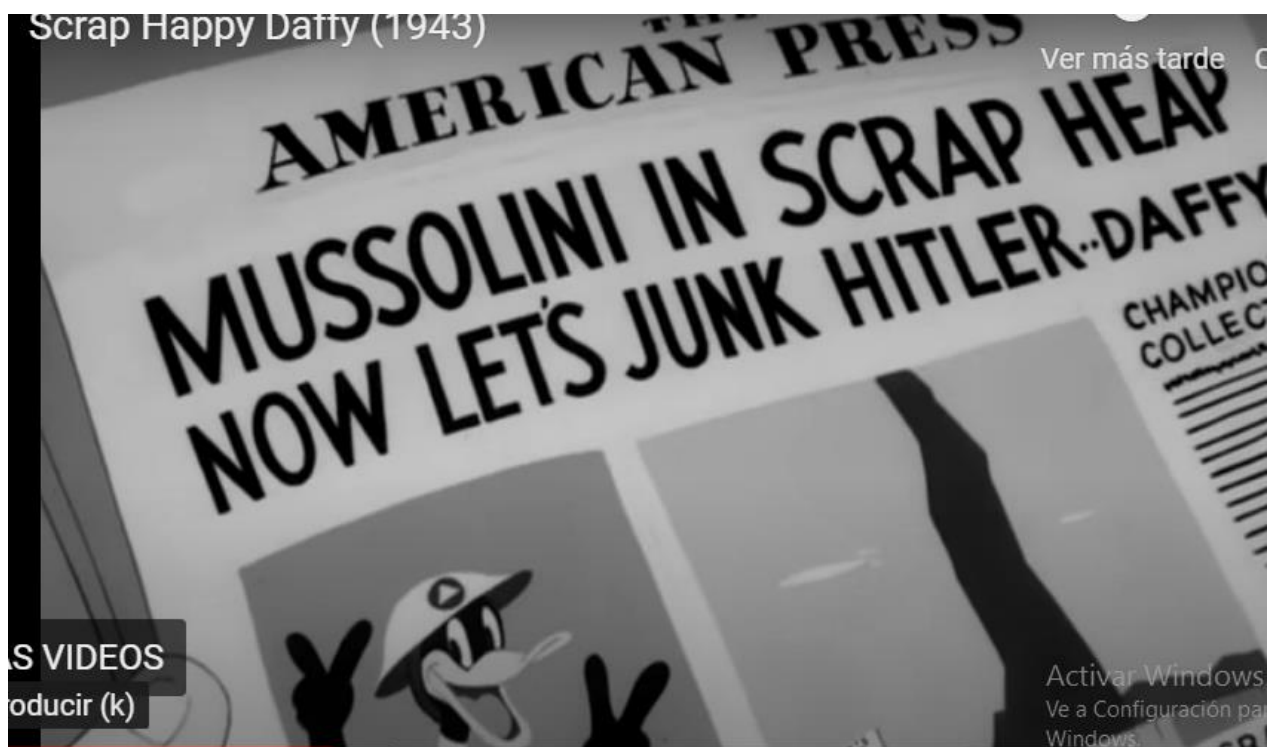


Ilustración N° 19 *Los looney toons y la segunda guerra mundial.*

Los afiches de reclutamiento eran una alegoría al nacionalismo y al heroísmo de los soldados en el frente de batalla.



Ilustración N° 20 *Carteles estadounidenses de la segunda guerra mundial, bono de guerra*



Ilustración N° 21 *Carteles estadounidenses de la segunda guerra mundial, bono de guerra*

Se popularizó la palabra “te quiero a ti” cartel del tío Sam que se originó durante la primera guerra mundial.



Ilustración N° 22 *Uncle Sam. Posters.*

Ilustración N° 23 *Uncle Sam. Posters.*

Gracias a que los cines, no solo pasaban películas, también pasaban noticieros sobre la guerra y cortos animados, es el medio de comunicación por excelencia y mediante el cual se transmiten las noticias que traen los corresponsales de guerra.

En estos ejemplos se ve claramente como los gobiernos, desde su propia óptica y acomodo usaban los medios de comunicación para sus fines, alienando a las masas con mensajes nacionalistas y propaganda de odio por sus adversarios.

El inicio de la época de los años 50 y 60, en el cual el baby bum es un factor importante, da inicio a una evolución en la sociedad, en los países europeos y asiáticos en reconstrucción; en América surge una nueva clase social, debido a la migración de personas a las grandes ciudades, por el florecimiento de grandes industrias, y el requerimiento de mano de obra para la reconstrucción de estas, la participación de la mujer en la vida económica y su nuevo rol como trabajadora industrial, más el impacto de la migración de personas de

diferentes países buscando una nueva vida y nuevas oportunidades se unen para dar forma a una nueva clase social, ávida de saberlo, probarlo y tenerlo todo” la Clase media”. El ingreso a los colegios y Universidades se hace más fácil, las mujeres y otras clases sociales menores tienen acceso a la educación, con los programas sociales que ofrecen los diferentes gobiernos

8.1.2. Los estados de Bienestar.

Estas transformaciones sociales en los países desarrollados estuvieron en la base de lo que se llamó “Estado de Bienestar” y, al mismo tiempo, se vieron favorecidos por su Surgimiento que se consolidó en la pos guerra mundial. Bajo esa denominación se hacía referencia al conjunto de servicios sociales para toda la población. Los estados de Bienestar tuvieron un éxito importante en sus objetivos.” (Diccionario, 2020)

Los grandes conglomerados y empieza a monetizar y dar valor tangente a las obras artísticas, se inicia una carrera económica por las obras de artistas contemporáneos y se inicia una gran industria de entretenimiento con elementos simples, (Adorno T. , Theodor W. Adorno y el 68, 1969) comenta:

De por sí toda obra de arte busca la identidad consigo misma, esa identidad que, en la realidad empírica, al ser el producto violento de una identificación impuesta por el sujeto, no se llega a conseguir. La identidad estética viene en auxilio de lo no idéntico, de lo oprimido en la realidad por nuestra presión identificadora. (pg.25).

Aparecen grandes movimientos estudiantiles en Francia, España, Estados Unidos, América Latina, la inconformidad hacia los estamentos gubernamentales y la clase dirigente por cómo se estaba gestionando las políticas públicas, de gobernabilidad y hacia la ciudadanía se generaliza a nivel global. El movimiento de protesta no marchaba por obtener el poder, se marchaba por obtener derechos fundamentales como: la educación, la defensa de la libertad y

los derechos civiles; movimientos como la revolución de las flores, el movimiento negro dirigido por Martin Luther King, el movimiento hippy en contra de la guerra de Vietnam; las movilizaciones en Alemania. Las matanzas en la plaza de Tlatelolco en México y el Cordobazo en Argentina; desencadenaron grandes cambios para la juventud y la clase obrera, los negros ganaron un gran reconocimiento de sus derechos en Estados Unidos, las mujeres salieron fortalecidas y lograron el derecho al sufragio y derechos fundamentales que antes no se reconocían; los obreros ganaron el salario básico y el reconocimiento de las 8 horas de trabajo. Estos movimientos y logros trajeron cambios drásticos a la sociedad y al poder capitalista.

8.3.1. Industria cultural.

“El arte recuerda al Espíritu que no solo es Espíritu. Pone ante sí su naturaleza material no reducible a concepto o a la razón, pero a su vez es un producto del *Espíritu* puesto que necesariamente tiene forma”. (ArteStetica, 2014)

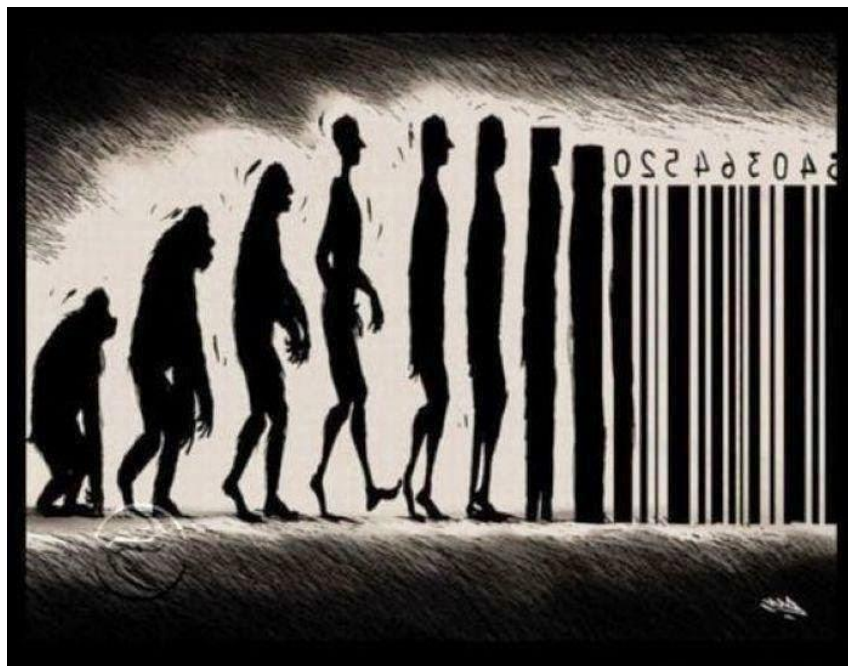


Ilustración N° 24 Teoría estética, Teodoro Adorno

Las obras de arte ya no son iguales, el arte ya no es único, la esencia de las obras de arte pierde su belleza, la creatividad única se diluyen, la fantasía y la magia del artista pierde su originalidad, a lo cual (Benjamín, La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, 2003) , afirma:” *Conforme a una formulación general: la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición*”. (pg. 3), Benjamín dice que la esencia de la obra de arte es su originalidad. Vemos como la originalidad sucumbe frente a la industria cultural y las obras de arte son reproducidas con abrumadora exactitud, las nuevas técnicas artísticas, la xilografía, las litografías o los gliclees hacen perder todo vestigio de originalidad, las obras pierden su carácter de únicas e irrepetibles; se realiza un trabajo de línea de producción, y estas, a su vez se vuelven en favor del capitalismo y de la burguesía

“En un tiempo muy distinto del nuestro, y por hombres cuyo poder de acción sobre las cosas era insignificante comparado con el que nosotros poseemos, fueron instituidas nuestras Bellas Artes y fijados sus tipos y usos. Pero el acrecentamiento sorprendente de nuestros medios, la flexibilidad y la precisión que éstos alcanzan, las ideas y costumbres que introducen, nos aseguran respecto de cambios próximos y profundos en la antigua industria de lo Bello. “ (Valery, 1931)

El cine se vuelve un claro ejemplo de la pérdida del sujeto, para dar paso a muchos procesos distintos y creadores diferentes: si la obra sale mal, se puede arreglar en posproducción, con diferentes creativos. Es la desaparición del artista, la creatividad individual y el genio dan espacio a un sin fin de productores, la multiplicidad es la nueva tarea.

“Y es indudable la diferencia que hay entre la reproducción, tal como está disponible en revistas ilustradas y noticieros, y la imagen. Unicidad y durabilidad se encuentran en está tan estrechamente conectada como fugacidad y repetitividad en aquellas. La extracción del

objeto fuera de su cobertura, la demolición del aura, nos dice (Benjamín, La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, 2003) : *“es la rúbrica de una percepción cuyo sentido para lo homogéneo en el mundo” Ha crecido tanto, que la vuelve capaz, gracias a la reproducción, de encontrar lo homogéneo en aquello que es único”*, (pg. 47)

Las películas son hechas para las masas, (Benjamín, La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, 2003) nos dice: *“La masa en nuestros días la matriz de la que sale renacido todo comportamiento frente a las obras de arte que haya sido usual hasta ahora”* (pg.23), son trabajos realizados para la comunicación masiva y el observador se convierte en un número más. Ya las artes no son cultura, la cultura ahora son las industrias culturales y el entretenimiento, hasta una canción de reggaetón es cultura, teniendo en cuenta que las nuevas tecnologías de reproducción y distribución afectan la cultura en sí misma, (Benjamín, La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, 2003) afirma: *En la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofia es el aura de ésta”* (pg. 22)

Si nos detenemos a pensar y descifrar que ha pasado con el arte y la cultura, está a evolucionado, la contra cultura se vuelve cultura, el arte sufre un cambio significativo en donde, la industria cultural mete sus manos y el arte poco a poco pierde su unicidad y su originalidad, pudiendo cada obra de arte ser copiada con exactitud por las nuevas tecnologías y las nuevas técnicas utilizadas por los artistas. En resumen, la industria cultural absorbe al arte y lo convierte en producto de consumo masivo por las masas y mediante los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.

En resumen, La teoría Crítica nos dice que la industria cultural y el manejo de los medios de comunicación por parte de las clases poderosas, son un vehículo para poner a la cultura, al servicio del capitalismo. Las obras de arte se crean y son explotadas para el directo consumo, las masas se encuentran sometidas al poder del capitalismo; las producciones de

obras son parecidas a los trabajos de fabricación en serie, las obras de arte se vuelven un producto que se vende y se compra como simple mercancía, donde su significado no viene de la creación, del ámbito artístico y sus contenidos son más comerciales. (Benjamín, La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, 2003) Nos explica

“La mercancía explotada indiscriminadamente se presenta en la industria cultural de manera que se disuelve, toda individualidad de los productos desaparece la obra de arte como valor de uso. La reproducción de la obra lo que atrofia es el aura “el aquí y el ahora del arte”, se pierde la autenticidad de la obra”

8.1.3. Industria cultural.

Entiéndase ésta como la producción masiva de objetivos de tipo cultural (canciones, libros, pinturas, etc.), en donde no solo, es producción en serie, también es el manejo de la cultura con fines de comercio.

La producción masiva tenía como principal consecuencia que el producto artístico o cultural perdiera su significado original y adquiriera uno nuevo, más acorde con los intereses de quienes ejercen el poder y que ha perdido cualquier transformación crítica o de invitación a la reflexión.” (Tobar, 2018)



Ilustración N° 25 *Industria cultural de la cultura de masas.*

Se da una perspectiva de la burguesía utilizando el arte como forma de estatus, al igual que utilizan este y la producción de cultura para el lucro, el manejo de las masas y La satisfacción personal. En este sentido (Romero, 2014), nos dicen: *“tanto Adorno como Walter Benjamín consideran que el auge de la sociedad de masas es un síntoma de una era degradada en la que el arte sólo es una fuente de gratificación para ser consumida”* (Párrafo 1).

(Romero, 2014), asegura:

La industria cultural, pretende ser guías, orientadores, modelos de un mundo en desorden, y que en tanto son proveedores de estos elementos estos resultan ser suficientes para ser aceptados y dejarse guiar por lo que ellos muestran, evitando a toda costa la objetivación de la información. (Párrafo 3).

Horkeheimer y Adorno en su pensamiento crítico, dicen que la industria cultural sufre un cambio en el proceso de transición cultural; cambio regido en la mercantilización, modificando sustancialmente los caracteres tradicionales, transformación que sufren los medios masivos de comunicación y la industrialización que adquiere la producción cultural de la sociedad. Horkeheimer y Adorno están en contra de la mercantilización de la cultura, poniendo en evidencia la mediocridad de los contenidos culturales y artísticos, al respecto nos asegura (Adorno T. , Culture Industry Reconsidered, en “The Culture Industry: selected essays on mass culture, 1991)

“En todos los sectores (la Industria Cultural), Fabrica de una manera más o me planificada unos productos que están pensados para ser consumido por las masas y que en buena medida determina este consumo. Los diversos sectores tienen la misma estructura, o al menos encajan unos con otros”. (pg. 295)

Los productos de la industria cultural son considerados mercancía de forma integral, (Quiñonez, 2018), asegura sobre este tema:

Las problemáticas detectadas no se debían a errores o fallos en el funcionamiento de la sociedad; sino a la forma en que estaban diseñadas las sociedades modernas.

Su análisis arrojó como conclusión que: el origen de estos fenómenos residía en la manera en que nos relacionamos con los demás (personas o instituciones). Estas interacciones se entendían de forma completamente instrumental, es decir, estaban enfocadas únicamente a conseguir beneficio y se consideraba que las otras personas eran medios para conseguir un objetivo. (Párrafo 6).

La radio, el cine, las revistas y el auge de la televisión, ya no son usadas como forma de arte, son un negocio, se vuelven industrias, que a su vez se ofrecen a otras industrias(publicidad), por dinero. La industria no va para un solo individuo, su contenido es dirigido hacia las masas, la industria se estandariza con producción en masa y los medios de comunicación sirven para alienar a estas masas por medio de sus productos, solo sirve para manipular a los compradores y es así como estos medios en sus diferentes programas y artículos nos dan la fórmula del éxito, para el comprador es la fórmula que siempre se desea, “el éxito”.

Gracias a estas posiciones surge la edad de oro de la publicidad en los años 50 y 60, en donde el anuncio publicitario se concentraba en las bondades y características de los productos, Las grandes marcas invadieron el mercado con imágenes y slogan. Se explota la sensualidad y la mujer juega un papel de objeto y no se le considera un sujeto; se da un inicio de mundo sexista en donde la mujer es considerada un objeto sexual en los anuncios de

publicidad y en sí en todo el ámbito de los medios de comunicación. La mujer se vuelve un instrumento en cual gira a su alrededor toda la creatividad del publicista.



Ilustración N° 26 *Mujeres para vender de todo.*

Se realiza un énfasis en los anuncios de sofisticación y elegancia, provocando que el consumidor aumente su necesidad de vestir y estar elegante.



Ilustración N° 27 Sofisticación y elegancia.

En síntesis, el arte se vuelve una industria de interés, solo con fines lucrativos y elitistas; la mujer es el centro sexual de los anuncios publicitarios (Benjamín, La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, 2003), afirma: *“Las circunstancias en que se ponga al producto de la reproducción de una obra de arte, quizás dejen intacta la consistencia de ésta, pero en cualquier caso deprecian su aquí y ahora”*. (pg., 3)

Los niños alegres

gozan siempre de buena salud

Al sorprender Ud. a sus niños haciendo una "dulce" travesura... como la de estarse tomando la Leche Condensada LA LECHERA, a cucharadas, directamente del bote... recuerde que, es una travesura nu-tri-ti-va...

- Tomada directamente del bote,
- como bebida caliente o fría,
- sobre una rebanada de pan,
- con macedonia de frutas, o
- en exquisito postre de flan,

Leche Condensada LA LECHERA

es la mejor sobrealimentación natural para sus hijos

HAGA FRIO O CALOR... ¡SIEMPRE LA MEJOR!

91

Ilustración N° 28 Yo fui a E.G.B.

Las publicidades para niños, estaba enfocada en los roles familiares, la madre trabaja en la casa y cuida a su familia, mientras que el padre tiene el rol de procurador, es el que trabaja fuera y procura cubrir los gastos del hogar.



Ilustración N° 29 Publicidad de los 60

8.1.4. *La Escuela de Frankfurt y las revueltas estudiantiles de los 68.*

Las revueltas juveniles de los años 60, inician por un inconformismo de los estudiantes universitarios, se cocina las protestas en los campus de las universidades, Las protestas no solo fueron en París, fueron a nivel mundial: las marchas de las flores en Estados Unidos, (San Francisco), y no todas pedían lo mismo, pero si fueron lideradas por los estudiantes las marchas estudiantiles en Paris (Francia). cansados del autoritarismo del estado, la falta de democratización del estado educativo, artos de la guerra de Vietnam; la marcha sobre Washington en el 63, liderada por Martin Luther King exigiendo los derechos de las minorías negras, en contra de la segregación racial y la igualdad; en España el movimiento estudiantil en contra de la dictadura de Franco; La primavera de Praga, La revuelta húngara y la posterior represión soviética; las protestas feministas exigiendo igualdad de derechos con los hombres; las protestas estudiantiles en

Berlín criticando tanto del modelo occidental como del despotismo burocrático existente en el Este; El movimiento Undergroumnd en Inglaterra en contra del aumento de armas atómicas, y la incorporación de Inglaterra a la O.T.A.N.

Los académicos de la escuela de Frankfurt participaron en mayor o menor medida y opinaron de las protestas estudiantiles, cada uno tomando posiciones diferentes.

Los postulados y filosofía de la teoría crítica son seguidos y tomados por los estudiantes como propios.

Marcuse estuvo en la antesala de las revueltas de París y Berlín. Tomaron para si los postulados de la teoría crítica de la escuela de Frankfurt, en donde el gobierno y la clase dominante infundían un poder totalitario, que las masas, en este sentido los estudiantes y obreros debían ser manejadas por medio de la educación.

Habermas

Gracias a la teoría crítica, de pronto miles de jóvenes ponían en práctica sus postulados, asegura Adorno de la teoría de Habermas, (mb, 2004): “Jamás *hubiese pensado que alguien llegase a querer convertir en realidad sus teorías por medio de cócteles molotov*”; Habermas a pesar de haberse desmarcado de las revueltas estudiantiles reconoce como logro propio la democratización de la sociedad.

Marcuse

Marcuse estuvo en la antesala de las revueltas de París y Berlín. Cuando llegó a París, el movimiento estudiantil ya estaba en marcha y la prensa francesa se refería a él como el “ídolo de los estudiantes rebeldes. (Marcuse, 1968), en su discurso de las revueltas de mayo del 68 afirma, dio un extenso discurso que duro 2 horas.

Cuando preguntamos cómo fue posible que el movimiento estudiantil se convirtiese en un movimiento de masas, la respuesta es muy difícil de encontrar. Como dije, el movimiento se limitó primero a la universidad, y las reivindicaciones fueron al principio

académicas, exigencias de reforma de la universidad. Pero luego vino el reconocimiento de que la universidad es, después de todo, solo una parte de la sociedad en general, del régimen, y que a menos que el movimiento se extendiese más allá de la universidad y golpease los puntos más vulnerables de la sociedad en su conjunto, no tendría éxito.

Marcuse vivió directamente las protestas de los estudiantes, los motines, las barricadas y la represión policial. Después de su discurso Marcuse respondió a preguntas que realizaron estudiantes en la universidad de Berlín, nada de ese tipo. Definitivamente, el movimiento estudiantil se enfrenta a la abierta hostilidad de la población de Berlín y a la abierta hostilidad de los trabajadores organizados:



Ilustración N° 30 Herbert Marcuse y las revueltas estudiantiles de 1968: una conferencia

1. Al respecto de esta entrevista se toman algunos apartes de la entrevista, en los cuales se reafirma que Marcuse estaba a favor de las marchas:

Preguntas

Después de su discurso, el profesor Marcuse respondió a las preguntas de la audiencia. Cuando se le preguntó si apoyaba la opinión de que no se debería poder hablar a favor de la guerra de Vietnam, respondió:

Estoy en acta por apoyar este punto de vista, sí. No dije que aquellos que no están de acuerdo conmigo no deben ser tolerados. Dije explícitamente, y lo mencioné, que quienes defienden y propagan la guerra en Vietnam, no deberían, en una sociedad verdaderamente democrática, disfrutar del derecho democrático a la libertad de expresión. Su política necesariamente socava la democracia como todavía existe. Así que no se trata de estar en desacuerdo conmigo en absoluto.

Sobre las perspectivas de una alianza entre trabajadores y estudiantes en Francia:

Es muy posible, creo que es muy probable, que el movimiento se vuelva a dividir y que los temas se decidan por separado. La extrema derecha está relativamente inactiva [en Francia... Creo que es un cambio muy importante, un cambio que creo que aún debe explicarse en términos de la guerra contra el nazismo y el fascismo, donde, por supuesto, los partidos de extrema derecha jugaron un papel incalificable desde el principio, y no son exactamente los representantes más adecuados e idóneos de la derecha en este sentido.

Si la rebelión estudiantil no es una revolución, ¿cómo debería categorizarse?

No quise ni llamé revolucionario al movimiento, porque creo que ni en Francia ni ciertamente aquí en este país estamos en una situación revolucionaria o

incluso prerrevolucionaria. Creo que tenemos que operar sobre este supuesto, si entendemos lo que está pasando, y es irresponsable arrojar sobre el movimiento actual el concepto de revolución o revolucionario...

Creo que una cosa que podemos decir con seguridad: que la idea tradicional de la revolución y la estrategia tradicional de la revolución están fuera de uso. Están desactualizadas, simplemente están superadas por el desarrollo de nuestra sociedad. Absolutamente increíble y, simplemente, de ninguna manera se corresponde a la realidad de las cosas...

Adorno y la revolución estudiantil de los 60

Los estudiantes del movimiento del 68 se identificaban con filosofía en contra del autoritarismo, pero los estudiantes se decepcionaron de este por su negativa a las protestas y entre el 68 y el 69 su relación con los estudiantes quedó rota. En plenas protestas Adorno recurrió a la policía para sacar a varios estudiantes que habían irrumpido en la universidad en que dictaba clases; y posteriormente lo que acabó con la relación definitivamente fue "el atentado de los senos", en plena clase de Adorno, tres estudiantes se abrieron las blusas y mostraron sus senos, confrontando a Adorno acusándolo de conservadurismo. Adorno murió poco después por problemas cardíacos.

En febrero y abril del 69 le hicieron dos entrevistas televisivas, para hablar sobre las protestas estudiantiles del 68, a lo que Adorno respondió, (Adorno T. , Theodor W. Adorno y el 68, 1969), nos recuerda en su artículo:

ROBERT STENGL. *Querido profesor, usted pasa por ser uno de los padres espirituales de la rebelión estudiantil. Ante todo, ahí están sus investigaciones y*

trabajos sobre el problema del fascismo que han encontrado eco en la izquierda radical. Estudiantes, alumnos suyos, protestan y consideran que hoy, en la República federal, se vive bajo el reino del fascismo. ¿Ve usted, en la RFA, fascismo por alguna parte, tendencias fascistas?

THEODOR W. ADORNO. *Para empezar, me gustaría decir que es difícil para mí no ver hasta qué punto yo he tenido influencia sobre el movimiento estudiantil...el fascismo, es necesario precisar rápidamente dos cosas: por un lado, creo que el fascismo no es un accidente desgraciado de la historia que habría ocurrido solamente en Alemania, sino que está estrechamente ligado a tendencias de la sociedad en su conjunto, con el tránsito a la concentración, a la concentración administrativa y económica...que es en Alemania donde la herencia hitleriana continúa teniendo repercusiones, es aquí donde las tendencias fascistas y fascistoides reclaman una atención crítica más importante.*

R.S. *¿Puedo interpretar eso que usted dice en el sentido de que los estudiantes, los estudiantes radicales, tienen razón cuando expresan la protesta que ya conocemos?*

T.A. *Los estudiantes radicales tienen razón sin duda cuando nos advierten contra el potencial fascista, presente hoy como ayer en Alemania por las razones que acabo de subrayar. Pero creo que cometen el error que cometieron los comunistas contemporáneos de Hitler respecto a éste, el de calificar a los social-demócratas de «social-fascistas» (Sozialfaschisten) y de enfrentarse a estos antes que contra los nazis*

Entrevista en abril del 69, queda registrada en (Adorno T. , Theodor W. Adorno y el 68, 1969), que nos dice en:

P. En una encuesta realizada por nuestro periódico, con ocasión del Año Nuevo de 1967, usted dijo que sentía cada vez más aversión por la práctica, y esto está en contradicción con sus propias posiciones teóricas. ¿No es posible que estos estudiantes a los que usted condena debido a su actividad revolucionaria no hagan sino buscar una salida fuera de esta contradicción –la suya, profesor Adorno– y así, tal y como ellos lo intentan, no hacen sino poner en práctica su pensamiento de forma consecuente?

T.A. Mi creciente reserva respecto de la práctica depende mucho menos de mi propio desarrollo individual que del carácter cada vez más ilusorio de este tipo de práctica en las condiciones actuales. Es evidente que los estudiantes buscan una salida y creen desesperadamente en la misma, pero para mí tal salida está ya condenada. Las consecuencias del activismo indican justamente una dirección hacia la que los estudiantes, si juzgamos la conciencia que ellos tienen de la misma, no desean ir por nada del mundo. Yo no tengo miedo en absoluto de las contradicciones. Estas pueden referirse al asunto y no necesariamente a la persona...

P. Como profesor de universidad, usted es también enseñante. ¿Se siente usted afectado, desde la perspectiva de su responsabilidad pedagógica, cuando se le reprocha, en el debate público, el ser uno de los padres espirituales de la revuelta estudiantil? Para decirlo de forma más simple: ¿se siente usted culpable de alguna manera?

T.A. No, no me siento responsable, desde una perspectiva pedagógica, de las revueltas de los estudiantes. No tengo sentimiento de culpabilidad. Entre las personas que han leído mis escritos o que han asistido a mis cursos, ninguna puede hasta ahora interpretarlos como incitaciones a la violencia. Cuando me enfrenté por primera vez en Berlín, en 1967, a una manifestación que tenía por objetivo impedir una de mis intervenciones, me quedé completamente sorprendido.

A pesar de que los estudiantes, tomaron la filosofía de la teoría crítica como propia, el único catedrático de la escuela de Frankfurt que los apoyo abiertamente fue Marcuse, marcando claramente su opinión y filosofía ante los pedidos de cambio por parte los protestantes; mientras que Adorno y Habermas se desmarcaron categóricamente de las marchas, a pesar de que su propia filosofía dictaba lo contrario, tachándolos por muchos como “adaptados”. La teoría crítica tiene una gran influencia sobre los jóvenes, despertando la flama de indignación contra el poder político, el totalitarismo del gobierno y la doble moral de la burguesía. El profesor Marcuse es el único de los académicos de la escuela de Frankfurt que esta abiertamente a favor de las marchas y en defensa de los postulados de la teoría crítica; asume directamente frente a los jóvenes estudiantes su pensamiento crítico frente a la sociedad, al gobierno y ante las clases dominantes.

8.2. Contra Cultura.

La insatisfacción y las posiciones del gobierno, crearon un ambiente para el nacimiento del movimiento cultural Contra cultura. Hay una negativa generalizada para integrarse a la sociedad por parte de los jóvenes, la oposición a las formas de conformación de la sociedad y al planteamiento político de época, en donde el totalitarismo estatal es el pan de cada día, en donde las libertades y derechos están coartados, en donde las mujeres tienen que luchar día a día por que se reconozcan sus derechos, en donde se pierde una generación completa por una guerra que no es suya y los sobrevivientes de esta llegan con graves daños

psicológicos; El inconformismo de los jóvenes por el aumento de las armas atómicas y el estrés psicológico de la confrontación entre el capitalismo y el comunismo en lo que se denominó la guerra fría y un constante miedo a una tercera guerra mundial; también encontramos que, debido a los acontecimientos recientes, los jóvenes están en una constante rebeldía en contra del sistema de consumo social y de rebeldía generacional, en búsqueda de una identidad y libertad propias. Nace la contra cultura en Los Estados Unidos, en los campus universitarios; los jóvenes buscan su propia libertad ya que solo eran considerados como un rango de edad en donde no eran considerados ni adultos ni tampoco niños, no tenían su propio espacio. Los acontecimientos como la guerra de Vietnam (en la cual la mayoría de ciudadanos está en contra), la guerra fría entre Estados Unidos y el bloque Soviético, la marcha de las flores, el mayo francés, las marchas y reivindicación de los negros por sus derechos, dio inicio a la contra cultura, movimiento liderado por estudiantes universitarios, que estaban en contra del establecimiento social y en contra de los deseos y de sus padres; con postulados tan sencillos como estar en rebeldía en donde el capitalismo y lo que producía este no estaba bien, (las instituciones solo nos preparaban para producir y consumir) , el trabajo no nos lleva a ningún fin, el trabajo solo sirve para producir para consumir; que la guerra no es una solución, que los intereses de los más poderosos no eran los intereses de todos; que el gastar dinero desmesuradamente sin saber para que lo gastábamos, es justo gastar, pero gastar en justas proporciones, el conocimiento nos hace libres. (Roszak, 1970), afirmó que:

Cuando en una sociedad se presenta algún fenómeno social como nuevo, la tecnocracia lo narcotiza y lo estudia para adoptarlo, rechazarlo, promoverlo o acreditarlo; la juventud contracultural tuvo su máximo esplendor como generación descontenta en la década de los 60. (Párrafo 17).

En cambio, para Para (Gaytan, 2004), ” *el significado de la contracultura hay que buscarlo en los procesos de apropiación consumista de las clases intermedias de las décadas de los sesenta y setenta*”. (pg. 174).

Esta fue una época de grandes transformaciones tanto sociales, culturales, como artísticas, los jóvenes luchan por cambiar al mundo y hacer de él algo mejor, quieren la paz, la libertad, no quieren la guerra y mucho menos una tercera guerra mundial, en donde la humanidad pueda desaparecer con el uso de armamento atómico, (Carrillo V. , 2006) nos dice:

Un cambio social importante causa una reacción grande. Las revueltas estudiantiles de los últimos años de la década de los sesenta fueron, en parte, un reflejo del nuevo poder de una contra-cultura que reacciona contra el crecimiento de una sociedad basada en la ciencia. (Párrafo 4).

Así mismo el legado que dejaron los movimientos estudiantiles en el mundo fue de cambios cultural y social, con una mirada a un futuro con esperanza, (Mora, 2018)asegura

La Contracultura, se debe al éxito de poder compaginar la calidad de vida y la autorrealización personal. Este proceso de cambio se llevó a cabo en las esferas más jóvenes de la sociedad, puesto que era una generación que no había conocido la guerra y había sido, tanto educados como criados, en una sociedad de prosperidad económica y social... (pg. 70)

(Dalton, 1988), añade a esta afirmación ” *Explica que se han producido cambios de valores, cambios culturales y una “revolución silenciosa”, que son las que verdaderamente han llevado a la sociedad a dar el paso hacia el cambio*” (pg. 72).

Lastimosamente toda contracultura, con el paso del tiempo se va incorporando a la cultura y se vuelve cultura social, a esto afirma (Marcuse H. , 1981)*La sociedad de masas y su industria cultural han vaciado "la dimensión artística asimilando sus contenidos antagónicos". Por eso, lo contracultural de ayer será la cultura instituida de mañana.* (pg.82).

A pesar de todo el movimiento que existió a nivel global, estas protestas no tumbaron gobiernos, ni cambiaron sistemas, pero dejaron sembrado en el alma de los jóvenes de la época una gran insatisfacción, la pelea política se perdió, pero la mejor forma de expresar el sentimiento es a través de la cultura, y en este sentido las protestas dejaron huella, Mario Vargas Llosa afirma:” *la mejor forma de entender las repercusiones de esta insurrección juvenil y romántica es a través del arte y la cultura*”.

No olvidemos que la cultura es la expresión artística en todas sus formas de los sentimientos de un pueblo, en este sentido, la comunidad artística y estudiantil se fusionó como nunca con el rock: Pink Floyd fue fundado por estudiantes de arte y arquitectura de Cambridge, y The Velvet Underground estableció una estrecha relación con Andy Warhol. (Bautistamayo, 2018) Afirma:

Cuando la música de masas se convirtió en asunto político, al igual que lo hizo el sexo, en gran medida gracias a la difusión masiva de la píldora anticonceptiva. Fue también cuando muchos jóvenes occidentales se organizaron para mostrar su desdén por el capitalismo de las grandes empresas... (Párrafo 8).

Los jóvenes trataron de aprovechar cada espacio y cada oportunidad que tenían en el ámbito cultural, es así como utilizan los carteles realizados por ellos mismos, obreros y estudiantes Ocuparon durante un mes y medio los talleres de la escuela de bellas artes de París, para plasmar en 500 carteles y 12.000 copias el sentir de las protestas. El gobierno de

Francia amarro los medios de comunicación coartando la información, a lo cual lo estudiantes se organizaron en comités pro libertad, galas al aire libre y noticiarios por perifoneo; necesitaban dar a conocer la verdadera situación de las marchas, gracias a esta sed de informar todo, nacen los carteles protesta.



Ilustración N° 31 *Las calles son nuestras*



Ilustración N° 32 *Carteles de mayo del 68.*



Ilustración N° 33 Carteles de mayo del 68



Ilustración N° 34 Sois jeune et tais toi

Aprovecharon los espacios que tenían cerca a sus centros educativos, como los graffitis cerca a la universidad de la Sorbona en París, manifestando su deseo de ser libres, el contenido de estos afiches se volvieron eslogan de una generación que luchó por obtener sus derechos y dejar el totalitarismo estatal. Eslogans que se inmortalizaron a través del tiempo, y a los que la juventud y los protestantes recurren con frecuencia, sabiendo que estas frases son inmortales, y que, al final de cuenta el tiempo ha demostrado, que las clases gobernantes y poderosas siempre emplean diferentes medios para oprimir al pueblo y obtener cada vez más poderosos.



Ilustración N° 35 Prohibido prohibir



Ilustración N° 36 Sean realistas, pidan lo imposible



Ilustración N° 37 *La belleza está en la calle*

Los carteles y graffitis protesta , dejaron un gran legado y una forma de expresar sentimientos, frustraciones y de decir irectamente al gobierno por que se estaba luchando.

Las marchas y protestas de los 60, realizadas por jovenes estudiantes, obreros, gente de color y mujeres; no lograron, en definitiva, lo que querian “ un cambio de politicas gubernamentales, un espacio para la educación , la igualdad de derechos para las mujeres, los derechos civiles para la población negra y en general la busqueda de la paz , al igual que que la busqueda de derechos sociales igualitarios tanto para mujeres como para estudintes”;

pasamos de las protestas de paris, pasando por praga, mexico, berlin, argentina y realizando un estallidon en estados unidos, cargando el ambiente de insatisfacción por el endurecimiento burocratico y gubernamental, que plantearon una politica mas extricta. Pero quedo plantado , y fue una gran victoria, en el ambito cultural de los sentimientos, frustraciones, las carencias por las que se luchava en la revolución estudiantil de los años 60, (Ruiz, 2007)nos dice:

Al contrario de lo que se ha extendido, la Contracultura no solo consistía en hacer frente a las estructuras políticas, económicas y sociales, sino en crear un movimiento anti-convencionalista, que implicaba e impulsaba una ruptura e innovación radicales en el arte, la ciencia, la espiritualidad o la filosofía, entre otros. El fin de la Contracultura era buscar la forma más eficaz de poder divulgar sus ideas al mayor número de gente posible, para hacerles partícipes de la libertad que esta representaba. (Pg.46-48).

Dejando una semilla de cambios, esta generación fue la primera en luchar contra la represión del capitalismo, del mercado de conciencias, de la industria cultural, de la guerra que nunca quisieron, de la reivindicación de los derechos civiles y de recoger una moral. Dejando una semilla de cambios, esta generación fue la primera en luchar contra la represión del capitalismo, del mercado de conciencias, de la industria cultural, de la guerra que nunca quisieron, de la reivindicación de los derechos civiles y de recoger una moral pisoteada por los poderosos burgueses, que quieren ser los dueños de todo a su alrededor.

No solo nació el movimiento hippy en Estados Unidos, en Europa creció el movimiento underground, que nació y se hizo constante en los subterráneos de las estaciones del metro en Alemania, España, Francia y otros. Desarrollándose al mismo tiempo que el movimiento contracultural americano, al respecto (Quildez, 2010) nos dice: " *Los hippies no fueron los únicos que hicieron bandera de la contracultura. En los campus universitarios, movimientos juveniles abogaban por una convivencia pacifista y anti consumista*". Los jóvenes en constante lucha a través de los años 60's y principios de los 70's, reclamando sus derechos y libertades a nivel global; estas peticiones de reivindicación se fueron transformando poco a poco, dando origen al movimiento de hippy y underground, recayendo en los jóvenes como un cambio de vida y una manera de expresar su sentir; volcando en las

expresiones artísticas su modo de ver a la sociedad en ese momento. (Carrillo V. , 2006) afirma: “*La contracultura implica un cambio en el estilo de vida hacia experiencias extremas dentro de un ámbito social y cultural liberalizado, que vuelca en el arte una nueva sensibilidad contraria a la razón*”.(párrafo 5).

No olvidemos, que la teoría crítica y sus postulados fueron tomados como propios por los jóvenes estudiantes y protestantes que querían un cambio en el sistema social, en donde Marcuse daba una serie de respuestas a preguntas que realizaban los mismos estudiantes, dando un gran espaldarazo a las protestas y a los movimientos nacientes, tomando para dichos movimientos los postulados de la teoría crítica social.

Dentro de esta contracultura se desarrolla también la cultura, a través del cambio de vida y la manera en que los jóvenes se organizan en comunas y el florecimiento del comunitarismo en donde todos aportaban y contribuían con los compañeros de vivienda,, en donde se profesaban los ideales del amor y paz, el amor libre y la libertad de expresión, según un artículo de (Información, 2016), *Los centros urbanos hippies, según estas tesis, pudieron haber sido brevemente felices centros de paz y amor libre y de conciencia expandida*”(Párrafo 3). Dentro de estas comunas y gracias a la filosofía de la libertad, estas personas intentaron probar todo lo que tenían a su alrededor, entre estas, las drogas alucinógenas, (Información, 2016), en su artículo nos dice: “ *A medida que esta corriente se desarrollaba emergía una subcultura dinámica que celebraba la creatividad, la experimentación y la encarnación moderna del estilo bohemio*”.(Párrafo 6).

La aparición de sustancias alucinógenas como el L.S.D., creado en laboratorios de las universidades estadounidenses, el consumo de cannabis por parte de los jóvenes que venían de la guerra de Vietnam, para matar sus temores y olvidar los horrores de esta guerra, y el

continuo probar de cosas nuevas por parte de estos; encontraron una nueva forma de creatividad dentro de la cultura y las artes.

8.2.1. *La Psicodelia.*

Como resultado de estas experimentaciones, en donde los alucinógenos llevaban a la persona a estados de euforia y felicidad; sus efectos los llevaban a mundos en donde se podían probar los colores y ver los sabores, sus obras nacen de la modificación de la realidad del individuo por medio de los alucinógenos que se consumían, dando una realidad alterada en todo sentido, (masdearte, 2019), nos informa:

También se producirían la desfiguración y deformación de los objetos, la visión de formas extrañas de animales o monstruos y una variación de las dimensiones del entorno. Espacio y tiempo pasan a convertirse en nociones arbitrarias, no sometidas a las sensaciones cotidianas. (Párrafo 12).

La psicodelia, La palabra “*psicodélico*” (acuñada por el psicólogo británico Humphry Osmond) significa “manifestación de la mente”, se apodero de la generación, dando una mayor creatividad en los elementos culturales finales. La realización de las obras, está enmarcada en el rechazo a una sociedad adulta corrompida; manifestaciones de sentidos de un idealismo utópico, que nació como respuesta al llamado a la paz, el amor y la belleza.



Ilustración N 38 Mati Klarwein. St. John, 1962

La publicidad no tardó en darse cuenta que los elementos de la cultura psicodélica tenían una aplicación muy grande a la publicidad, aprovecha la distorsión y la enajenación de la mente y los sentidos. El movimiento psicodélico, a través del trabajo de artistas, diseñadores y escritores, ha alcanzado un grado asombroso de difusión cultural, aunque ha tenido lugar una gran caída en este movimiento, los creativos publicitarios se muestran un poco reacios al impacto de esta nueva forma de expresión artística.



Ilustración N° 39 Rock Psicodelico Ilustración N° 40 Cartel de Pepsi(1969)

(7 Carteles)

La publicidad utiliza, luces e imágenes, El tiempo en su artículo (1997), nos dice: “*El pop revivió los valores del arte figurativo, trajo de nuevo el sentido del humor a la pintura y fue irreverente en su forma de representar una realidad común a casi todos, desmitificando sus símbolos*”, (párrafo 3). Aceptada por la fuerza social contra lo que habían luchado la contra cultura; el capitalismo absorbe los significados del arte psicodélico y lo aplica en

todos los renglones de La industria cultural desde el cine (apocalipsis new), musica en donde su mayor exponente fue el grupo The doors, hasta comics psicodelicos como underground.



Ilustración N° 41 *Los mejores discos de los Beatles fueron hechos bajo la influencia del L.S.D*

8.2.2. *La publicidad en la contra cultura.*

La publicidad y los medios de comunicación nos implantan necesidades e ideas que no se necesitan para que el ser humano sobreviva, (Franck, 2020), nos dice: " *Las fantasías comerciales de rebelión, liberación y "revolución" contra las exigencias asfixiantes de la sociedad de masas se repita hasta el punto de pasar totalmente desapercibidas en los anuncios de publicidad, las películas y programas de televisión*", (pg. 24); las marcas solo buscan vender sin importar nada más. Como es natural, la publicidad recoge y aprovecha las oportunidades plasmadas en el contexto de revolución en estos años de marchas y protestas personificadas en el valor estudian



Ilustración N° 42 *Mujeres y Publicidad ¿ha cambiado algo desde 1950?*

Esta revolución también se caracterizó por la constante búsqueda para probar nuevas sustancias, nuevas experiencias. "La contracultura", decía el propio (Rozak, 2011): "*es una exploración del comportamiento concreto de la conciencia*" y "*la experiencia psicodélica se nos muestra como uno entre otros métodos posibles de explorar esa exploración*", (Párrafo 1), acerca de la contra cultura Thomas Frank, en un artículo de (Confidencial, 2012), nos dice "*Pero aquella tendencia no respondía al empuje de una revolución cultural, sino a la esencia de nuestro sistema económico, que requiere de transformaciones culturales continuas para seguir vendiendo*", (párrafo 2).

La publicidad aprovecho el momento para posicionar la camioneta Volkswagen, como el icono de la moda hippy y de la contra cultura, opina vallejo, (Vallejo, lainformacion.com, 2012): *El Escarabajo se considera casi unánimemente el vehículo hippy por excelencia. La mayoría de los estadounidenses veían a la marca alemana de coches como un símbolo nazi. Al fin y al cabo, Adolf Hitler había contribuido a su diseño.*" (Párrafo 4). A pesar de su nacimiento como imagen nazi y vehículo echo para trabajar hasta en el desierto, la contracultura lo acogió como propio y lo integro a una sociedad llena de vehículos de Detroit, símbolo consumista y de producción en masa, con el símbolo de la paz, su logo se encubro a representar la cultura del amor y paz.



Ilustración N° 43 *El vehículo Hippy por excelencia*

La industria textil también aprovechó este periodo, porque los hombres abandonaron la ropa seria y oscura, el cambio por ropa colorida, camisas de cuello ancho y pantalones bota de campana, opina, (Vallejo, lainformacion.com, 2012): “... reactivarían la industria textil masculina que, hasta entonces, no se había mostrado tan dinámica como la femenina. Desde ese momento, los hombres también comenzarían a preocuparse por las tendencias de la moda de cada momento.” (Párrafo 13).



Ilustración N° 44 Moda en los hombres de los 70.

La publicidad aprovecha cada espacio, cada rincón, cada oportunidad que le dejan para hacerse presente y utilizar los ideales de cada persona que protesta en contra de una sociedad consumista, en contra del capitalismo, sobre esto el artículo de (libro, /medium.com, 2012), afirma:

Las zapatillas Nike se venden con las palabras de William S. Burroughs y las canciones de los Beatles, Iggy Pop y Gil Scott Heron («La revolución no será televisada») de fondo; los símbolos de la paz decoran las cajetillas de una marca de cigarrillos manufacturada por R. J. Reynolds y las paredes y ventanas de las cafeterías Starbucks de todo el país; los productos de Apple, IBM y Microsoft se venden como aparatos liberadores y la publicidad de cualquier clase de objetos incita a los consumidores a desobedecer las normas y a buscarse a sí mismo. (Párrafo 13).

En cuanto la publicidad de los años 70 y 80, y siguiendo con lo aportado por la industria cultural y la revolución de los jóvenes en la década de los años 60, la publicidad sufre una transformación con la llegada de la televisión a color y con la entrada de las tarjetas de crédito, los bancos daban facilidades de compras. La publicidad sufre una verdadera transformación, los comerciales se hacen más limpios y espectaculares. Debido a la guerra de las marcas se inyecta mayor capital a las campañas publicitarias y las piezas y anuncios son de mejor realización y producción, como olvidar el jingle de la "fina la margarina", o, los comerciales del hombre Marlboro, y los comerciales de Coca cola y Pepsi; es aquí en donde el contexto de la industria cultural es más claro, la estética y el trabajo artístico se ponen al servicio de las grandes industrias y marcas, las diferentes piezas audiovisuales se convierten en dignos cortometrajes de cine.



Ilustración N° 45 *fun facts de las marcas
famosos del mundo*

Ilustración N° 46 *La guerra de las más
colas.*

Las empresas tratan de ser más cercanas a las familias, las empresas de publicidad y sus campañas comienzan a crear historias y los jingles son aún parte fundamental de las campañas, la historia del café águila roja” *Felicidad, es todo aquello que nos hace recordar...*”, (propiedad de café Águila roja), se hace una historia, se crea un jingle pegajoso y de fácil recordación.

El empleo de súper estrellas der culto, que están en todas partes, en las pantallas de cine, en la televisión, en los medios impresos, y se les da el carácter de celebridades intocables como Madona, Michael Jackson, iconos del cine como: Robert Retfort, Liz Taylor. Recordamos los grandes eventos como los Oscar y la gran publicidad que se realizaba al súper bowl y su evento central, amenizado por la estrella del momento, vimos a Michel Jackson bailar al ritmo de Pepsi. Más allá de la escuela de Frankfurt, fuimos testigos de un desarrollo desmedido en su totalidad de la industria cultural y el manejo por parte de las grandes empresas de los medios masivos de comunicación para sus propósitos lucrativos y de poder; el capitalismo en su expresión más pura. Con la aparición de nuevas tecnologías, el internet, los teléfonos móviles, las nuevas plataformas, la publicidad se vuelve más ágil y rápida; las comunicaciones y los contenidos se emiten en tiempo real, se caracteriza por su inmediatez, bajo costo, su flexibilidad y el seguimiento exhaustivo de resultados

8.3. Arte Pop.

El Arte Pop nace como una expresión anti burguesa y anti capitalista, la cual expresa la insatisfacción del pueblo por las comodidades que tiene las clases dominantes, el pueblo quiere expresar también una nueva forma de arte en la cual todas las personas tengan acceso a esta, sin restricciones, esta clase de arte nace en las mismas calles, en el deambular diario, en cada elemento y expresión que encontramos en nuestra vida diaria; pero ante todo la obra de arte deberá ser trabajada con inteligencia, al respecto en un artículo de (Tiempo, 1997)se lee: *“El pop art, sacó de nuevo el arte a la calle y metió la calle en el arte, como escribió Antonio Caballero”, (párrafo 2)*



Ilustración N° 47 Mickey Mouse-Art-Pop.jpg (2018).

Con respecto al Arte Pop y su situación ante la sociedad en entrevista que concede Umberto Eco a Ragué. M, (2014), afirma:

8.3.1. *Richard Hamilton.*

Londinense, Uno de los pintores más relevantes del siglo XX, es el creador y gran impulsor del Arte Pop en Inglaterra, caracterizado por el uso de colores chillones, y el muso en sus obras de elementos de uso diario.

Su gran inspirador intelectual fue Marcel Duchamp, al cual siguió de cerca durante largo tiempo, (Artishock, 2014), en su artículo nos dice: *“Tengo la sospecha de que Hamilton encontró su medio de expresión gracias a Duchamp, y que este descubrimiento le liberó del cautiverio del estilo al que le hubieran abocado sus considerables logros como precursor del Arte Pop”, (párrafo 26), (Paul Schimmel, curador).*



Ilustración N° 48 Sociarte

Duchamp tiene su propia opinión de la industria cultural, en 1971 hace una denuncia sobre esta, observando una muestra artística en la inauguración del centro cultural Louis Vuitton, sobre este tema (Mileo, 2015), nos dice:

La industria cultural liquida el valor simbólico del arte al equiparlo a cualquier otra mercancía. Un ejemplo paradigmático lo dio la inauguración del centro cultural Louis Vuitton, que posee una gran sala de exposiciones de obras de arte junto a la cual, separada por un delgado tabique, se ubica otra sala donde se exponen las carteras de la marca sobre pedestales, (párrafo 4).

Esta denuncia hecha por el artista, nos da a entender que la industria cultural, aprovecha cualquier recurso para dar un valor comercial y elitista a cualquier objeto, en este caso, las carteras de la marca Vuitton, haciendo entender que estos objetos tienen el mismo valor que una obra de arte.



Ilustración N° 49 *Richard Hamilton.*

En 1952 funda el grupo “independen”, en el Instituto de Arte Contemporáneo en Londres junto a Eduardo Paolozzi, Lawrence Alloway y varios otros arquitectos, la base del

grupo es utilizar como fuentes visuales elementos de la cultura del consumismo. Hamilton (Fanes, 2011), escribiría “*Parecía que iniciábamos el camino hacia un futuro prometedor y contemplábamos nuestro cambiante mundo tecnológico con confianza idealista; una oleada de optimismo que nos llevaría a los sesenta*”.

Para su gran obra” ¿qué es lo que hace que las casas de hoy sean tan diferentes, tan atractivas?”, este, hace un collage de arte contraponiéndolo con publicidad, en donde se ve un Adán musculoso, una Eva, rodeada por elementos básicos de uso diario en todos los hogares. (Adorno T. , 1970), Nos dice:” *El arte, al irse transformando, empuja su propio concepto hacia contenidos que no tenía.*” (pg. 21).

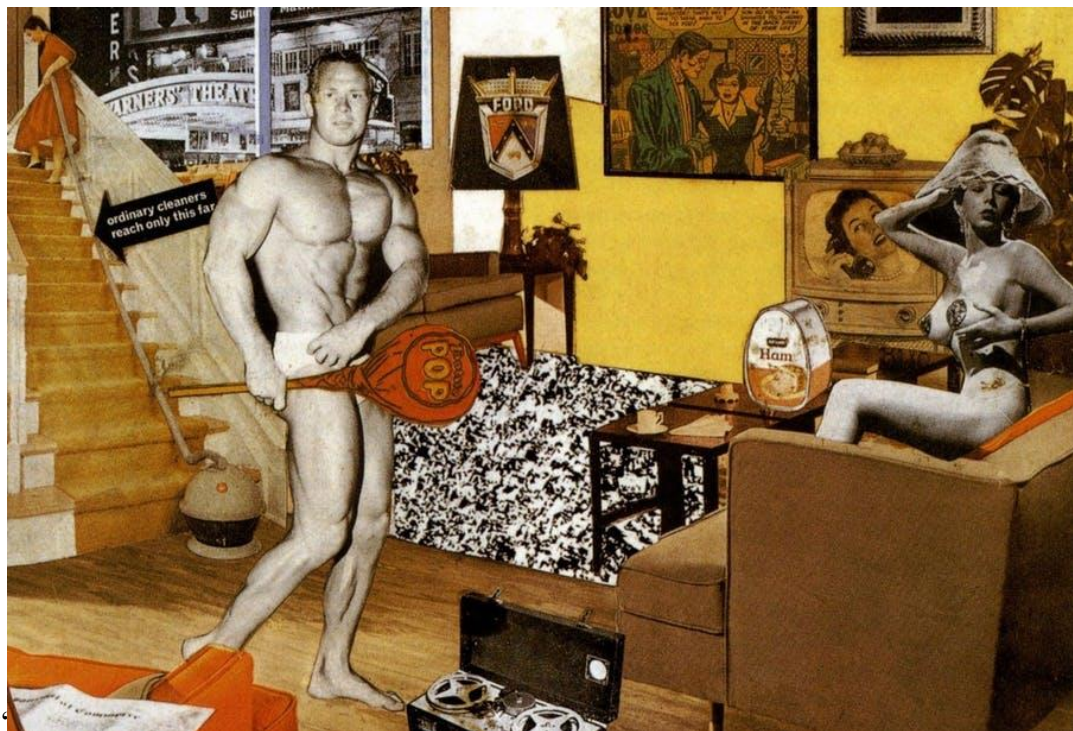


Ilustración N° 50 *¿qué es lo que hace que las casas de hoy sean tan diferentes, tan atractivas?*”.

Y para hacer una ofrenda a Walter benjamín, en donde el aura está presente, realiza su obra *Swinging London 67*, tema relacionado con el arresto de Mick Jagger, por

consumo de sustancias alucinógenas, con el cual Hamilton trabajó realizando varias pruebas de impresión. Abajo vemos algunas de las exposiciones que realizó Hamilton.



Ilustración N° 51 Pruebas de escenario #liberación, 13 y 19.



Ilustración N° 52 Una vida de pop Art

El Arte Pop, Crítica directa al capitalismo y a la cultura del consumismo, une el interés de Hamilton por el diseño y por el efecto de los interiores en la vida de la gente, así como el impacto de la televisión y, sobre todo, atestiguaba la apropiación de las imágenes procedentes de los medios de comunicación. (Jiménez, 2014), opina:

*El Arte Pop es un espejo. Si miramos el collage de Richard Hamilton ¿qué es lo que hace los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos? (1956), uno de los primeros emblemas pop. En esta pequeña gran obra maestra podemos ver, inscrito en la imagen, el propio término: **pop**, (párrafo 8).*

Hamilton solo quiere, hacer una crítica directa en contra de las corrientes artísticas elitistas y abstractas, mediante la utilización de imágenes urbanas cotidianas, le gusta utilizar lo que producía los medios de comunicación masivos, como una nueva forma de arte para criticar a la sociedad de consumo. Fue él y solo él quien definió el alma del pop arte, el primero en introducir a sus obras los objetos de consumo masivo y en estas resalta la industria cultural con elementos de uso en la vida diaria. Es y será el primer abanderado del Arte Pop, en un claro ejemplo de sus trabajos en publicidad y el uso de la ironía en sus obras como lo es su portada de “White Álbum”, de the Beatles... dejándolos literalmente en blanco.



Ilustración N° 53 White

8.3.2. *Marcel Duchamp.*

Marcel Duchamp, artista francés que paso en su juventud por varias corrientes artísticas, desde el impresionismo, pasando por cubismo, fabulismo, cubista e iconoclasta, terminando en el dadaísmo; encontrando en este un sentimiento de libertad y la forma de

reírse de todos incluyéndose. Iba en contra de que el arte se quedara estático y como moribundo en los museos. (savater & De Villena, 1989), afirma:

La teoría de Duchamp, el Pop Art es un tipo de arte, que, como parte de su innovación y punto fundamental, pretende que tanto el autor como el espectador, participen de la obra, convirtiendo objetos cotidianos en la parte más viva de este descubrió un arte diferente (pg.142)

Encuentra en la ironía y lo absurdo una manera de mejorar el arte. Crea la Ready Mades, objetos cotidianos que tomaba de su ambiente habitual y los presentaba como obras de arte, intencionalmente para enseñar que “el arte no se mira con los ojos, si no con la mente.”

Fue el primero en romper la idea del arte como concepción solo de creatividad conceptual de los artistas, y convirtió cada pedazo de la vida diaria en arte, como opina Patricia Ortiz: “Efectivamente, podríamos citar a Duchamp como el primer artista conceptual que pasó de la forma a la idea, o como aquél, que transfiguró el lugar común y lo convirtió en arte”, hasta (Paz, 1990)nos dice: *“La tradición moderna es la tradición de la ruptura, una tradición que se niega a sí misma y que así se perpetúa” (1990a, pp. 200).*

Con sus obras, a pesar de ser un dadaísta, hace una crítica directa al establecimiento, llevando los objetos de uso diario por la prole, a los museos y directamente ante la burguesía. En un artículo sobre Benjamín, (Lopez.R, 2018) , explica: *“pero también el aura podría aplicarse a cualquier objeto que se lleva a un museo, cambia su contexto de manera que adquiere una nueva imagen y no digamos si llega a exponerse”, (párrafo 3)*

8.3.2.1. *El ready made.*

Es emplear simples objetos producidos industrialmente, de uso diario en cualquier parte, volviéndolo obra de arte, por el simple hecho de que todo elemento creado tiene belleza, Duchamp afirma *“arte es lo que se denomina arte”* y, por lo tanto, lo puede ser cualquier cosa. Con el objetivo de crear sorpresa y dar una sensación absurda, para debilitar todo concepto de las bellas artes tradicionales; según (Lopez.R, 2018), escribe: *“el aura cambia y adquiere un nuevo contexto, cuando, cualquier objeto es exhibido en un museo”*, (párrafo 2); vemos gente y público alrededor del objeto tratando de descifrar cuál es el objetivo del artista con su obra, tratan de develar la intención creativa del artista con referencia al objeto expuesto. El objeto expuesto cambia su sentido y parece que lo rodeara una atmósfera especial, que cambia el sentido que expresa su contenido (Lopez.R, 2018) del aura nos dice: *“el aura sería la sensación de perplejidad ante lo cotidiano”*, (párrafo 3). Benjamín, al igual que de Duchamp, ven la belleza de los objetos, no en lo que son, si no en lo que pueden llegar a ser, en lo que su significado pueda valer dentro del arte. Siente que los objetos poseen un aliento superfluo, cargado de magia, pudiendo llegar a conquistar al público, con una perspectiva de belleza diferente.



Ilustración N° 54 La Fuente (1917).



Ilustración N° 55 Secador de Botellas

En su lapida dice” *“Por lo demás, siempre mueren los otros”*. Mostrando que siempre tuvo un sentido del humor ácido y que llevo la ironía hasta la muerte.

8.3.3. Roy Lichtenstein.

Artista estadounidense, que ayudo a impulsar el Arte pop, representando en sus obras la sociedad de consumo, plasmando la cultura de masas y la vida diaria; los temas de su trabajo son obtenidos de los comics, de la publicidad o de las revistas. Las estéticas de sus obras son trabajadas en colores primarios y motivos sencillos; con estas obras quiso criticar a la sociedad consumista y al mundo contemporáneo. Recurre a la libre interpretación y la asociación de imágenes de la cultura como lo son los comics, aplicando en sus obras una ironía sutil, personajes populares del cómic, iconos artísticos o temas de la historia del arte; a los temas de mujeres les da una personalidad frágil y delicada. Rompió el paradigma entre la obra de arte y el grafismo, gracias a su trabajo con los comics y el estudio que realizo sobre estos; le sirvió para, más adelante, diversificar su producción artística y trabajar en imágenes

icónicas de grandes acontecimientos mundiales imprimiendo sus obras de arte en carteles. En 1983 (roy, 2018), opina:

Entre mi obra, mi manera de pintar y la publicidad hay una relación muy directa. A veces se me reprocha que con mi estilo contribuyo a hacer más aceptable esa publicidad y al incremento del consumismo. Pero existe una enorme ironía en mi trabajo; intento, por lo menos, asumir una postura crítica ante lo que represento, de ironía ante nuestra cultura industrial y el despliegue visual de la sociedad. Esto que en un principio parecía típicamente americano, hoy es ya un fenómeno internacional. De ahí que mi pintura pueda comprenderse en todo el mundo. (Párrafo 1).

Nos deja claro sobre sus obras, que cada una es una crítica irónicamente directa a la industria cultural y lo global de su trabajo, además acepta su responsabilidad en su pensamiento crítico hacia la cultura industrial.



Ilustración N° 56 *Look Mickey*



Ilustración N° 57 Whamm, 9 obras geniales de Roy Lichtenstein.

Whamm, es su obra más representativa, haciendo alegoría a las historietas de Marvel, en esta obra refleja todo su talento y el punto de vista que tiene sobre el arte y su aplicación al Arte pop, retrata en esta confrontación de la guerra fría y los posibles escenarios del conflicto. Quiere llevar al comic un paso más adelante para informar al espectador, con su trabajo, de todo a lo que se expone.

Creo que mi trabajo es diferente a la historieta, pero no lo llamaría transformación... Lo que hago es la forma, mientras que la historieta no está formada en el sentido que estoy usando la palabra; los cómics tienen formas, pero no se ha hecho ningún esfuerzo por unificarlos intensamente. El propósito es diferente, uno pretende representar y yo pretendo unificar

(Lichtenstein, 1970)

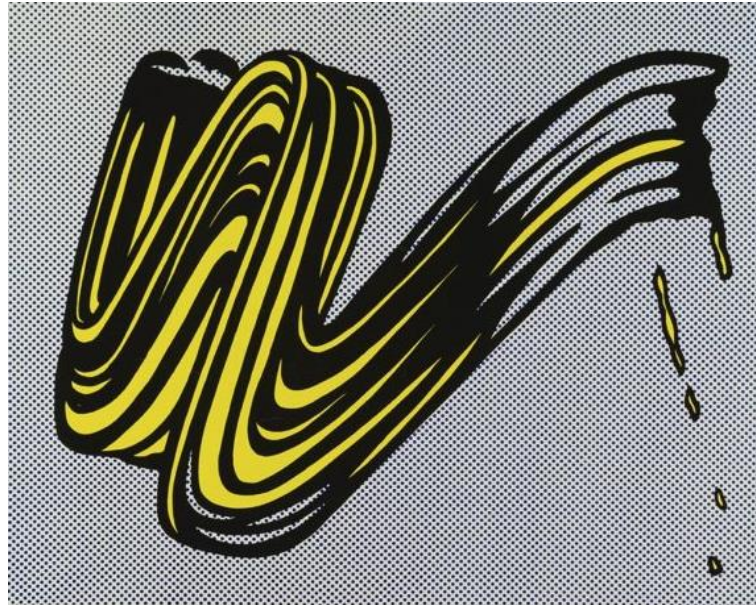


Ilustración N° 58 *Los carteles artísticos de Roy Lichtenstein*

Liechtenstein con esta obra ejemplifica su trabajo realizado estilo comic, a base de puntos y colores primarios, resaltando el negro.

8.3.4. Andy Warhol.

Artista que rompe con los cánones establecidos por la sociedad, puente entre lo artístico y el pueblo, hace del arte un verdadero trabajo de marketing, antes del marketing; es un artista polifacético que trabajo en pintura, cine, publicidad, un icono del art pop, al cual le da un gran impulso, gracias a su trabajo le da vida a un y energía al Arte *Pop*, dejando una gran marca en el arte y la cultura.



Ilustración N° 59 *Andy Warhol.*

Nace en estados Unidos, en Pisburg, gracias a su enfermedad de niño, logra aprender dibujo y pintura, y se sumerge en la lectura de revistas y comics, dándole bases artísticas para un futuro prometedor. El trabajo de Warhol está enfocado en la fama y ser un icono. Gracias a su obra de las sopas campbels es conocido como gran artista y revoluciona la visión del arte y (Warhol, 2014) afirma en una de tantas entrevistas:

Yo soy esa lata. Y tú, que me estás leyendo, también. Así explicó el propio Warhol, en 1963, por qué empezó a pintar latas de sopa: Porque yo tomaba esa sopa. Comí lo mismo todos los días durante veinte años creo, lo mismo una y otra vez. Alguien dijo que mi vida me ha dominado y esa idea me gusta. (Párrafo 43).

Artista incansable que utilizo los principios del mercadeo para proyectar su obra y obtener lo que siempre quiso” fama y dinero”, transformo el arte en negocio y el negocio en arte, su filosofía es plasmada en la siguiente frase, dicha por Warhol en una entrevista en New York: “En Europa a la gente le gusta comerciar. Los americanos no tienen tanto interés en vender. Lo que les gusta es comprar”.

Para Warhol el triunfo y poder radicaba en la ganancia, utilizando los principios y fundamentos de la publicidad, gracias a su trabajo, el mismo se convirtió en una marca; Warhol afirmaba que: “El arte comercial es mucho mejor que el Arte Por el arte”. Con iconos de la sociedad como Marilyn Monroe, Elvis Presley, Mickey Mouse, trabaja en sus serigrafías, plasmando en ellas su conocimiento y convierte a sus modelos en iconos del arte, volviendo objetos a las celebridades y celebridades a los objetos; además, utiliza su destreza artística para realizar cuadros y reproducciones trato de burlarse y desmerita a la sociedad cada vez más frívola, apropiándose de los objetos cotidianos para producirlos en serie y hacerlos grandes.

Con su frase “la idea no es vivir para siempre, la idea es crear algo que, si lo haga”, (Hamilton), cumplió sus sueños y en la actualidad sus obras son catalogadas como grandes

obras de arte, con un alto valor comercial; igualmente, trabaja con imágenes de difusión masiva, con las cuales hace una crítica directa al consumismo, a la industria cultural y aprovecha para hacer una denuncia al materialismo, además de esto, trabaja sobre los disturbios sociales y la silla eléctrica llamado " *Death and Disaster*", para recordar al público la presencia más desfavorable de la sociedad.



Ilustración N° 60 *Las 5 obras más importantes de Andy Warhol.*

El pop art se nutre de la publicidad y la publicidad a su vez aprovecha para alimentarse del pop. Fue una verdadera revolución en donde intervinieron factores sociales, económicos, culturales y políticos que aún no ha terminado.

8.4. Subvertising o Contra Publicidad.

Es la alteración de la misma publicidad, para criticarla, mediante cambios de los mismos mensajes. Utiliza los mismos recursos, medios y herramientas para cambiar la publicidad, y hacer que su mensaje vaya en contra de los mismos anunciantes, prevaleciendo el alma de burla, la ironía y la sátira en estos anuncios. En su esencia, es un arte de cultura que trata de ir más hondo en la creatividad, criticando con sutileza, el abuso de los entes y la sociedad que posee el poder, contra los ultrajes de las grandes empresas y con el propósito de esforzar a una creatividad que va más allá. Es aquella publicidad que estudia y profundiza

en cada momento y en cada acción de la sociedad. En entrevista de El país, (Teresa, 2017), comisaria del Instituto Valenciano de Arte Moderno, nos dice: “*Por lo que un billete de autobús, la modelo protagonista de un anuncio de aspiradoras o un monitor de televisión de última generación son susceptibles de ser los temas de trabajo de estos movimientos*”, (Párrafo 2). Mientras el Arte Pop iniciaba e iba evolucionando, con su ironía y la manera de ver a la sociedad por parte de los artistas, también se iba impulsando la contra publicidad, lo podemos ver en el cuadro de Hamilton *¿Qué es lo que hace a los hogares de hoy día tan distintos, tan simpáticos?*” (1956) en donde se realiza una sátira directa a la sociedad de consumo y los elementos que esta usa a diario. Se debe tener en cuenta que la mayoría de artistas pop trabajaron en publicidad, es el caso de Roy Lichtenstein, Andy Warhol o Richard Hamilton.

Quizás la primera muestra de contra publicidad la demostró Marcel Duchamp en su obra de modificación a la Gioconda de Leonardo D’ Vinci, Además de pintarle un bigote escribió:” *L.H.O.O.Q*”, que al traducirlo al español se leería así “ella tiene el culo caliente”; sátira directa contra el arte occidental, a través del “reade made”

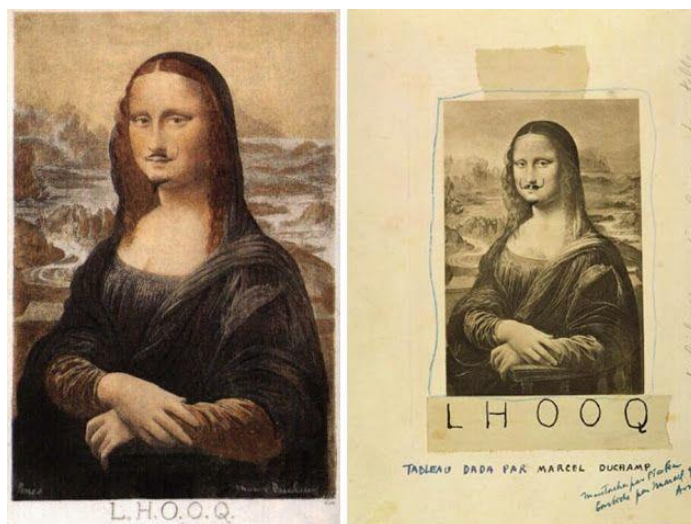


Ilustración N° 61 *Status Of Empire- Arte descartado: ¡cinco obras que debes conocer!*

De acuerdo a los acontecimientos revolucionarios y el rechazo de las clases trabajadoras y los estudiantes a la forma de gobierno por parte de las clases elitistas y los políticos, la contra publicidad también surge como una forma de protesta, a esto afirman (SANÍN. L, 2015)

Podemos enmarcar el nacimiento del subvertising desde el Arte Pop, que surge en los años 50, como un movimiento en contra del expresionismo abstracto. El Arte Pop buscaba generar críticas en contra del arte occidental y buscaba repensar el arte clásico para crear un arte muy diferente al que se venía haciendo, mucho más sencillo y apto para todas las personas. (pg.20).

Warhol por medio de la publicidad realiza una crítica al estilo de vida norteamericano, un ejemplo concreto es el de la Coca-Cola; *Lo que es grandioso de este país es que América comenzó la tradición de que los consumidores más ricos compran esencialmente lo mismo que los más pobres. Tu puedes estar viendo TV y ver una Coca-Cola, y puedes saber que el Presidente bebe Coca, Liz Taylor bebe Coca, y sólo piensa, tú también puedes beber Coca.* (Warhol), dentro de la sociedad hay elementos y momentos en los cuales todos somos iguales, con su obra quiere hacer un llamado a protestar directamente contra el consumismo, el sistema político y económico.

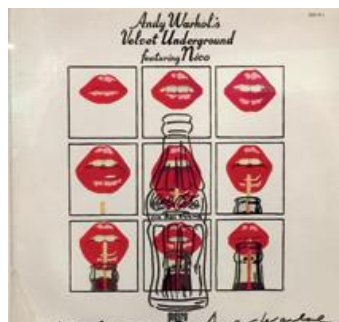


Ilustración N° 62 Andy Warhol usa la botella contour de Coca-Cola como arte de tapa del primer disco de The Velvet Underground, con unos labios de la cantante Nico

Roy Lichtenstein también puso su grano de arena y con su trabajo de comics crítica e ironía en sus trabajos publicitarios, convirtiendo estos en carteles en un ataque directo al expresionismo, también utiliza sus carteles de comics para satirizar la guerra fría en que estados Unidos está inmerso, con su obra As /open Fire.



Ilustración N° 63 Litografía de Roy Lichsteintes As/opened Fire

Según la revista (González M. , 2012), nos dice:

Como herramienta crítica, la contra publicidad denuncia el canto publicitario neoliberal y las dinámicas de poder que las empresas anunciantes esconden tras una imagen edulcorada a base de grandes inversiones económicas. Esa crítica dice, por lo tanto, lo que nunca dicen los anuncios: qué modelo productivo y de consumo hay detrás del anunciante y qué repercusiones ambientales y sociales tiene. (Párrafo 11)

Revistas iguales trabajan para denunciar a las grandes empresas, conglomerados y a los entes gubernamentales, para criticar su dependencia al capitalismo, el derroche de dinero, el abuso a los derechos humanos, la ecología.

Usamos la contra publicidad para denunciar mucho más: lo que las empresas ocultan, las violaciones a los derechos humanos de estas empresas en países donde las leyes son laxas,

la corrupción empresarial, el deterioro medioambiental y la devastación de los recursos naturales, la hipocresía y el sarcasmo cómplice de empresas y gobiernos en las guerras más atroces, en la guerra de Irak, en África, en Asia.



Ilustración N° 64 *Publicidad tomada de la revista Malababa.*

La contra publicidades tomada por los jóvenes con rebeldía, haciendo de las vallas publicitarias su lienzo de trabajo, (Castro, 2016), dice:

Mientras el Arte Pop jugueteaba con la publicidad, en las calles se iban produciendo cada vez más pintadas sobre vallas y otros soportes publicitarios. Lo que comenzó siendo una manifestación de rebeldía juvenil comenzaba a ser también una herramienta de expresión social. (pg.4)



Ilustración N° 65 *ANTES: Anyhow, have a Winfield (En cualquier ocasión, fuma Winfield).*

AHORA: Man, how i hate aWinfield (Tío, cómo odio los Winfield)

Esta expresión de rebeldía juvenil va tomando fuerza y poco a poco, los creativos publicitarios se dan cuenta de su potencial y toman para si este motivo de burla, crítica e ironía, para iniciar un nuevo peldaño en el arte creativo; Asegura (RUEDA, 2009): “La alteración de marcas tiene como consecuencia la aparición de una nueva contramarca que supone la asociación de unos significados distintos a un mismo significante, es decir, jugar a cambiar símbolos de poder por símbolos de subversión”(pg. 69).



Ilustración N° 66 *Contra publicidad de Mc Donals*

La contra publicidad es una expresión de rebeldía e irreverencia, que nace de la mano con el Arte Pop, asimilando las herramientas de este, la ironía, la sátira, la crítica social y demás; es en esencia la realización y exteriorización de los sentimientos represados, frente a la opresión y coacción de la sociedad capitalista, que busca como único fin el bien económico; sobre esto afirma (RUEDA, 2009)

Los fines críticos contra publicitarios tienen que ver con cualquier estado consecuente de esta cultura paternalista que fomenta la publicidad en cuanto herramienta de persuasión. Sin embargo, la contra publicidad también se vale de su rival para comunicar sus mensajes. Más allá de la evidente semejanza estética entre ambas disciplinas, el movimiento subversivo utiliza técnicas de comunicación provenientes de los principios básicos publicitarios. (pg.69)

Es así, que la contra publicidad es un medio que es utilizado para que los consumidores reflexionen sobre la sociedad que los rodea, el mensaje que los grandes conglomerados quieren que les llegue.

8.4.1. *Contra publicidad y Publicidad*

El cometido de la contra publicidad y sus creativos aplicado a la publicidad comercial, es dar armonía y coherencia, a la deformada personalidad de la marca, tratando de provocar una respuesta social que busca comprometer los lineamientos legales, como la pérdida de beneficios por parte de las empresas por el bajo consumo de la marca.

Es un instrumento que es usado como transmisor directo de un mensaje meta, en otras palabras, cambia el contexto de un mensaje primario, en una esencia completamente distinta al creado por una campaña publicitaria; busca la burla con ironía, remedando de la

comunicación inicial, cuestionando la sociedad de consumo y la mass media. (Klein, 1999) Afirma:

(...) En otras palabras, la piratería publicitaria correcta es la visión de rayos X del subconsciente de la campaña publicitaria que no revela un pensamiento opuesto a ella, sino la verdad profunda que se esconde tras las capas de eufemismos publicitarios. (pg. 332).

En general se utiliza la contra publicidad por parte de las empresas y corporaciones, para torpedear y hacer quedar mal a la competencia; es empleada sobre todo en la publicidad comparativa, en donde se recalca los errores del producto marca de los competidores



Imagen N° 67. *Crítica a la publicidad con sus mismas armas.*

En los años setenta y ochenta, la publicidad sufrió un gran cambio con la llegada de la televisión a color a la mayoría de hogares en el mundo, se pudo ver los colores reales de cada comercial, los medios impresos también sufrieron cambios sustanciales, como la llegada de máquinas impresoras con mejor calidad de impresión, el aumento de población mayor de 30 años, con afán de información también ayudo a las revistas y periódicos.

Conclusiones

Mediante el análisis realizado con este estudio, se encontró que la escuela de Frankfurt con la ayuda de la teoría crítica, influye en las manifestaciones de las personas hacia los entes que controlan el estado, los estratos poderosos que dominan a los medios de comunicación de masas. Se encuentra, como la razón instrumental es empleada por los gobiernos para la implementación de propaganda nacionalista, esto con el fin de sembrar en la población el nacionalismo y el patriotismo, para justificar sus acciones de guerra.

Posteriormente, la población se manifiesta en contra de un estado opresor, de una sociedad cada vez más ávida de consumo y de los grandes conglomerados, que utilizan, los medios y la publicidad para poder manejar a las masas. Estalla a nivel global una serie de protestas de estudiantes, la mayoría universitarios, en donde manifestaban su descontento por el estado opresor, de la sociedad de consumo, el capitalismo, el imperialismo, el autoritarismo, y que en general desautorizaban las organizaciones políticas y sociales de la época. Dichas revueltas dejaron gran huella y un legado cultural grande con los carteles y grafitis protesta que realizaron.

El resultado de estas revueltas estudiantiles da inicio a dos vertientes culturales; en primer lugar, el Arte Pop que nace en Inglaterra y se traslada a Estados Unidos; este nace con el propósito de criticar al expresionismo abstracto símbolo de las clases poderosas, el elitismo de estas clases dominantes, y un juicio a la sociedad capitalista, que aumenta su sed de consumo; utiliza el sarcasmo, la sátira y la ironía como herramienta en sus obras de arte, que al mismo tiempo aplican a la publicidad. Sus máximos exponentes como lo son Marcel Duchamp y su obra el ride made, que nos muestra que cualquier objeto tiene una belleza especial, como lo acota Walter Benjamín en su escrito sobre el aura, y llevarlos a exposición en un museo; Richard Hamilton, primero en utilizar los objetos de uso diario y llevarlos a un

cuadro como obra de arte e iniciar el movimiento de Arte Pop; Roy Lichtenstein que se sirve de las herramientas de los comics como lo son las viñetas, las onomatopeyas y la narrativa, llevando estas un paso más allá en el mundo del Arte Pop. Usa colores primarios y la técnica de la impresión con puntos que son empleadas en la impresión de los comics en el papel; es el gran exponente de carteles maravillosos. Y, por último, su máximo representante Andy Warhol, que emplea en sus obras colores, objetos e imágenes de uso cotidiano, herramientas como la serigrafía para realizar sus obras en serie; hace de la publicidad y el marketing su sistema de trabajo y convierte el Arte Pop en valor económico.

En segundo lugar, se encuentra la contra cultura, que nace gracias a las marchas estudiantiles 60, en una clara resistencia y protesta en contra el estado, la sociedad consumista y la opresión paternal del momento, lucha por el amor, la paz, los derechos civiles, la mujer y la ecología. Debido a esencia de probar todo, se embarca en el consumo de sustancias alucinógenas, que hacen que la mente se altere. Iniciando hacia la psicodelia, parte de la contra cultura; Gracias a estos estados de la mente, se llega a un escape impuestos por la conciencia y la vida diaria. Tiene gran influencia en los trabajos culturales de los artistas, trabajando colores fuertes, realidad alterada.

Estas vertientes, la psicodelia y el Arte Pop, van unidas, nutriéndose la una de la otra en cuanto a los trabajos artísticos y la publicidad. La contra cultura nos da dos grandes vertientes que están entre unidas por su esencia.

En último lugar, se tiene la contra publicidad, que es un producto del mismo Arte Pop, y al igual que este movimiento, utiliza la ironía y la sátira para convertir los mensajes publicitarios de los grandes conglomerados en su contra, su naturaleza es un juicio directo a la sociedad de consumo, a la globalización y al abuso de la publicidad por parte de las empresas que se apropian y comercializan el espacio público en nuestra sociedad saturada de

consumo y de valores comerciales; escondiendo motivos como las reivindicaciones sociales, políticas, económicas, e incluso medioambientales.

Para terminar, se encuentra que los postulados de la teoría crítica de Frankfurt, están presentes de diferentes formas en las protestas y juicios que hacen los diferentes movimientos culturales. Todos estos movimientos que se estudian, tienen como características demandas en contra del sistema capitalista, la sociedad de consumo, los gobiernos cada vez más opresores y agobiantes, y el dominio de los medios de comunicación de masas (industria cultural), por parte de las clases dominantes. Gracias al empleo de los valores culturales, estos movimientos aprovechan sus obras para expresar sus sentimientos y protestas en contra del sistema, así mismo, utilizan la publicidad para enviar sus mensajes, transmitir sus pensamientos y descontento, por medio de la ironía, la sátira y la burla.

La influencia de la Teoría crítica sobre el Arte Pop, aplicado a la publicidad, es real, la base es la crítica social por un estado social cada vez más hundido en sistema capitalista, que cambia el valor humano por ganancias económicas; en donde unos pocos poseen el control de los medios masivos de comunicación y el poder económico; esto aunado a una educación precarizada de los jóvenes, es caldo de cultivo para que surjan movimientos estudiantiles y artísticos que desean con vehemencia un cambio.

Referencias

- Adorno. T (1970). Teoría Estética. Ed, Akal.
- AdornoT, (1969), Theodor W. Adorno y el 68 / entrevistado por Robert Stengl. Süddeutschen
- Adorno. T, (1991), *Culture Industry Reconsidered*, en “*The Culture Industry: selected essays on mass culture*”. Routledge. Londres.Zeitung.
- Artishock, (2014). *Richard Hamilton, el profeta del posmodernismo*.
<https://artishockrevista.com/2014/07/07/richard-hamilton-profeta-del-posmodernismo/>
- ArteStetica. (2014). *Estética y Teoría Crítica: Theodor Adorno*.
<http://2014/06/theodor-w.html>
- Bautistamayo. E, (2018). *Así fue como el Mayo Francés le cambió la cara al arte*. El Financiero.
- Ballesterol. R, (2009). *Teoría Estética de Adorno*.
:http://ballesterror.blogspot.com/2009/12/teoria-estetica-de-adorno.html
- Bourlot, C. (2010). *Pop Art: ¿El movimiento artístico de mayor cercanía Con el pueblo?* Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina
- Cabot. M, (2011). *La crítica de adorno a la cultura de masas Adorno's Critique of Mass Culture*. file:///C:/Users/marti/Downloads/Dialnet-LaCriticaDeAdornoALaCulturaDeMasas-4245598.pdf
- Carrillo. V, (2006). *La contracultura en la década del sesenta del siglo XX*. Revista Ágora Trujillo. (vol. 9, Edición 17). Universidad de los Andes, Venezuela.

- Castro. M, (2016).IV. *Contrapublicidad, del pop al Jamming*.
<https://docplayer.es/8163151-Iv-contrapublicidad-1-del-pop-al-jamming.htm>
- COMUNICACIÓN IDONEOS, (2021). *Teorías críticas de los medios de comunicación*.
- CONCATTI. Gabriel, (2009). *LA PRIMERA ESCUELA DE FRANKFURT Una crítica a la cultura occidental para revisar y reflexionar*. Ed Kairos, San Luis.
- DALTON, RUSSEL J. (1988): *Política ciudadana en las democracias occidentales: opinión pública y partidos políticos en Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania Occidental y Francia*. New York. Manhattan House.
- De Miguel. A (2011). *Los feminismos a través de la Historia*. Mujeres en red. Edición virtual realizada por Demófilo.
- Del Barco. O, (1979). *Dialéctica. Concepto y realidad en Marx (tres notas)*. academia.edu.(pg.50)
- Domínguez, S, (2012). *Transformaciones culturales tras la segunda guerra Mundial*. https://es.slideshare.net/the_lastknight/transformaciones-culturales-tras-la-segunda-guerra-mundial
- El Confidencial.com, (2012). *Cómo convertir en negocio la disidencia cultural*. https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2012-01-20/como-convertir-en-negocio-la-disidencia-cultural_582962/
- El Tiempo, (1997). *Psicodelia del surrealismo*. Colombia. Recuperado:
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-651163>
- Fanes. F, (2011). *Hamilton y las dos culturas*.
<http://www.disturbis.esteticauab.org/DisturbisII/Fanes.html>

- Fahrenheitmagazine.com, (2016). *Qué es el Pop Art: El movimiento que irrumpió para siempre*. <https://fahrenheitmagazine.com/arte/plasticas/que-es-el-pop-art-el-movimiento-que-irrupio-para-siempre>
- . (Frank: 2011, p. 24). Frank, T. (2011) *La conquista de lo cool. El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*. Barcelona: Alpha Decay
- Gallardo, N. (2014). *La publicidad moderna*. <http://slideplayer.es/slide/3557701>
- García, H. B. (2014). *Presencia de la estética Pop- Art en la publicidad*. Segovia, España. Tesis,
- García, C. N. (2008). *Culturas híbridas*. Ed, Grupo Editorial México, pg. 6
- García, H, (2014). *Presencia de la estética Pop- Art en la publicidad*. Segovia, España. Tesis. Universidad de Valladolid. (Pg. 26).
- GARCÍA. M, (22 DE FEBRERO 2017). *Arte, protesta y marcas: la mirada disidente de la 'contrapublicidad'*. El País. https://elpais.com/economia/2017/01/27/actualidad/1485515126_903742.html
- Gaytán, Santiago Pablo. (2004). *Crítica a la contracultura en México, en Desmadernos; crónica subpunk de algunos movimientos culturales en la submetrópoli defeña*. Interneta Glocal, Colección autonomía metropolitana, México.
- Godoy, D. MJ (2009). *La condición sacra del desacralizado arte contemporáneo*. Sevilla, España. Universidad de Sevilla. (Pg. 26).
- González, M, (1977). *La publicidad de la significación*. España, Madrid. Tesis, Universidad Complutense.

- González. María, (2012). Contrapublicidad. Omal.
<https://omal.info/spip.php?article4853>
 - HORKHEIMER. M, ADORNO. T, (1988). Dialéctica del iluminismo. Ed Sudamericana, Buenos Aires.
 - Max. H, (2003). *Teoría Crítica*. Buenos Aires, Argentina Ed, Amorrortu.
 - Hobsbawm, E. (1994). *Historia del siglo XX, Crítica*. Buenos Aires, Argentina. Ed Grijalbo Mondadori
 - Ingram, C. (2014). Así es... Andy Warhol. Barcelona: Blume
 - Jiménez, J (2014). *Pop Art y cultura de masas, artestetica*.
<http://artestetica20.blogspot.com/>
 - Jiménez, V. (Noviembre29, 2018). *La fusión del arte y la publicidad de la mano de warhol*. The cluster agency. <https://www.theclusteragency.com/marketing-online/la-fusiondel-arte-y-la-publicidad-de-la-mano-de-warhol/>
 - Klein, N. K, (1999). *No Logo* (5ª ed.). Toronto, Canadá: Planeta
 - La información. (2016). *La 'comuna', una idea de la época de la abuela que no funcionó*. https://www.lainformacion.com/mundo/comuna-idea-epoca-abuela-funciono_0_915810199.html
 - Lichtenstein. R, (12 Noviembre 2018), *Roy Lichtenstein, el hombre que convirtió la ironía en cartel pop/ entrevistado por nobbot*. .nobbot.
<https://www.nobbot.com/arte/roy-lichtenstein-consumo/>
 - Lichtenstein. R, (1970), *Frases de Roy Lichtenstein*. citas.in.
<https://citas.in/autores/roy-lichtenstein/>
- Fuente: <https://citas.in/autores/roy-lichtenstein/>

- López. A, (2014). *La obra de arte como mercancía*. Universidad de San Buenaventura, Medellín. file:///C:/Users/GUSTAVO/Downloads/biteca-selection-10%20(1).pdf
- López. R, (2018). *El aura de Benjamín y la verdadera obra de arte*. Arte para niños. <http://arteparaninos.blogspot.com/2018/09/el-aura-de-benjamin-y-la-verdadera-obra.html>
- Mantaras. M, (2010). *El arte a través del tiempo*. <http://martinamantaras.blogspot.com/2010/05/pop-art.html>
- Lucha libro, (2012). *La contracultura como modelo de negocios*. <https://medium.com/@luchalibro/la-contracultura-como-modelo-de-negocios-64b60e4c14c4>
- Marcuse. H, (23, 05, 1968). Herbert Marcuse y las revueltas estudiantiles de 1968: una conferencia inédita. Conferencia en Berlín. <http://www.bitacora.com.uy/auc.aspx?12130>
- Más de Arte, (2019). *Pop Art: ser trivial, ser sofisticado*. El rebobinador. Recuperado: <https://masdearte.com/especiales/pop-art-ser-trivial-ser-sofisticado/>
- MB, (2004). *Habermas: 75 años de ideas*. <https://www.dw.com/es/habermas-75-a%C3%B1os-de-ideas/a-124040>
- Mileo. E, (2015). *Opinión de la industria cultural*. Artículo. prensa obrera.com. <https://prensaobrera.com/cultura/opinion-industria-cultural-y-cultura/>
- Mora. P, (2018). *MOVIMIENTOS DE CONTRACULTURA: EL MOVIMIENTO HIPPIE*.Jaume

- Universitat Jaume. Trabajo de grado.
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/177791/TFG_2018_MoraMas_Paloma.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moscoso, G. (2017). *Todo arte es ideológico*. Milenio.com. Recuperado:
<https://www.milenio.com/opinion/gerardo-moscoso-caamano/ventana-abierta/todo-arte-es-ideologico-i>.
<https://www.milenio.com/opinion/gerardo-moscoso-caamano/ventana-abierta/todo-arte-es-ideologic>
- Muñoz, B. (2018). *Frankfurter Schule I, Primera Generación*. Universidad de Compostela. Madrid, España. Recuperado:
https://www.ucm.es/emui/frankfurter-schule_1
- Octavio, P. (1990). *Los hijos del limo. Del romanticismo a la vanguardia*. Barcelona, España. Seix Barral.
- OLIVERAS, E. (2004). *Estética, la cuestión del arte*. Buenos Aires: Planeta.
- Panizo, P. P. (2019). *Andy Warhol en el contexto de la cultura y el arte Pop*. Universidad de La Laguna. San Cristóbal de la Laguna, España
- Pacheco Rueda, M. (2009). *El discurso disidente de la contrapublicidad verde*. Pensar la Publicidad, III. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Pasos a la izquierda N°14 (2 noviembre, 2018). *Theodor W. Adorno y el 68*. Pasos a la izquierda. <https://pasosalaizquierda.com/las-tendencias-fascistas-entrevistas-de-1968/>
- Paz, O. (1990). *La otra voz. Poesía y fin de siglo*. Barcelona, España. Ed, Seix Barral
- Pérez, A. (2002). El debate sobre el Fascismo en la Escuela de Frankfurt y la crítica de Marcuse al existencialismo político. *Revista de Filosofía y Teoría Política*, n° 34, p. 257-264
Popart. (2014). *bienvenidos al pop art*. Popart. Recuperado: <https://popartlenguaje.wordpress.com/>

- Quilez. R, (2010). *La ebullición de los 60, eran tiempos de soñar*. El Mundo. <https://www.elmundo.es/especiales/2013/internacional/martin-luther-king/los-60.html>
- Quiñonez, JP. (febrero 2018). Escuela de Frankfurt y Cultura de Masas. Sistemas Políticos y Sociales. <https://sistemaspoliticos.org/escuela-de-frankfurt-cultura-de-masas/>
- Arte Radioactivo Blog (2015). *¿Arte o Publicidad?* <http://arteradioactivoblog.blogspot.com/2015/04/iac>
- Rosenberg. H, (2018). *La influencia del Pop Art en la publicidad*. <https://editorialjotamar.com.co/qla-influencia-del-pop-art-en-la-publicidad/>
- Roszak . T, (2011), *Theodore Roszak, el teórico que lanzó la contracultura.* / realizado por FRANCESC ARROYO, *El País*. https://elpais.com/diario/2011/07/21/necrologicas/1311199202_850215.html
- Roszak. T, (1970). *El nacimiento de la contra cultura*. Editorial Kairos. Barcelona.
- Ruffini, ML. (2017). *El enfoque epistemológico de la teoría crítica y su actualidad*. *Cinta de moebio*, <https://www.moebio.uchile.cl/60/ruffini.html>
- RUIZ, LUIS (2007): *La contracultura. ¿Qué fue? ¿Qué queda?* . Madrid. Mandala Ediciones.
- Sánchez Bravo. E, (2012) *Contexto histórico y socio-político de la Escuela de Frankfu*. <https://auladefilosofia.net/2012/03/25/contexto-historico-y-socio-politico-de-la-escuela-de-frankfurt/>
- Sanín. L, García. E, Betancur. S, Agudelo. D, (2015). *Modificación de la interacción*

marca-consumidor a partir de las narrativas audiovisuales del subvertising. Trabajo de Grado. Universidad Pontificia. Medellín, Colombia.

- Szpilbarg. D, Saferstein. E,(2014). *De la industria cultural a las industrias creativas.* Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas. Mendoza, Argentina. Artículo 99-112.
- Teresa Millet (22 DE FEBRERO 2017). *Arte, protesta y marcas: la mirada disidente de la 'contrapublicidad' / entrevistada por Miguel A. Garcia.* El País. https://elpais.com/economia/2017/01/27/actualidad/1485515126_903742.html
- Triadó Tur, J.R. (2002). *Genios del arte, Warhol.* Barcelona: Susaeta.
- Vanegas, G. (2011). *Historia del arte universal.*
<http://historiarteuniversalblogspot.com/p/pop-art.htm>
- Vallejo, J (2012). *El movimiento hippy lo creo la publicidad.*
https://www.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/el-movimiento-hippy-lo-creo-la-publicidad_9875TcPvqmTk50hqBKLOW5/?autoref=true
- Warhol. A, (08 junio 2014). *Pop Art y cultura de masas / Entrevistado por José Jimenez.*

Referencia Imágenes

- Ilustración 1 *Razón instrumental. Hokerhaimer,*
https://lh3.googleusercontent.com/proxy/7YAekWxbW_8EvBxAPaVYQPBMjUrKz9J3Xd9zIg3pGnJVt98sVhsN5oqRfJz2b72nUg2e5WkXcNhq0nokPrO-Cc6tG06DAWjml3cCpn4Dnt4hbyJdc7mwtce7
- Ilustración 2 *Roy Lichtenstein, uno de los grandes impulsores del pop art-Moove Magazine-*
[https://i0.wp.com/moovemag.com/wp-content/uploads/2014/11/Man-and-Woman-in-the-car.jpg?fit=500%2C372&ssl=1&resize=1280%2C720.](https://i0.wp.com/moovemag.com/wp-content/uploads/2014/11/Man-and-Woman-in-the-car.jpg?fit=500%2C372&ssl=1&resize=1280%2C720)

- Ilustración 3 *Mayo del 68, marcha de los estudiantes en Francia*
https://s.rfi.fr/media/display/b0c01908-0db0-11ea-9c2a-005056a9aa4d/000_sapa980310313600.jpg
- Ilustración 4 *La mujer juega un importante papel en las marchas.*
<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTjiwYzeXCWdQHcWpONHokUXdu9-cc4aQLQWw&usqp=CAU>.
- Ilustración 5 *Richard Hamilton Biography. Works of art*
<https://i.pinimg.com/originals/eb/21/96/eb2196431c20153746e04325219e210d.jpg>
- Ilustración 6 *Antiestética: Pop Art y cultura de masa* *artestetica20.blogspot.com*
http://3.bp.blogspot.com/-Bsl10C2xEvo/U5SBthYA1pI/AAAAAAAAAew/_6p-U5-18SI/s1600/coca-cola_andy_warhol_5_bottles.jpg
- Ilustración 7 *Cultura visual y creación publicitaria*
http://2.bp.blogspot.com/-qfQnGoYWWHA/VKLF0L2w_-I/AAAAAAAAAIA/cLyT3Y7omm0/s1600/comercial4.png.
- Ilustración 8 *ready-mades de Marcel Duchamp*
https://lh3.googleusercontent.com/proxy/IMb5SWQ8KmRmRcSqxegSxayHa1MIq3BXwvLu9aBgmlGc0bK7OWnH0XeBGcCMY0-TN5YLEYokJoAjb8miKoSL08G83RCzidfx7oBzy9_Qju3Hxhi41id_3xoIZMmIxVNwdA
- Ilustración 9 *Los 15 minutos de fama de la sopa Campbell*
<https://i0.wp.com/postresoriginales.com/wp-content/uploads/2018/01/Sopa-Campbell.png?resize=620%2C560&ssl=1>
- Ilustración 10 *Escuela de Frankfurt y la ideología política de la cultura de masas,*
<https://periodistas-es.com/wp-content/uploads/La-Escuela-de-Frankfurt-por-Xulio-Formoso.jpg>
- Ilustración 11 *los 11 Principios de Joseph Goebbels*

<https://confilegal.com/wp-content/uploads/2021/04/goebbels-1-875x600.jpeg...>

- Ilustración 12 *Cartel de propaganda Nazi*
- <https://c8.alamy.com/compes/fh73kx/cartel-de-propaganda-nazi-aleman-1934-fh73kx.jpg>
- Ilustración 13 *Ilustración antisemita*
- <https://encyclopedia.ushmm.org/images/large/23819074-cf45-423c-af1a-9d75f8965832.jpg.pagespeed.ce.jQ2-ZO-j94.jpg>
- Ilustración 14 *Olimpia Festival de las naciones(1936) 1*
- <https://pics.filmaffinity.com/Olimpiada-767203297-large.jpg...>
- Ilustración 15 *Olimpia2* .<https://c8.alamy.com/compes/rc3axw/el-titulo-de-la-pelicula-original-olimpia-1-teil-fest-der-volker-titulo-en-ingles-olimpia-parte-uno-festival-de-las-naciones-ano-1938-director-leni-riefenstahl-credito-olimpia-fil-album-rc3axw.jpg>
- Ilustración 16 *El Triunfo de la libertad* https://2.bp.blogspot.com/-4jTHqn5-jsQ/Vi_stybetvI/AAAAAAAAAPPU/BGLb-vY3OqI/s1600/e1%2Btriunfo%2Bde%2Bla%2Bvoluntad3.jpg
- Ilustración 17 *Los tres cerditos y Hitler* [https://www.spietati.it/wp-content/uploads/2020/11/THE-](https://www.spietati.it/wp-content/uploads/2020/11/THE-THRIFTY-PIG.jpg)

THRIFTY-PIG.jpg

- Ilustración 18 *Disney y la los cortos en animados en la segunda guerra Mundial*
<https://www.cinepremiere.com.mx/wp-content/uploads/2020/09/Disney-Segunda-Guerra-Mundial-900x491.jpg>
- Ilustración 19 *Los looney toons y la segunda guerra mundial*.http://pm1.narvii.com/6144/62d903fe7404a477329fcd6010912d309c10d1e1_00.jpg.
- Ilustración 20 *Carteles estadounidenses de la segunda guerra mundial, bono de guerra*.https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/0a/%22Let%27em_have_it_Buy_Extra_Bonds%22_-_NARA_-_514859.jpg/1200px-%22Let%27em_have_it_Buy_Extra_Bonds%22_-_NARA_-_514859.jpg
- Ilustración 21 *Carteles estadounidenses de la segunda guerra mundial, bono de guerra*.https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/0a/%22Let%27em_have_it_Buy_Extra_Bonds%22_-_NARA_-_514859.jpg/1200px-%22Let%27em_have_it_Buy_Extra_Bonds%22_-_NARA_-_514859.jpg
- Ilustración 22 *Uncle Sam. Posters*.https://m.media-amazon.com/images/I/61wU6IyFycL._AC_SX466_.jpg
- Ilustración 23 *Uncle Sam. Posters*.https://m.media-amazon.com/images/I/61wU6IyFycL._AC_SX466_.jpg.
- Ilustración 24 *Teoría estética, Teodoro adorno*

- Ilustración 25 *Industria cultural de la cultura de masas*.
https://sistemaspoliticos.org/wp-content/uploads/2018/02/lenin_cocacola.jpg...
- Ilustración 26 *Mujeres para vender de todo*. <https://www.xlsemanal.com/wp-content/uploads/sites/3/2021/02/mujeres-para-vender-de-todo-la-publicidad-sexista-de-los-anos-50-y-60-1366x768.jpg>.
- Ilustración 27 *Sofisticación y elegancia.*: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSK0h96AupUqW1fpuL0pKd5OWCzMye3mjtmpA&usqp=CAU>
- Ilustración 28 *Yo fui a E.G.B.*
<https://i.pinimg.com/474x/72/ac/91/72ac91e3243feda26378f66071724476.jpg>
- Ilustración 29 *Publicidad de los 60*
<https://i.pinimg.com/originals/8d/6e/07/8d6e07aa41cd95de64d258f92b3856b7.jpg>
- Ilustración 30 *Herbert Marcuse y las revueltas estudiantiles de 1968: una conferencia inédita (II)* <http://www.bitacora.com.uy/auc.aspx?12130,7>
- Ilustración 31 *Las calles son nuestras*.
https://cartelurbano.com/sites/default/files/editores/_dsc0007.jpg.
- Ilustración 30 *Herbert Marcuse y las revueltas estudiantiles de 1968: una conferencia inédita (II)*. <http://www.bitacora.com.uy/auc.aspx?12130,7>
- Ilustración 31 *Las calles son nuestras*.
https://cartelurbano.com/sites/default/files/editores/_dsc0007.jpg.

- Ilustración 32 *Carteles de mayo del 68*. <https://ep01.epimg.net/especiales/mayo-del-68/img/carteles/33.jpg> ...
- Ilustración 32 *Carteles de mayo del 68*
https://www.kulturklik.euskadi.eus/evento/2018053111004095/carteles-de-mayo-del-68-/kulturklik/es/z12-detnewpr/es/images/1527238205_3.jpg
- Ilustración 33 *Sois jeune et tais toi*. <https://www.researchgate.net/profile/Catherine-Dossin/publication/334263203/figure/fig4/AS:777393086148609@1562356363923/Sois-jeune-et-tais-toi-Poster-realized-by-the-Atelier-populaire-of-the-Ecole-des.png>
- Ilustración 34 *Prohibido prohibir*.
<https://eldiariodelaeducacion.com/pedagogiasxxi/wp-content/uploads/sites/16/2018/05/prohibido-prohibir.jpg> Ilustración
- Ilustración 35 *La belleza esta en la calle*.
http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2018/wp-content/uploads/2018/06/5afc7767e63cd000_128609.jpg
- Ilustración 36 *Sean realistas, pidan lo imposible*
http://www.cultura.gob.ar/media/uploads/mayo_realistas.jpg Ilustración
- Ilustración 37 *Mati Klarwein. St. John, 1962*.
https://masdearte.com/media/reb_psicodelia2.jpg
- Ilustración 39 *Rock Psicodelico(7 Carteles)*.
https://los40.com/los40/imagenes/2017/04/28/album/1493383832_926897_1493390462_album_normal.jpg

- Ilustración 40 *Cartel de Pepsi(1969) Jhon Alcorn.*
https://s.ecrater.com/stores/57330/50c37ccf57b6c_57330b.jpg
- Ilustración 40 *Los mejores discos de los Beatles fueron hechos bajo la influencia del L.S.D*
- Ilustración 41 *Mujeres y Publicidad ¿ha cambiado algo desde 1950?*
https://smoda.elpais.com/wp-content/uploads/images/201437/cover_8840.jpg
- Ilustración 42 *El vehículo Hippy por excelencia*
https://imagenes.lainformacion.com/files/image_606_387/uploads/imagenes/2017/09/05/59ae6757dad01.jpeg
- Ilustración 43 *reactivarían la industria textil masculina que, hasta entonces, no se había mostrado tan dinámica como la femenina*
- Ilustración 44 *fin faces de las marcas más famosos del mundo*
<https://i.pinimg.com/564x/30/61/1a/30611a2b20c8d5115d1c537aa2965101.jpg>
- Ilustración 45 *La guerra de las colas.*
https://venalicium313.files.wordpress.com/2015/11/pepsi_vs_coca_cola_by_attarzi.jpg?w=640
- Ilustración 46 *MICKEY-POP-ART.JPG (2018).*
https://www.artmajeur.com/medias/standard/j/e/jeremy-jacquart1/artwork/11417009_mickey-pop-art.jpg?v=1534945152
- Ilustración 47 *Sociarte.* http://2.bp.blogspot.com/-3rKtxmaN0Bw/VDpIWz26LLI/AAAAAAAAAJc4/HUQL4lhBZ7c/s1600/Obra-de-Richard-Hamilton-en-el_54357258558_53389389549_600_396.jpg

- Ilustración 48 *Richard Hamilton*. <https://i1.wp.com/moovemag.com/wp-content/uploads/2012/12/hhh.jpg>
- Ilustración 49 *¿qué es lo que hace que las casas de hoy sean tan diferentes, tan atractivas?*.
https://historiaarte.com/_/eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJpbSI6WyJcL2FydHdvcmtcL2ltYWdlRmlsZVwvaGFtaWx0b24uanBnIiwicmVzaXplQ3JvcCw2MDAsMzAwLENST1BfQkFMQU5DRSJdfQ.UxjIs4IeWmWvVeJGUy90nmf7T-RGCaMe1HP8pC_tY2U.jpg
- Ilustración 50 Una vida de pop Art.
https://ep00.epimg.net/cultura/imagenes/2014/02/11/album/1392148643_827812_1392197130_album_normal.jpg
- Ilustración N° 51 Pruebas de escenario #liberación, 13 y 19.
<https://www.tate.org.uk/art/artworks/hamilton-swingeing-london-67-f-t01144>
- Ilustración 52 White.
<https://i.pinimg.com/originals/42/ce/d5/42ced5572b37db43a39a997b6a5fd0eb.jpg>
- Ilustración 53 La Fuente (1917). https://historiaarte.com/_/eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJpbSI6WyJcL2FydHdvcmtcL2ltYWdlRmlsZVwvaGFtaWx0b24uanBnIiwicmVzaXplLDgwMjE0Y2R5dG9ycjcgOxqO3nAtCz_iLj7DXrHc.jpg
- Ilustración 54 Secador de Botellas.
[https://wahooart.com/Art.nsf/O/7YLJ5V/\\$File/Marcel-Duchamp-Bottle-dryer.JPG](https://wahooart.com/Art.nsf/O/7YLJ5V/$File/Marcel-Duchamp-Bottle-dryer.JPG)

- Ilustración 55 *Look Mickey*. https://graffica.info/wp-content/uploads/00_Lichtenstein-lookmickey.jpg
- Ilustración 57 *Whamm, 9 obras geniales de Roy Lichtenstein*.
<https://estaticos.muyinteresante.es/uploads/images/gallery/560a4e583dafa84fac914f24/whaam.jpg>
- Ilustración 58 *Los carteles artísticos de Roy Lichtenstein*. <https://zasmadrid.com/wp-content/uploads/2018/12/Roy-Lichtenstein-Brushstroke-1965.png>
- Ilustración 59 *Andy Warhol*. https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTbbgJK9QGP2p37QudP4zvXf_47X5D9lZYMiw&usqp=CAU
- Ilustración 60 *Las 5 obras más importantes de Andy Warhol*.
<https://www.gentleman.excelsior.com.mx/wp-content/uploads/2020/08/portadawarhol.jpg>
- Ilustración 61 *Status Of Empire - Arte descartado: ¿cinco obras que debes conocer!*
<https://i1.wp.com/www.statusofempire.com/wp-content/uploads/2021/03/Duchamp-LHOOQ-soe.jpg?ssl=1>
- Ilustración 62 *Andy Warhol usa la botella contour de Coca-Cola como arte de tapa del primer disco de The Velvet Underground, con unos labios de la cantante Nico*.
https://i0.wp.com/www.zarpado.com/wp-content/uploads/2015/10/IMG_1794-copy.jpg?w=300
- Ilustración 63 *Litografía de Roy Lichtenstein As/opened Fire*
https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FAs_I_Opened_Fire&psig=AOvVaw1KD45klB3vm_FWgr9U_N3G&ust=163250

2445780000&source=images&cd=vfe&ved=0CAsQjRxqFwoTCNlX9fHlfMCFQAA
AAAdAAAAABAD

- Ilustración 64 *Publicidad tomada de la revista Malababa.*

<https://www.antimilitaristas.org/Malababa-revista-de-contrapublicidad-resistencias-y-subculturas.html>

- Ilustración 65 *ANTES: Anyhow, have a Winfield (En cualquier ocasión, fuma Winfield) .AHORA: Man, how i hate aWinfield (Tío, cómo odio los Winfield) .*

http://2.bp.blogspot.com/_6r8fsV4Lk8/TNBkSJdughI/AAAAAAAAABNw/CtRZo1YzVrA/s1600/Captura+de+pantalla+2010-11-02+a+las+20.18.53.png

- Ilustración 66 *Contra publicidad de Mc Donals.*

<https://i.pinimg.com/736x/ba/97/87/ba97875e57a69c3569db3f9f1ab04183.jpg>

- Ilustración 67 *Crítica a la publicidad con sus mismas armas.*

<https://www.masjerez.com/uploads/headers/thumbnail/18102016091311830145.jpg>