

FOLLETO 2

LA CULTURA POPULAR II ***Visión Crítica***



TEXTOS:

- ***CULTURA POPULAR Y POPULISMO*** de Marvin Harris
- ***LA CULTURA POPULAR EN EL PERÚ*** de Paul Montjoy Forti
- ***CULTURA POPULAR: HACIA UNA REDEFINICIÓN*** de Claudio Lobeto

Sicuris José María Arguedas
2017

CULTURA POPULAR Y POPULISMO

Los hombres inventaron el lenguaje para asegurarse la supervivencia; e inventaron el arte para que cuando les falten las palabras, el silencio no los mate. Sin embargo, la educación de la sensibilidad estética está muy lejos de proteger a los hombres del silencio que los mata. La educación de la sensibilidad a través del arte ha sido casi siempre el privilegio de unos pocos; la gran mayoría, en cambio, ha terminado siendo educada por agentes publicitarios, más interesados en el entretenimiento y el rédito económico, que en perfeccionar los sentidos humanos. A este resultado se lo ha llamado, equivocadamente, cultura popular cuando en realidad se trata de una cultura populista, es decir, aquello que mejor encaja con el estado regresivo en el que se encuentra la sensibilidad del hombre común. Palabras claves: arte – ideología – cultura – populismo – consumo.

La cultura es el repertorio aprendido de pensamientos y conductas que caracterizan a un grupo humano y contribuyen al desarrollo de la vida social. No obstante, es muy frecuente que al término cultura se lo relacione únicamente con las actividades artísticas; confusión que fundamenta la equivocada creencia en que los contenidos de la cultura nada tienen que ver con los aspectos trágicos de ese repertorio como, por ejemplo, las guerras, el capitalismo, el hambre, la ignorancia, la esclavitud, etc. El arte está entre ellos; y aunque solamente es una parte de la cultura, no escapa a las consecuencias de ese lado trágico del repertorio aprendido.

El hombre inventó objetos para hacer más cómoda la satisfacción de sus necesidades como fue, entre ellos, el vaso para beber. Luego buscó embellecerlo, es decir, buscó trascender su valor meramente práctico adjudicándole un nuevo valor de acuerdo a otro orden de necesidades, equiparable tal vez, al lenguaje, al pensamiento abstracto, etc. De esta manera el arte se constituyó en un nuevo recurso de supervivencia, aunque todavía no ha sido lo suficientemente reconocido como una necesidad humana. Y esto no debería sorprender, necesidades tan poderosas como la alimentación no siempre están acompañadas de la conciencia de nutrición.

El valor social del arte está en que le permite al hombre ampliar los horizontes de su sensibilidad. Esto significa, siguiendo con el paralelismo de la alimentación, que aprenda a comer sabiendo elegir aquello que lo nutre. Los hombres inventaron el lenguaje para asegurarse la supervivencia; e inventaron el arte para que cuando les falten las palabras, el silencio no los mate. Sin embargo, la educación de la sensibilidad estética está muy lejos de proteger a los hombres del silencio que los mata. La educación de la sensibilidad a través del arte ha sido casi siempre el privilegio de unos pocos; la gran mayoría, en cambio, ha terminado siendo educada por agentes publicitarios, más interesados en el entretenimiento y el rédito económico, que en perfeccionar los sentidos humanos. A este resultado se lo ha llamado, equivocadamente, cultura popular cuando en realidad se trata de una cultura populista, es decir, aquello que mejor encaja con el estado regresivo en el que se encuentra la sensibilidad del hombre común.

En la sociedad actual existe una permanente actividad artística destinada al consumo masivo, pero no se trata del arte “del” pueblo sino del arte “para” el pueblo, situación que marca la diferencia entre alcanzar la libertad o aceptar el mandato social impuesto por las democracias totalitarias. Bajo estas condiciones el hombre ha perdido bastante su oportunidad de producir todo lo bueno que ha demostrado ser capaz en el terreno del arte. A pesar de esto unos pocos artistas aún producen, pero no llegan tan fácilmente al circuito habitual de difusión. Esto hace que se los vea como una excepción dentro de la sociedad, algo muy alejado de lo que se espera de una sociedad humanista donde “no existirán artistas (excepcionales) sino hombres que, entre otras cosas, se ocuparán también de hacer arte” (Marx, Engels).

La sociedad capitalista ha elaborado un concepto propio del arte; aquel que se ajusta a sus intereses basados en el consumo y en crear hábitos de pensamiento. Los artistas que no responden a ese interés se convierten en una excepción, situación que no tiene su origen en la naturaleza humana sino en la manera que la sociedad organiza el trabajo. Max Stirner decía que si un hombre se distingue entre otros, como puede ser el caso de un compositor, un pintor, etc. “no es de ningún modo porque [es] un hombre, sino porque [es] un hombre único” y por lo tanto nadie puede sustituirlo; en cambio, dice Stirner, para los otros trabajos basta la educación para ejecutarlos. Es evidente que esta opinión está dejando de lado las fatales consecuencias de la división del trabajo; de aquel que es directamente productivo y de aquel que no es directamente productivo (Marx, Engels) y donde no se excluye, aún para este último, la educación. Por supuesto, nadie es sustituible en lo que a personalidad se refiere, pero esto no impide que, en igualdad de condiciones, la actividad artística pueda ser desarrollada por todos los hombres.

El régimen populista no satisface las necesidades humanas; y con la excusa de lo popular, ha ido creando una gran mentira social, cuya verdadera dimensión se corresponde con todo lo que al arte de masas le falta de humano. Las necesidades sociales deberían ser, al mismo tiempo, necesidades esenciales para la vida; pero las sociedades basadas en el consumo han desarrollado la extraordinaria capacidad de crear necesidades humanamente innecesarias. Se ha hecho del consumo puro una necesidad vital, al extremo de confundir el valor de “ser” con el de “poseer”. Así es como muchas personas sinceras llegan a valorarse por lo que tienen y no por lo que son; reconocen en sus posesiones la extensión de su propio ser; y como es lógico suponer, el camino imaginado por ellas para superarse no puede ser otro que el del consumo.

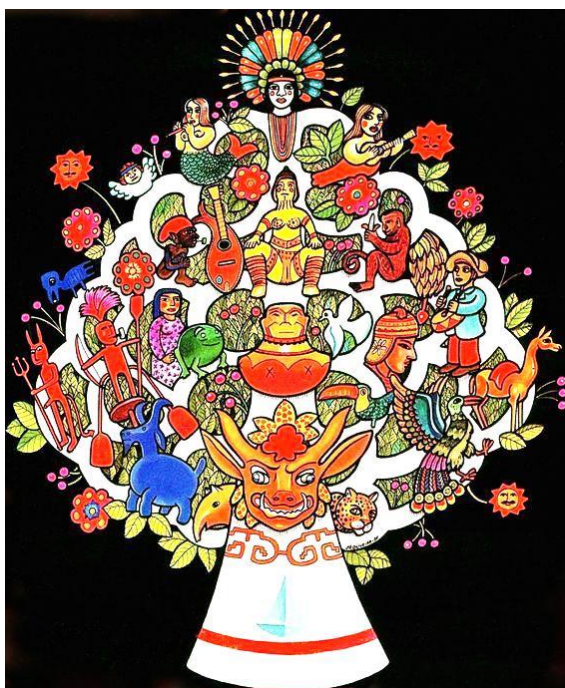
En el medio de este desequilibrio social, las clases privilegiadas, que nunca dejaron de reconocer el valor universal contenido en el arte, se apropiaron de él, como lo hicieron con la riqueza. Generalmente el hombre común identifica las grandes obras de arte, y también la actividad intelectual, como algo perteneciente a una determinada elite social. Por esta razón no intenta acceder a su comprensión y se refugia en lo que él cree que es la auténtica expresión de su clase: el arte de masas. Pero, en realidad, no existe el arte elitista, solamente existe un arte al que no tiene acceso la gente común, de la misma manera que no tiene acceso a la buena alimentación, la salud, la educación, etc. No hay arte elitista; hay una elite que se apropió de lo mejor de la producción artística, así como se apropió de la riqueza y de las ventajas que ésta proporciona. La mejor prueba en este sentido es que estas minorías sociales nunca fueron capaces de producir grandes obras artísticas, y que para poseerlas, tuvieron que tomarlas de los otros.

Estas minorías no fueron capaces de crear su propio arte, pero sí supieron interpretar a la perfección las ventajas sociales que el arte podía proporcionarles, y lo tomaron como modelo para la producción destinada al consumo y a crear hábitos de pensamiento. El resultado no fue el arte popular sino el arte de masas. El sistema capitalista fue muy astuto en su estrategia de producción, porque conoce la susceptibilidad que tiene la conciencia a los condicionamientos históricos; y lo sabe por la experiencia adquirida durante tantos años de modelar la opinión pública. Sabe, por ejemplo, que si la calidad de un producto baja progresivamente, con pequeños saltos que estén por debajo del umbral diferencial de la conciencia, se pueden poner los gustos y pensamientos en el límite de lo absurdo. Y lo más importante para su interés es que puede hacerlo sin

despertar ninguna sospecha. De esta manera el sistema capitalista espera encontrar al final de su recorrido la “libertad de elección” del hombre común, quien termina sinceramente convencido de que algo es valioso solamente porque a él le gusta (idealismo primitivo); y lo que es peor aún, el hombre común llega a sentir la obligación “moral” de imponer sus propios gustos y pensamientos para el bien de sus semejantes. Esto es lo que llevó a Ortega y Gasset a decir: “el hombre masa te impone su mediocridad”.

A diferencia de lo que ocurre con el arte de masas, al arte popular “no le basta la ‘belleza’, se requiere de un contenido intelectual y moral que sea la expresión elaborada y completa de las aspiraciones más profundas” del ser humano (Gramsci). El arte de masas es cuantitativo (cosificado y despersonalizado), mientras que el arte popular es cualitativo; tiene profundas razones ideológicas vinculadas al progreso social.

El arte destinado a las masas – no el arte popular – ha condicionado los gustos de la sociedad a tal extremo que la elección del consumidor sincero nunca será totalmente libre. En la misma situación se encuentra la “libertad de ideas” en las democracias totalitarias, donde la manipulación de la opinión pública siempre precede y condiciona las formas del pensamiento. Por eso es lamentable que todavía se siga aceptando sin reparos la soberanía de la opinión pública, cuando ésta muchas veces está más cerca de ser una tiranía, por reflejo inconsciente de quienes modelan esa opinión. El ser humano ha sido sometido desde mucho antes de la aparición del capitalismo, y las consecuencias se ven reflejadas en su conducta, de ahí la expresión del rey Salomón: “¡pobre pueblo cuyo esclavo se haga rey!”.



La auténtica revolución social se obtiene alcanzando la educación necesaria para que el hombre común pueda abolir su esclavitud, y cuando le toque dirigir la sociedad, no lo haga como un tirano. Para eso sirve la cultura popular.

Los dueños históricos del poder social han logrado que el concepto de libertad se reduzca a la simple elección de opciones establecidas de antemano por ellos mismos. La sentencia: “dentro de la ley, todo; fuera de la ley, nada” es la expresión resumida de esa voluntad. Una sentencia que refleja la misma voluntad podría ser “el hombre es libre sólo para elegir cómo soportar el hambre”; es decir, la libertad dentro de los límites de la esclavitud, cuando la libertad debería ser lo que le permite al hombre comer bien todos los días. Con esas expresiones

paradójicas los poderosos siempre han intentado evitar las consecuencias indeseables que podrían ocasionarles los pueblos que son conscientes de no tener ninguna libertad. Sin embargo, la verdadera libertad no es la que se impone sino la que se elige; aquella que nos da la posibilidad de negar las pocas opciones disponibles y crear otras nuevas. Esta es la misión esencial de la cultura popular.

La expresión más elaborada y completa de las aspiraciones del ser humano es descubrir cuáles son las verdaderas necesidades sociales; por esta razón la cultura popular nunca debería ser tratada como un “derecho social” sino como una “obligación social”, en el mismo sentido que lo es la educación. Y cuando algunos organismos académicos hablan del “derecho a la cultura”, a pesar del cosificado y despersonalizado estado en el que se encuentran los productos que ofrecen, es una prueba de que se trata de lograr solamente el entretenimiento público, y no la educación de la sensibilidad que facilita el progreso social.

Los medios masivos de difusión, sin excepciones, son la prueba más contundente de la traición al progreso social a través de la cultura. En vez de estar destinados a educar para la libertad, están al servicio de la manipulación de la opinión pública, fundamento de las democracias totalitarias. Los medios de difusión no educan, distraen; ayudan a que el hombre masa pueda “matar el tiempo”, es decir, buscan ponerlo al borde del suicidio social; quieren estar seguros de su indiferencia. Mientras tanto, lo poco y bueno que pueden ofrecer siempre está en los horarios de menor audiencia. Esto último es conocido, incluso por la gente común, y nunca se lo menciona sin un poco de ironía.

Todo lo atractivo y placentero que se encuentra en el mundo biológico es el resultado de un prolijo esfuerzo de la naturaleza que, durante millones de años, ha buscado facilitar la preservación y la evolución de las especies. Se mantuvo la necesidad evitando la indiferencia. Con el arte sucedió lo mismo, y es la razón por la que no se puede imaginar que el arte popular pueda ser reducido a un mero entretenimiento de masas como lo muestra la sociedad capitalista. No se puede confundir la producción artística destinada al lucro y la dispersión intelectual, con el arte que el pueblo es capaz de producir para su propia evolución. La cultura no es lo se les regala a las personas sino lo que se les exige, para que ellas se superen a sí mismas.

La universalidad del hombre se basa en la universalidad de sus necesidades; es decir, independientemente del lugar en el que se encuentre, el hombre necesita comer para subsistir, y comer bien para vivir mejor. Lo mismo se puede decir de los patrones sensoriales; son iguales para todos los seres humanos, independientemente de su cultura. La estabilidad visual de un círculo, por ejemplo, es igual para un hindú como para un esquimal, para cualquier europeo o un argentino, aunque su significación cultural no sea la misma. El éxito que un artista logra en su producción no es solamente el resultado de la experiencia personal; también existen leyes objetivas involucradas en el proceso. En el arte no se inventa, se descubre; principio que nunca debería ser excluido al momento de valorar el fenómeno artístico.

El concepto de objetividad científica ya ha dado bastantes pruebas de su validez epistemológica, sin embargo, las investigaciones sobre el origen de las formas en el arte de masas todavía subestiman lo mucho que se les debe a las estrategias del mercado; se detienen en el efecto sensible de las formas artísticas, sin ubicar las causas que las determinan y que no tienen motivaciones estéticas. Las teorías relacionadas con la música popular casi nunca mencionan el interés comercial oculto detrás de su producción y el efecto devastador que se produce debido a la adaptación casi incondicional de la sensibilidad. Posiblemente estas teorías no son conscientes de esta situación porque ellas mismas fueron elaboradas dentro de un determinado esquema ideológico que acepta, sin discusión, que el valor artístico se define, únicamente, a través del “todopoderoso” gusto personal. No es diferente a lo que sucede con el

pensamiento, donde el concepto de “verdad” ha sido reducido a la igualmente todopoderosa convicción personal, como si la experiencia personal fuera autosuficiente en ambos casos. Los gustos y pensamientos “personales” son, generalmente, formas previamente establecidas por la imposición de costumbres, por la limitación en las opciones para elegir, etc.

Sólo para dar un ejemplo cercano y popularmente conocido, se podría mencionar lo siguiente: durante la época del proceso militar argentino, la música folklórica fue promovida de una manera desmedida, por las connotaciones nacionalistas que presupone. En uno de los festivales más importantes de la provincia de Córdoba (Cosquín), el sentimiento nacionalista de “pertenencia” invadía el escenario casi todas las noches. El espectáculo que contaba con el mayor énfasis era la dramatización de la Campaña del Desierto, aquella matanza organizada para exterminar los aborígenes del sur por ser considerados una “raza estéril”; aunque en la oportunidad del festival la intención era justificar las atrocidades cometidas por el ejército contra la sociedad argentina. Pero no se trataba solamente del testimonio público de una cultura represiva. Detrás del escenario, casi en secreto y con la anuencia de un “honorable” miembro fundador del festival, conjuntos folklóricos de muy mala calidad lograban actuar en el horario central del espectáculo, porque venían recomendados por el Tercer Cuerpo de Ejército.

Estos testimonios de la vida social argentina ridiculizan las palabras de Rousseau que dijo “los pueblos se han dado jefes para defender su libertad y no para esclavizarse”. Incluso, para afirmar esta idea, él mismo cita lo que Plinio le dijo a Trajano, “si tenemos un príncipe es para que nos proteja de tener un amo”. No es fácil aceptar este pensamiento; y tampoco lo sería para el mismo Rousseau si hubiera sabido que hay sociedades que prefieren a los amos porque son tan inseguras que la libertad los aterroriza.

En aquel momento, además de la especulación económica, la música folklórica era fruto del oportunismo político y social; incluso se había transformado en una ideología reaccionaria encubierta, donde “defender lo nuestro” nunca significaba “primero mejorar para luego defender”. Hoy, lamentablemente, las cosas no han cambiado demasiado y los estilos musicales de este género ya se han alejado bastante de la esencia y calidad de la auténtica música folklórica; ya no es una expresión de la “ciencia del pueblo”, es más bien una “viveza criolla” o una estrategia de ese nacionalismo que ve en el Estado la primera condición del arte, como lo fue durante el régimen nazi.

El alejamiento que hoy tiene la música folklórica no sería un verdadero problema si no fuera que el hábito modifica la percepción. Cuando un mal producto se impone termina modificando la sensibilidad, y después vienen los nuevos criterios de valoración que incluyen esos productos como referencia. Desafortunadamente, la musicología desestima estos hechos y en su análisis se detiene únicamente en el efecto sensible, ignorando las variables económicas y éticas ocultas detrás de la producción musical. Con estas limitaciones el estudio de la música apenas logra ser una “sociología del gusto”, cuando en realidad, el valor artístico no se mide solamente por lo que al sujeto le gusta; igualmente se deben tener en cuenta las condiciones de libertad en las que el sujeto aprende a elegir. Recordemos que la alimentación no siempre está acompañada de la conciencia de nutrición.

La popularidad de un producto artístico no siempre es garantía de buena calidad. Cualquier músico intelectualmente formado sabe, por ejemplo, que la música cordobesa de cuarteto se encuentra en los niveles más rudimentarios de organización sonora, sin embargo, su popularidad crece de manera exponencial. Lo mismo se puede decir de la “cumbia villera”, el “reggaetone” y otros tantos productos destinados al consumo rápido y que no requieren de ninguna educación auditiva. Frente a estos hechos podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que la música popular, aquella que busca educar nuestra sensibilidad, casi no existe. Lo que hoy se conoce como música popular, en realidad no lo es; se trata solamente de un producto destinado al consumo masivo; es la estrategia de unos pocos “vivos” que han sabido orientar el gusto de la gente hacia un producto musical de gran rentabilidad económica.

Los compositores que buscan el impacto auditivo de las masas recurren siempre a esquemas aprendidos muy elementales; buscan hacer un “pacto” con los gustos ya adquiridos, gustos que vienen con sus propios vicios y que después condicionan el juicio con relación a la valoración artística. Para entender mejor los riesgos que implica esta lamentable estrategia de producción, basta con mencionar que el oído puede llegar a gustar de los sonidos distorsionados. Y si se trata de las ideas, sucede exactamente lo mismo. El sutil condicionamiento que padece la conciencia del hombre masa, para hacerlo sentir dueño de su razón y controlar su descontento, lo ha llevado a creer que “el pueblo nunca se equivoca”, cuando lo contrario es la verdad. No se equivoca cuando tiene hambre por la falta de alimentos, o cuando tiene frío por la falta de abrigo, pero se equivoca casi siempre cuando indaga sobre las causas que lo llevaron a ese estado. Los hombres, así condicionados, están satisfechos de sentirse dueños de sí mismos pero ignoran que la realidad, aún la de ellos, no les pertenece. Si los hombres pudieran lograr alguna certeza en este sentido, estarían en mejores condiciones para superar la adversidad. Revertir esta situación también es responsabilidad de la cultura popular.

El hombre común sabe que es libre para elegir, pero al mismo tiempo ignora que el pensamiento que dirige su conducta, no ha sido elaborado libremente por él.

El pueblo que busca la transformación social es, al mismo tiempo, la clase que busca reivindicar la esencia humana, por lo tanto merece un arte superior y no esos productos de la sociedad capitalista que anulan la sensibilidad y el pensamiento. El arte de masas deja al hombre en la superficie de las cosas; está hecho con un lenguaje enteramente fácil por falta de profundidad humana; asegura que la comunicación resulte tanto más extensa cuanto más superficial sea su contenido, cuanto más pobres y banales sean sus medios de expresión. Ante este hecho se desata, inexorablemente, el malestar de quienes aman verdaderamente el arte; y muchas veces se interpreta su crítica contra el arte de masas como la exaltación de un arte minoritario y antípoda de ese otro que entiende y busca la mayoría. Y esto no tendrá solución mientras no se examinen las fuentes económicas, sociales e ideológicas del arte de masas en la sociedad actual (Sánchez Vázquez).

Los griegos no creían tener una cultura; para ellos la filosofía, la música, la literatura, eran partes de su vida diaria y no cosas extrañas que debían adquirir (Read). Con el comienzo del capitalismo en la época del Renacimiento, y casi simultáneo con la aparición del Estado, se comienza a distinguir la cultura como un hecho trascendente. Luego, con la revolución industrial y la producción en masa a comienzos del siglo XIX, los hombres dejan de lado el impulso instintivo de construir sus propios objetos.

Igualmente, la cultura se convierte en algo aparte y distinto de la vida diaria; es decir, se transforma en un artículo de consumo. Las nuevas normas de utilidad hicieron que la producción tuviera como única finalidad el lucro y no el uso; es entonces cuando la cultura comenzó a entenderse como aquello que se les da a los hombres y no lo que se les exige según sus propias capacidades creativas. Así, la cultura deja de ser un hecho de la vida diaria para convertirse en algo que el hombre puede adquirir, especialmente en sus horas libres: lee libros, asiste a conferencias, va a los museos, etc.

La aparición del Estado coincidió con la aparición del capitalismo. Y esto no fue casual; alguien debía organizar el poder económico. La cultura en la sociedad capitalista produce artículos destinados al consumo con la finalidad de lograr beneficios económicos, los que a su vez producen hábitos de pensamiento; por eso el Estado está muy interesado en proteger la producción cultural a través de un binomio que logre optimizar los resultados en esas dos direcciones. Si desea obtener grandes beneficios, el gasto de producción debe ser mínimo y el consumo máximo, de lo que resultan productos de muy baja calidad y fácil consumo. Quizás la expresión más representativa del pensamiento capitalista sea la televisión. No hay mejor manera de describirla que recurriendo a una enfermedad mental conocida como coprofagia, en la que el enfermo soporta la terrible particularidad de comer sus propios excrementos. Hoy la televisión se ha convertido en el equivalente social de la coprofagia mental; es el medio por el cual se obliga a la sociedad a comer sus propios excrementos.

En la Teoría de la Información se entiende por “ruido” todo aquello que “ensucia” la transmisión de una información (interferencias, señales parasitarias, etc.) pero que, finalmente, no afectan la decodificación del mensaje. Contrariamente, en la transmisión de la información televisiva la “basura” es el mensaje, y el resto, contenidos no muy confiables.

En las democracias totalitarias la cultura tiene la misión de hacer efectivo el mandato social, y un aspecto no menos importante para lograrlo es, entre otros, el deporte. Como siempre, el principio subyacente es ejercer el control. En lo que se refiere al territorio argentino, por ejemplo, los gobernantes saben perfectamente bien que no es igual la sociedad con hambre y “con” fútbol, que la sociedad con hambre y “sin” fútbol. Se repite la vieja estrategia de Vespasiano al construir el Coliseo Romano; o de Hitler, cuando proclamaba un Estado racista donde el deporte tendría prioridad, mientras “el cultivo de las facultades intelectuales [quedaría] relegado a un segundo plano” (Mein Kampf). Sin dudas, ésta es la mejor manera de conseguir eunucos mentales, es decir, personas absolutamente estériles cuando se trata de engendrar pensamientos y acciones progresistas.

En la cultura argentina el deporte ha logrado alcanzar dimensiones irracionales; y la justificación más frecuente de esta insana desproporción es que el hombre, frente a tanta adversidad, necesita distraerse un poco; sin embargo, lo único que logra con esta distracción es prolongar la adversidad; el hombre, en vez de enfrentarla, se entretiene con otra cosa para olvidarla. Se parece bastante a la solución que muchas novelas conservadoras le dan a la tragedia humana, es decir, salir por el camino de la resignación o la muerte y no la lucha.

La cultura populista y reaccionaria, opuesta siempre a la cultura popular, es distintiva de las democracias totalitarias, donde se busca imponer la igualdad “hacia abajo”. Los movimientos pseudo izquierdistas argentinos ? esos antiimperialistas que

paradójicamente veneran el nacionalismo o le rinden culto al Estado ? proponen una cultura “desde abajo”, “desde lo popular”, creyendo que de esta manera se reivindica el valor de lo popular; pero no se dan cuenta de que lo “popular” está fatalmente condicionado por los intereses “de los de arriba”, con lo cual terminan siendo precursores de lo mismo que pretenden combatir. Con razón alguien supo llamar a estos híbridos sociales “izquierdistas de la derecha” (Sartre).

Las democracias auténticas, en cambio, están más cerca de la “dictadura educativa” de Platón porque estimulan imitar de la vida el valor de luchar contra la entropía; buscan mostrarnos que los instintos básicos de supervivencia se prolongan, con el mismo fin, en mejores formas de sensibilidad y pensamiento. En las culturas populistas la libertad se reduce a la posibilidad de elegir entre las opciones previamente establecidas, según ciertos intereses económicos o ideológicos. En cambio la cultura popular, íntimamente comprometida con el progreso social, indaga su existencia desde una visión totalmente crítica, lo que permitirá perfeccionar el concepto de libertad, y seguramente nos hará conscientes de libertades que ni siquiera sospechamos que nos faltan.

BIBLIOGRAFIA

HARRIS, Marvin (1982). *El materialismo Cultural*. Alianza Universidad. Madrid. HITLER, Adolfo (1985). *Mi Doctrina*. Editorial Temas Contemporáneos. Buenos Aires. MARCUSE, Herbert (1969). *Crítica de la Tolerancia Pura*. Editorial Nacional. Madrid. MARX, C; F. ENGELS (1985). *La ideología Alemana*. Editorial Cartago. Buenos Aires. READ, Herbert (1968). *Al Diablo con la Cultura*. Editorial Proyección. Buenos Aires. RUE, Roberto (2005). *La Música, entre la Filosofía y la Ciencia*. Universitas. Córdoba. RUE, Roberto (2006). *Música, Ciencia y Poder*. Facultad de Periodismo, U.N.L.P. www.perio.unlp.edu.ar/question (Números anteriores: 12. Ensayos). SANCHEZ VAZQUEZ, Adolfo (1984). *Estética y Marxismo*. Ediciones Era. México. SANCHEZ VAZQUEZ, Adolfo (1984). *Las ideas Estéticas de Marx*. Ediciones Era. México SARTRE, Jean-Paul (1968). *Problemas del Marxismo. Situación VI*. Losada. Buenos Aires. STIRNER, Max (1976). *El Único y su Propiedad*. Juan Pablos Editor. México. FUENTE: <http://experimenta.biz/revistaexperimenta/cultura-popular-y-populismo-roberto-rue/>

LA CULTURA POPULAR EN EL PERÚ

Por **Paul Montjoy Forti** - 28 enero, 2015

Diversos autores han afirmado que la cultura siempre va a estar resguardada por la cúpulas intelectuales de las sociedades, cito como ejemplo a los Ilustrados, grupo de intelectuales de la época que dieron origen a la revolución francesa y a la Independencia de las Indias. Sin embargo, los medios de comunicación, conforme fueron pasando los tiempos, han ayudado a difundir los sentimientos, pasiones y conocimientos del pueblo llano, dando así origen a la cultura popular.

Ella nace en la época de la Colonia como resultado de la fusión del pensamiento hispano con las costumbres, idiosincrasia y manifestaciones religiosas de las diversas culturas nativas americanas creando así nuevas manifestaciones sociales como el sentimiento indigenista del Inca Garcilazo de la Vega, y de culto como lo es la veneración al Señor de los Milagros (producto de la especulación y los trumas propios de la sociedad limeña[1]). En el arte colonial se puede notar la intención de la escuela cuzqueña por manifestar la simbología andina a través de las obras pictóricas En el ámbito de la moda, las mujeres de la élite limeña vestían con saya y manto dando origen a la “tapada limeña”, posteriormente, las mujeres de las clases sociales bajas copiaron esa forma de vestir y fueron creando nuevos estilos y diseños, clara manifestación de la “populización de la cultura”.

Las migraciones fueron un factor esencial en la diversificación de la cultura popular. Cada una de las personas que arribaron a nuestro país trajeron consigo su pasado, sus danzas, su religión y su forma de ver el mundo, entre otras cosas. No se entendería nuestro emblemático festejo si los esclavos africanos no hubiesen contribuido con su cultura. Tampoco se entenderían mitos como el del “cuco” si es que las amas de leche no hubiesen cuidado a los hijos de los patrones.

Cuando se dio la masiva migración de chinos al Perú, ellos también trajeron consigo costumbres muy particulares como sus formas únicas de preparar la comida. El resultado, a largo plazo, fue el Chifa, emblema en la actualidad de nuestra gastronomía. Sin embargo, no todas nuestras costumbres son foráneas. El misticismo de nuestras culturas ancestrales es un punto imprescindible de la cultura popular. La brujería se convirtió en una manifestación cultural tan importante que ha llegado hasta nuestros días. ¿Quién no ha escuchado hablar del mal de ojo, de la pasada de huevo, de los amarres amorosos? Muchos creen fervientemente en eso e incluso resulta rentable dedicarse a la chamanería.



Fue la radio la cual permitió difundir la cultura popular y enriquecerla con su aparición, el Perú entero se sorprendió con aquel aparato capaz de transmitir noticias desde lugares muy lejanos en tiempo real. Llegó a ser un artefacto masivo, hasta en los lugares más recónditos del territorio nacional existía

uno de esos aparatos. La música comenzaría desde ese momento a escucharse por todo el país. De hecho, ya existía música típica regional, como los huaynos por ejemplo, pero la radio fue su medio de propagación. Se fueron creando emisoras regionales, como DELCAR de Chiclayo[2]. Los grupos de música locales tuvieron la oportunidad, por vez primera, de ser escuchados en todo el territorio nacional. Al ver que estos grupos se hacían exitosos, muchos otros aparecieron. Chabuca Granda[3], nacida en el seno de una acomodada familia de Abancay en 1920, llegó a ser una de las mayores propulsoras de la música peruana. Y es que ella es la primera que rompe con la rítmica convencional del vals peruano; además, el lenguaje que emplea en sus canciones no es el típico lenguaje de los antiguos vales de salón. Existe en ella una fusión que sorprendió en su tiempo, esa fusión se dio porque decidió abrazar a la cultura popular. *La Flor de la Canela*, que Chabuca compuso pensando en una negrita, doña Victoria Angulo[4] que paseaba siempre por el Puente de los Suspiros, es, por ejemplo, considerada por muchos como nuestro segundo himno nacional. Además sus canciones hablan de nuestras diversas tradiciones culturales como es el caso de *Jose Antonio*, que hace alusión al chalán y al caballo de paso peruano. Sin duda alguna, con la ayuda de la radio, las canciones de Chabuca Granda comenzaron a llenar de patriotismo a todos sus connacionales.

La posterior llegada de la televisión también fue un factor determinante para la difusión de la cultura popular. En los programas televisivos peruanos se puede notar la esencia

de la idiosincrasia peruana, como es el caso de *Trampolín a la Fama*, (1967-1996), en donde Ferrando le abrió las puertas a los nuevos (y actuales) talentos nacionales.

En los años 1961-1998[5], se dio una descontrolada migración en Lima. Los pobladores de las provincias más empobrecidas comenzaron a migrar hacia la capital en busca de nuevas oportunidades no solo laborales sino también de servicios, educación y calidad de vida. Esta migración impulsó la propagación de la cultura popular, los migrantes llegarían a Lima con su visión del mundo, con sus creencias locales, con su música, su comida, su tradición. Y es en Lima donde comienza a fusionarse por fin todos estos factores. De un momento a otro la Lima señorial dejó de existir. Ciertamente comenzó a crecer de una forma desordenada, lo que dio origen a la Lima deformada que tenemos hoy en día. Entre otras cosas, las migraciones originaron el triste centralismo peruano. Durante ese transcurso de tiempo se creó el término “Lima la gris”, que ahora se usa prácticamente como un apodo de nuestra capital. Ejemplos concretos de esa fusión pueden ser la gastronomía, hoy en Lima conseguimos los platos típicos de todas las regiones del Perú y en los quioscos se vende, junto a las *Galletas Chaplín*, bolsitas de mote o chifles. Ahora, en la fiestas, se escucha en huayno o cumbia sin mayores reparos. Julio Ramón Ribeyro (1929-1994) es el mejor escritor peruano del siglo XX, y uno de los mejores cuentistas nacionales, fue capaz de capturar entre las líneas de su literatura a esa Lima grande, deformada, gris, de la que hablábamos en el párrafo anterior. Uno de sus libros más emblemáticos es la antología de cuentos *La palabra del mudo*. Cuando a Ribeyro, allá por el año 1973, su editor le pregunta ¿por qué *La palabra del mudo*?, él responde:

“Porque en la mayoría de mis cuentos se expresan aquellos que en la vida están privados de la palabra, los marginados, los olvidados, los condenados a una existencia sin sintonía y sin voz. Yo les he restituido este hálito negado y les he permitido modular sus anhelos, sus arrebatos y sus angustias”[6]

La migración masiva a Lima trajo consigo no solo la cultura popular, sino también la pobreza, y la discriminación poniendo en vitrina los abismos sociales. Julio Ramón Ribeyro, al decir marginados, olvidados, se está refiriendo a aquellos, que por culpa de la migración masiva, no tuvieron oportunidad alguna para progresar en Lima. Logra plasmar la idiosincrasia del peruano, tanto de la clase alta como de la baja. Logra, a través de su pluma, atraparnos en el arribismo del peruano, como es el caso de don Fernando Pasamano, en su cuento *El banquete*; en *Los hombres y las botellas*, por ejemplo, se pueden notar también los defectos de la sociedad de aquel entonces. Ribeyro representa a la narrativa con carga social y, al igual que Chabuca Granda, él abrazó a la cultura popular insertándola en su literatura.

La cultura popular es, en definitiva, parte de nuestra vida cotidiana, parte de nuestro pensamiento, parte de nuestro pasado, presente y futuro. Nuestra cultura popular es la que ha moldeado nuestra identidad y nos ha ayudado a unificarnos más como nación haciendo que las creencias de las distintas clases sociales se mezclen para formar una sola masa. Debemos defender y promover el mestizaje de nuestra cultura, pues eso nos llega de tradición. La fusión se ha dado y se seguirá dando haciendo que, alguna forma, nos vayamos acostumbrando a nuestras propias costumbres.

[1] La sociedad limeña tenía un gran temor a los temblores. Cuando ocurrió el terremoto de 1655, los limeños buscaron refugio psicológico donde sea. Al encontrarse la imagen del Cristo de Pachacamilla en pie, todos los pobladores lo atribuyeron a un milagro. Las autoridades de la época aceptaron sacar a pasear la imagen una vez por año. Aunque el miedo limeño, en otra ocasión, hizo que la imagen recorriera Lima varias veces en un mismo año.

[2] <http://portal.fachse.edu.pe/sites/default/files/UN2-Facundo.pdf>

[3] Entrevista a Chabuca Granda por Soler Serrano: http://www.youtube.com/watch?v=ITtak9MT_wo

[4] Entrevista a Chabuca Granda por Soler Serrano: http://www.youtube.com/watch?v=ITtak9MT_wo

[5] INEI: <http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0018/cap34001.htm>

[6] Ribeyro, Julio Ramón: *La palabra del mudo (I)*, Editorial Planeta, segunda reimpresión: marzo de 2011. Página 7.

FUENTE: <http://www.lucidez.pe/tribuna-universitaria/tribuna-u-de-piura/la-cultura-popular-en-el-peru/>

CULTURA POPULAR: HACIA UNA REDEFINICIÓN

Claudio Lobeto (*Instituto Internacional del Desarrollo Universidad de Buenos Aires*)

Durante años, los innumerables trabajos e investigaciones realizados en torno a la cultura, partieron de marcos conceptuales y metodológicos específicos sintetizados en la búsqueda de matrices teóricas capaces de dar cuenta de la relación existente entre los sujetos sociales y sus expresiones culturales.

Así, fue posible acceder a caracterizaciones que resumieron las manifestaciones culturales y artísticas, en dos categorías complementarias y opuestas: cultura de élite y cultura popular, vinculando la pertenencia a una clase social con una producción simbólica determinada.

Posteriormente, esta tipología se amplió con la aparición de la reproducción técnica y el uso generalizado de los medios masivos de comunicación, dando lugar a lo que se conoció como la cultura de masas.

Esto provocó que el clásico debate acerca del significado sobre la cultura popular se complejizara, replanteando los conceptos que permitieran unificar criterios en torno a los estudios culturales y la pertenencia al campo cultural popular, elitista o de masas, sintetizadas en tres grandes líneas de análisis que sin ser excluyentes ni totalizadoras, expresan las perspectivas más abarcadoras.

Una de las corrientes, referida a los medios masivos y su alcance en la distribución y circulación de los productos culturales, llevó a que se identificara la cultura de masas con la cultura popular, otorgando de esta forma valores fundamentales al grado de masividad de un bien simbólico.

En este sentido, la cultura popular fue entendida como aquellas acciones realizadas con independencia del sujeto social interviniente, priorizándose el rol difusor de los medios masivos de comunicación en detrimento del agente productor, quien asiste en forma pasiva a la construcción de fenómenos denominados como "populares", llevados a cabo por "agentes" considerados "extraños" al campo popular y donde lo central pasa por el rol que adquieren las industrias culturales y el sector privado, al masificar productos que pueden haber sido originados desde los sectores sociales mencionados, pero que en alguna de las etapas de producción, circulación y recepción, ven cambiados las significaciones y los sentidos iniciales. Desde esta óptica, lo popular se vincula con la cantidad, mas relacionada con una lógica mercantilista donde lo popular es vaciado de contenido.

En este caso, lo popular es emparentado con masividad o multitudes. Lo masivo no como opuesto a la cultura popular, ni como "fagocitador" de ésta, sino como el lugar desde donde se interpela a lo popular. La cultura popular vehiculizada a través de los medios de masas reproduciendo sus formas de pensar, actuar y moverse, sus

manifestaciones estéticas y sus preferencias por determinados bienes y no por otros. Es en última instancia, la interpretación que sobre la cultura popular operan las industrias y políticas culturales.

En América Latina, la expresión mas clara de esta tendencia se manifestó en la aplicación de políticas culturales de los gobiernos populistas durante las décadas del '40 y el '50. El cine, la radio y la televisión constituyeron medios fundamentales en la ejecución de estas políticas públicas.

En otros estudios, se consideran manifestaciones populares solo a aquellas prácticas que partiendo de clases sociales subalternas, condensan un sentido capaz de "resistir y enfrentar" a la cultura oficial o hegemónica, acentuando la capacidad de éstas de poder deslegitimar el orden simbólico vigente. Aquí se niegan y desestiman todos aquellos componentes culturales que si bien parten de estos sectores sociales, reproducen formas culturales dominantes sin llegar siquiera a cuestionarlas.

En los años posteriores, los '60 y '70, y acorde a la coyuntura socio-histórica mundial, esta tendencia llegó a ser importante, observándose entonces como artistas e intelectuales se vincularon con los sectores sociales subalternos, tomando de éstos, prácticas que posteriormente volcaron a manifestaciones consideradas de neto corte elitista. Esta línea de análisis significó la reaparición de la discusión en torno a la existencia de un "arte comprometido con el pueblo" en oposición a la noción del "arte por el arte", adjudicando a ésta última el estar al servicio de las clases hegemónicas.

Una tercera vertiente es aquella en que lo popular está dado por los contenidos temáticos exclusivamente. Posición asumida por los "folkloristas " y en general para quienes lo prioritario se sitúa entre la ritualización del pasado (artesanías, fiestas, prácticas comunitarias, etc.) y la cosificación y mistificación del producto cultural, obviando tanto el proceso en el cual se encuentra inmerso dicho producto y los sujetos productores, como los diferentes cambios que suceden en las instancias de circulación y recepción de una acción cultural.

Esta última forma de abordaje coincide en intentar explicar el estudio de la cultura popular a partir de construcciones sociales, descuidando la totalidad y priorizando alguna variable en particular, ya sea desde alguna de las etapas por las que atraviesa, es decir la producción, la circulación y recepción, como analizando exclusivamente el producto en sí mismo o partiendo de la posición social de quien produce o recepciona.

Desde los '80, el debate cobra mayor vigencia, no tanto por haberse arribado a conclusiones teóricas y resultados empíricos satisfactorios, sino que por el contrario, la complejización de problemas pendientes y la aparición de nuevos, replantea aun mas el estado de la cuestión.

El marco histórico actual signado por la "globalización" y la mundialización de la cultura, fue marcando importantes modificaciones en los métodos de producción que repercuten en la estructura económico-social. Coyuntura que nos sitúa en un punto de inflexión desde el cual aparece el agotamiento de estas categorizaciones clásicas y presupone el desafío de encontrar nuevas conceptualizaciones teóricas.

El campo cultural no es ajeno a estos cambios y se expresa en novedosas relaciones simbólicas, estéticas y comunicacionales.

La crisis conceptual propia de esta posmodernidad-posindustrialista imposibilita la concreción de análisis y resultados que sigan basándose en clasificaciones expresadas en compartimentos estancos entre los diversos tipos de producciones culturales.

Por el contrario, lo característico se manifiesta en la internacionalización de los valores simbólicos, que con la consolidación de la cultura de masas unifica el consumo e impregna cualquier especie de producción cultural, trasladándose el eje del debate para encontrar modelos acorde a los conflictos actuales, emergentes formas comunicacionales y estéticas y nuevas relaciones sociales.

Es así, que en este proceso de homogeneización de la cultura, cumplen un rol fundamental los medios masivos y las nuevas tecnologías que diluyen o reafirman según los casos, las identidades culturales y convierten el planeta en un solo mercado mundial tendiendo a conformar la existencia de públicos cada vez mas homogéneos pero simultáneamente cada vez mas fragmentados.

La pluralidad como concepto, deja lugar a la "desterritorialización" y a la hibridación, resultando cada vez más dificultoso, encontrar naciones, comunidades o grupos sociales donde lo cultural aparezca en "estado puro" y no contaminado. Así la "hibridez" como categoría se universaliza, el descoleccionamiento se torna cotidiano y supera la clasificación, el arte culto se mixtura con lo masivo, lo popular se nutre de la cultura de masas, la publicidad tiñe la estética popular y así sucesivamente es posible seguir desagregando, relacionando e integrando manifestaciones culturales de diversa índole y procedencias.

De esta forma, lo elitista, lo popular y lo masivo como categorías resultan en la actualidad insuficientes para clasificar fenómenos culturales y artísticos. Nuevas contradicciones aparecen y lo que años atrás pareció relativamente fácil de ser identificable, hoy se expresa en el vaciamiento de matrices teóricas incapaces de dar cuenta del campo cultural y también del estético.

No significa esto la desaparición de producciones culturales elitistas, populares y masivas, que siguen existiendo pero transformándose, desarrollando formas diferentes y adoptando como principal característica la interrelación cada vez mayor que existe entre ellas.

En estas condiciones, el interrogante consiste en saber que parámetros permiten aproximar, aunque no de manera tajante y sí provisoria y operativamente, pautas en el conocimiento de los fenómenos culturales y en especial de la cultura popular, resurgiendo con mas fuerza los estudios sobre la circulación y el consumo cultural.

Partiendo de las concepciones por las cuales la cultura se estructura como un "lugar" en el que diferentes fuerzas sociales pugnan por establecer valores hegemónicos, marcando la coexistencia de producciones culturales que responden a esquemas simbólicos y lógicos distintos, unos correspondientes al "arbitrario cultural dominante" y otros que derivan de la producción realizada por otros sectores, lo instituido, lo oficial, tiene su contrapartida en la complementariedad y en la variedad de expresiones, que incluyen también al mercado y al Estado mismo y coexisten tanto reproduciendo como deslegitimando lo aceptado y normativizado.

Esta relación se constituye como dinámica al expresar la variedad y heterogeneidad en la que se inscriben las manifestaciones y en la cual la dualidad dominación-resistencia continúa, pero inscribiendo nuevas y cambiantes formas de relacionamiento en los actores sociales.

De esta manera, se hace posible quebrar la concepción de lo popular como algo puramente estático, por la cual se privilegian el origen y la recepción, para encontrar las acciones sociales y políticas que confluyen en prácticas culturales. Es desde aquí, que la

lectura de lo popular ya no es solo impugnadora, sino que posee también componentes claramente reproductores del sistema.

Así como la existencia de una cultura hegemónica excede la cuestión de la pertenencia a un sector social o la instauración de un proyecto de dominación, lo subalterno se nutre de lo dominante, de lo masivo y de lo popular, pero justamente por no estar instituido, la puja por apropiarse de mecanismos que le permitan satisfacer sus demandas y requerimientos sociales, determina a las clases populares a producir cultura y arte en relación a su cotidianeidad, donde lo útil, lo placentero y la solidaridad social conforman valores que intervienen en la construcción de estas formas, pero donde también se encuentran presentes y en proporción relevante, lo lúdico, lo creativo, el goce y el placer estético.

Es la actual, una cultura popular que lleva marcas o huellas de las reivindicaciones sectoriales, pero reproductora de modelos económicos sociales vigentes. De orígenes campesinos o rurales, pero asentadas en enormes megalópolis. Cultura que reproduce iconografías del arte culto pero incorpora imágenes tradicionales y folklóricas. Originada en tradiciones populares pero resemantizadas y apropiadas con otros fines por la industria cultural, los medios masivos y las nuevas tecnologías.

Esta mixtura de fenómenos entrecruzados lleva a otra cuestión y es la referente a cual es el espacio que permita aprehender la cultura popular en toda su dimensión, o por lo menos gran parte. La respuesta quizás sea, centrar el análisis en los grupos y movimientos sociales como agentes que cada vez mas reconstruyen el espacio de lo público y producen manifestaciones culturales en lo que lo popular de una u otra forma, es inherente a estos movimientos.

Estos movimientos sociales, urbanos o rurales, organizados o, no deben ser entendidos solo como instituciones políticas, con objetivos permanentes y meramente reivindicatorios que reemplazan a perimidas estructuras políticas como los partidos y sindicatos, ni son tampoco, el espacio donde exclusivamente producen una gran cantidad de acciones políticas o sociales. Los nuevos movimientos se inscriben en el mapa social como entidades transitorias que receptionan y donde se cristalizan variadas demandas sociales, pero en un contexto en donde lo estético se vuelve determinante y donde se recrea lo público, de modo no conflictivo en cierto modo, pero si desestructurante en otro.

Los "graffitis", expresión ya clásica de la cultura popular, que trasciende las fronteras y se instala tanto en Madrid, Buenos Aires, Nueva York y Río de Janeiro, incluyen los conceptos vertidos anteriormente. En sincronía con otras manifestaciones de la videocultura, las modas y lo elitista, en cada uno de las ciudades mencionadas (por citar solo algunas), los jóvenes, considerados como un grupo social, al pintar "graffitis", entendidos como una práctica socioestética popular, evidencian una identidad propia, con sesgos localistas y a la vez mundial, planteando reivindicaciones concretas, ("abajo la mili" en Madrid, "no al servicio militar obligatorio" en Buenos Aires) se desterritorializan, se vuelven universales. Pero también, en cada uno de los sitios, las diferencias específicas persisten, las estéticas varían y se parecen, las problemáticas adquieren dimensiones diferentes y potencializan la aparición de subculturas under o marginales.

Así, la sociedad civil debe entenderse desde una perspectiva que ya no es solo la de los personajes, la de los sujetos, sino a través de "signos" que expresan la conflictividad de

las relaciones sociales, donde la teatralización de la vida cotidiana y la puesta en escena de estéticas devienen de la cultura global.

Grupos, movimientos y Ong's son espacios privilegiados para observar manifestaciones de diversa índole de la cultura popular. Prácticas estético-políticas, culturas políticas de la participación, producciones lúdicas, aparentan una arbitrariedad de sentido que no es tal y que se expresa en la apropiación de símbolos y técnicas que des y recontextualizan y en la construcción de formas simbólicas y materiales que deben leerse en la clave de una nueva lógica tanto estética como social.

Subculturas, alternativas y marginadas, autoexcluidas o integradas, manifestaciones reivindicatorias o el mero consumo televisivo, contraculturas y arte indígena, se atraviesan en continuo movimiento, resultando en una dinámica en la que la cultura popular también se reconstruye y deconstruye a cada instante.

Como en el registro de una foto, es el "momento" en el cual lo popular se produce y aparece, para inmediatamente desaparecer o convertirse. Establecer un fenómeno cultural como popular, implica tener presente, que puede partir de una demanda concreta de un grupo underground, pero luego podrá convertirse en un producto de masas, ser apropiado por el diseño o incorporarse al imaginario de la elite, pudiendo suceder exactamente en forma inversa. Un hecho cultural que es popular en un país o en una comunidad determinada, no necesariamente será el mismo en otro. Ejemplos sobran, pero alcanza con mencionar el rock, con la connotación que obtuvo en las décadas del '50 y los '60 y el rock hoy, o las artesanías urbanas a mitad de camino entre la tradición y la modernidad, con iconos "étnicos", pero insertas en el mercado capitalista. Quizás también la música clásica y el ballet convertidos en la actualidad en espectáculos multitudinarios o las nuevas tecnologías y la utilización de éstas por sectores sociales minoritarios, puedan ser vistos como expresiones populares.

Definir la cultura popular, es en la actualidad mas que una suma de categorías, un cúmulo de problemas e inquietudes donde lo específico pierde peso y deja lugar a instancias concretas y particulares y donde lo interesante es centrarse entonces, en indagar acerca de estas manifestaciones y no en la posibilidad de una acabada categorización y construcción tipológica.

BIBLIOGRAFIA

Bolleme, G. *Significados culturales de lo "popular"*. Grijalbo. México. 1990.

Bourdieu, P. *La distinción*. Taurus. Madrid. 1988.

Flores Ballesteros, E. "Pasen y vean: arte popular". En *Rev. Encrucijadas*. Núm. 1. UBA. Buenos Aires. 1994.

García Canclini, N. *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen. México. 1982.

. *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Sudamericana. Buenos Aires. 1992.

Grignon, C. y Passeron, J. *Lo culto y lo popular: miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Nueva Visión. Buenos Aires. 1991.

Martin-Barbero, J. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. G. Gilli. Barcelona. 1987.

Mc Guigan, J. *Cultural Populism*. Routledge. Londres. 1992.

Rodrigues Brandao, C. *A cultura na rua*. Papirus. San Pablo. 1989.

Zukin, S. *The cultures of cities*. Blackwell. USA. 1998.

FUENTE: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/cultura_popular.htm

PROPON ALGUNOS TEXTOS:

.....

.....

.....

ELABORA TU ESQUEMA EN BASE A LOS TEXTOS

"Todo acto o voz genial viene del pueblo y va hacia él" C. Vallejo

El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales The return of popular culture in the Social Sciences

Gilberto Giménez*

* Investigador Titular del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. SNI

Resumen

El presente artículo cuestiona la invisibilización de las culturas populares en las ciencias sociales latinoamericanas, y se pregunta cómo se puede recuperar la noción de pueblo como sujeto sociológico y político. Para ello se replantea esta noción desde una teoría de las clases sociales, revisitando la tradición que va de Gramsci a Bourdieu. En cuanto a la situación de las clases populares en nuestros días, se reconoce un desplazamiento del centro de gravedad de las clases populares, que ha pasado de los obreros a los empleados. Las culturas populares se definen aquí en primera instancia, no por su contenido, sino por sus portadores —las clases populares— y por el tipo de código que utilizan de modo general, siguiendo una propuesta de Basil Bernstein. Finalmente, el artículo subraya el papel central que desempeñan actualmente los medios masivos en la configuración de las culturas populares, introduciendo una trilogía que distingue entre cultura popular tradicional (o tradiciones populares), cultura popular "expropiada" (la cultura de masas a nivel de emisión o de propuesta), y cultura popular "excorporada" (los usos o "modos de hacer con" los productos de la cultura de masas a nivel de recepción).

Palabras clave: clases sociales, pueblo, cultura popular, cultura masiva, cultura excorporada.

Introducción: El cuestionamiento de las fronteras culturales: la "invisibilización" de la cultura popular

El posmodernismo académico se ha empeñado en diluir las fronteras entre lo culto, lo masivo y lo popular. Así, las sociedades "posmodernas" tendrían como característica la generalización de la *middle class* y la abolición de diferencias cualitativas dentro de una cultura hoy virtualmente "estandarizada" por los *mass-media*. Estaríamos presenciando, en consecuencia, la muerte de las culturas populares y, particularmente, de las culturas étnicas y campesinas tradicionales así como también la de la cultura obrera.

Así, según Néstor García Canclini (1989) la posmodernidad comporta la "hibridación" y la desterritorialización de todas las culturas y, por extensión lógica, de todos los discursos, de modo que pierde sentido la distinción entre lo culto, lo masivo y lo popular.

Otro argumento que suele esgrimirse para diluir las fronteras culturales entre lo culto y lo popular es la hipótesis del eclecticismo creciente de los gustos de las clases superiores. Se trata de la hipótesis "Omnívoro / Unívoro", presentada inicialmente por Peterson y Simkus (1992) en los EE.UU. a raíz de una investigación sobre gustos musicales, y recogida con entusiasmo por Zigmunt Baumann en su reciente libro *La cultura en la modernidad líquida* (2013).

Pero en los años recientes se ha producido una fuerte reacción contra esta "invisibilización" de las culturas populares y, por implicación lógica, de las clases sociales, no sólo en América Latina, sino también en los países europeos y, particularmente, en Inglaterra. En Argentina, autores como Pablo Alabarces (2012) han subrayado el resurgimiento de la categoría "pueblo" y de sus problemas, en una recuperación interdisciplinaria a la vez antropológica y sociológica que circula por las teorías de la comunicación y la teoría política, todo ello relacionado con el "giro a la izquierda" de las sociedades latinoamericanas. Y en el Brasil, un gran exponente de la geografía cultural, Rogério Haesbaert (2013), ha pulverizado el mito posmoderno de la "desterritorialización" contraponiéndole justamente la tesis opuesta: la multiterritorialidad y la diseminación de las culturas populares a través los territorios-redes contruidos por las migraciones internacionales y la globalización. Finalmente, la muy reciente encuesta nacional organizada por el Laboratorio científico de la BBC y coordinada por Mike Savage *et. al.* (2013) sobre la estructura de clases en Gran Bretaña, basada en la teoría de Pierre Bourdieu, constituye un buen testimonio del redescubrimiento de las clases sociales en el ámbito europeo, a raíz del empobrecimiento masivo y casi repentino de grandes masas de su población generado por la crisis económica y financiera que asola a toda la región, con su enorme secuela de conflictos sociales.

1. Cultura

El tópico escogido en esta presentación nos impone comenzar por una definición sumaria de la cultura, en general. Entendemos por tal *la organización social de significados compartidos y relativamente duraderos, que permiten construir identidades y sirven para orientar y dar sentido a la acción.*

Si quisiéramos subrayar la referencia etimológica a su analogante principal, la agricultura, podríamos decir que la cultura es la acción, el proceso y el efecto de "cultivar" simbólicamente la naturaleza interior y exterior de la especie humana, haciéndola fructificar en complejos sistemas de signos que organizan, modelan y confieren sentido a la totalidad de las prácticas sociales.

El concepto de cultura, como muchos otros conceptos de las ciencias sociales, es un *concepto construido*. Por eso se han elaborado diferentes definiciones de la cultura, en consonancia con los intereses de los investigadores y con el tipo de fenómenos que se pretende analizar, aunque la definición dominante sigue siendo la que destaca su dimensión simbólica, como la elaborada por Clifford Geertz (1962: 20 y ss.)

Según la mayoría de los autores, la configuración de los significados culturales es arbitraria (Bourdieu habla de "arbitrarios culturales"). Pero otros autores, como Jacques Demorgon 2010: 55 y ss.) afirman que los significados culturales son también motivados, porque *son respuestas adaptativas a las exigencias del entorno físico, ecológico y social.*

A nivel de individuos y de grupos, las configuraciones culturales se viven y se internalizan como *habitus*, es decir, en forma de esquemas (en gran parte no conscientes y siempre aprendidos) de percepción, de apreciación y de acción. (Bourdieu, 1972: 174 ss.)

La cultura así entendida es generadora de identidades y alteridades. Además, las culturas observables no sólo son plurales y diversas, sino que también están sometidas a procesos contradictorios de convergencia y polarización. Ambos procesos se han acelerado e intensificado con la globalización cultural, que comporta la copresencia interactiva de todas las culturas.

"Todo acto o voz genial viene del pueblo y va hacia él" C. Vallejo

Los procesos de convergencia han sido interpretados a través del concepto de *interculturación*, definida por Jacques Demorgeon, (2005: 78) como "entrecruzamiento de aculturaciones recíprocas" que implican cambios significativos en mayor o menor grado entre las culturas en contacto. Sus modalidades principales son: la ósmosis, la hibridación o mestizaje, la transferencia, el injerto, la articulación y la crasis. Pero la modalidad principal suele ser, a nivel macro, la *articulación* mediante un elemento transcultural común (un ideal, un valor, un estilo de consumo basado en la economía y en la tecnología modernas), que permite a los actores de diferentes culturas aceptarse como partes de un mismo conjunto. *Pero nunca ha de olvidarse que las culturas así articuladas a escala mundial son culturas desiguales y jerarquizadas, es decir, se trata de una totalidad simbólica constituida por culturas dominantes y culturas dominadas.*

Pero las culturas no sólo convergen entre sí, sino que también se polarizan generando conflictos, repliegues y resistencias, - como es el caso de lo que Boaventura de Souza Santos (2010) denomina "cosmopolitismo insurgente"-, de los repliegues fundamentalistas y de otras formas de resistencia organizadas a escala transnacional e incluso mundial.

2. Cultura popular

Combinando la tradición demológica italiana con la concepción simbólica de la cultura, entendemos provisoriamente por cultura popular

... las configuraciones y procesos simbólicos que tienen por soporte al pueblo —es decir, al conjunto de las clases subalternas de la sociedad—, producidos en interacción constante con la cultura de las clases dominantes y con la cultura de masas, y que sobre todo en sus dimensiones más expresivas se caracterizan por la escasa elaboración de sus códigos.

Esta definición preliminar nos obliga a desarrollar los siguientes conceptos: pueblo / popular, clases sociales, códigos culturales, interacción o circulación cultural, y la relación entre cultura masiva y cultura popular.

2.1. Pueblo / popular

¿Qué es lo popular y cómo refundar el pueblo como sujeto sociológico y político? Porque la noción de pueblo es radicalmente ambigua y polivalente. Puede significar toda la población de un país, el estrato más pobre de la población, o el conjunto de la población trabajadora, incluyendo en ella los pequeños propietarios rurales y urbanos.

En un texto clásico, Pierre Bourdieu (1983) afirma que "pueblo" y "lo popular" son conceptos de "geometría variable". Para evitar toda ambigüedad y confusión a este respecto, adoptamos la definición de Gramsci, quien entiende por "pueblo" *el conjunto de las clases subalternas e instrumentales* de la sociedad, por oposición a la clase hegemónica. Como sabemos, la idea de "subalternidad" remite en Gramsci a la condición de subordinación y de dependencia económica, política y cultural de las clases populares.

Concluimos, entonces, con Pablo Alabarces (2012), que no existe algo que podamos llamar "pueblo", ni "lo popular" como adjetivo esencialista. Lo que existe en toda sociedad de clases es la dominación, y esa dominación implica la dimensión del que domina y de lo dominado, de lo hegemónico y de lo subalterno. Eso es lo popular: una dimensión simbólica de la cultura que designa lo dominado.

En esta perspectiva, el concepto de "pueblo" es un concepto construido por referencia a una teoría de las clases sociales, y ya no un concepto vago y ambiguo recogido del caudal de "representaciones confusas" y de "dicotomías míticas elaboradas por los actores sociales en su lucha por el conocimiento ordinario del mundo social", como dice Bourdieu.

2.2. Clases sociales

¿Pero por qué recurrimos a la teoría de las clases sociales para definir lo popular? Porque la noción de "clases populares" constituye una categoría heurística para entender la posición dominada que ocupan los individuos y los grupos en nuestras sociedades contemporáneas. Y, sobre todo, porque nos incita a concebir el espacio social, no como un *continuum*, sino en términos de discontinuidades y conflictos en torno a la apropiación de las riquezas sociales. En efecto, hay dos maneras de representar la desigualdad social (que nadie niega): 1) la representación en términos de un *continuum*, según un esquema de gradación; 2) y la representación en términos de clases discretas, según un esquema de dependencia.

Los esquemas de gradación ordenan sistemáticamente a todos los individuos, desde los más desprovistos de recursos hasta los más opulentos, según un principio de orden que generalmente es único: v.g., la renta o los ingresos económicos. Aquí entran las llamadas teorías de la estratificación social, muy frecuentada por la sociología desarrollista norteamericana en los años 1960 y 1970.

En el polo opuesto figuran los esquemas de dependencia, que conciben la sociedad como un conjunto limitado de grupos. Pueden existir un conjunto de relaciones (por ejemplo, de dependencia) entre estos grupos, pero no se puede establecer una jerarquización *continua* entre los mismos. Las relaciones pueden ser de "dependencia unilateral" o de "dependencia recíproca". Aquí entra la teoría de las clases sociales.

Existen diferentes conceptualizaciones de las clases sociales en los clásicos. Los más influyentes han sido las de Marx y Max Weber.

Para Marx (2005; 1975; [1885]) las clases sociales remiten a la base económica (o infraestructura) de la sociedad, y se definen por la posición que ocupan los individuos y los grupos sociales en las relaciones de producción, en el marco de los diversos modos de producción que se han sucedido en la historia de la humanidad. Pero Marx introduce también una distinción entre "clases en sí", definidas objetivamente por su posición en la trama de las relaciones sociales, y "clases para sí", que designan a la clase como consciente de su existencia y de sus intereses. Por ejemplo, los campesinos constituyen para Marx una clase social por posición, pero carecen de conciencia de clase (son como "una bolsa de papas").

En su obra *Economía y sociedad* (1944, vol. I: 170 ss.) Weber se interesa en las formas de agrupamiento que se puede encontrar en las sociedades. Allí consagra dos de los capítulos introductorios a los agrupamientos fundados en el interés material, por un lado, y en la autoridad, por otro. Un tercer principio está menos explicitado, pero también está presente en *Economía y Sociedad*: el de *órdenes*.

Los órdenes son grupos de individuos que logran obtener una "consideración particular" por parte de los otros en virtud del reconocimiento de su prestigio y honor. Se trata de verdaderos "grupos de *status*", cuya existencia es ampliamente reconocida y a los que los miembros tienen conciencia de pertenecer. Ejemplo: la nobleza en las sociedades del "*anden régimen*".

En resumen, la posición de Weber pone de relieve la idea de multidimensionalidad" correspondiente a la trilogía: recursos / prestigio / poder.

Pero existe la posibilidad de integrar las dos perspectivas sugeridas por Weber, para construir esquemas de dependencia. Las "clases sociales" se definirían entonces por la combinación entre una posición en el sistema económico y la pertenencia a un grupo de *status*. Esta es, más o menos, la posición adoptada por Pierre Bourdieu, para quien las clases sociales se definen por la distribución diferenciada y combinada del capital económico y del capital cultural entre los agentes sociales. De esta manera Bourdieu nos presenta una visión espacial de la sociedad, por oposición a las representaciones tradicionales de la jerarquía social fundadas en una visión piramidal de la misma.

En *La distinción* (1988: 257 ss.), Bourdieu expone las especificidades de las diferentes clases sociales. A partir de las categorías socio-profesionales elaboradas por el INSEE y las encuestas elaboradas por el autor, es posible dividir el espacio social en tres clases:

- 1) Las clases dominantes o superiores, que se caracterizan por la importancia del volumen de su capital.
- 2) La pequeña burguesía, que se caracteriza por su voluntad de ascenso social, y que se subdivide en varias fracciones: pequeña burguesía en declinación, pequeña burguesía de ejecución y pequeña burguesía nueva.
- 3) Las clases populares, que se caracterizan por su desposesión: situadas en lo bajo del espacio social, se definen por su carencia casi total de capital, bajo cualquiera de sus formas. Están condenadas a la "elección de lo necesario". El valor que funda la unidad del grupo es el de la virilidad: muchas de sus prácticas y representaciones se explican por ella. Su unidad se funda también en la aceptación de la dominación. Puede ser introducida una distinción secundaria entre los obreros y los pequeños agricultores, por un lado, y los pequeños asalariados (personal de servicio y asalariados agrícolas), por otro.

Esta caracterización de las clases populares por su carencia de capital y por su distancia de las clases dominantes ha sido muy criticada. Según Grignon y Passeron (1989), se trata de una concepción miserabilista de las clases populares. Se le reprocha principalmente el no dejar espacio alguno a la iniciativa histórica a las clases populares o a las clases medias populares.

De todos modos, el esquema general de Bourdieu sigue siendo válido, como lo demuestra su operacionalización en términos estadísticos por algunos sociólogos franceses e ingleses, como Paul Bouffartigue (2004), Mike Savage y Fiona Devine (2013), entre otros. Así, la reciente Gran Encuesta sobre las clases sociales en Gran Bretaña (Great British Class Survey Experiment), organizada por el Laboratorio científico de la BBC de Londres y coordinada por los dos últimos autores *et al.*, toman por base la teoría de los tres capitales (económico, social y cultural) de Bourdieu y distinguen seis clases: la elite (6 %), la clase media establecida (25%), la clase media técnica (6 %), los nuevos trabajadores acomodados (15 %), la clase obrera tradicional (14 %), los trabajadores emergentes del sector servicios (19 %) y el precariado (15 %).¹

2.3. Las clases populares hoy

El problema que ahora se nos plantea es cómo definir y circunscribir empíricamente las "clases populares".

En la sociología francesa actual (Alonzo y Huguée, 2010; Wieviorka, 2012), hay una gran variedad de respuestas. Pero en general, se coincide en los siguientes puntos:

- 1) Las clases populares se definen como grupos *subalternos* que se encuentran en posición de dependencia económica (Henri Rey, 2006).
- 2) Como toda clase, las clases populares tienen que definirse relacionamente por su diferencia o por su posición antagónica con las clases dominantes.
- 3) En general, los investigadores utilizan criterios multidimensionales, y no sólo económicos en la definición de las clases populares, de modo semejante a Bourdieu. Así, Olivier Schwartz (1997) combina 4 criterios para definir los grupos situados en "posición modesta": bienes económicos; nivel de conocimientos; grado de evaluación simbólica (reconocimiento); integración social.

Sobre esta base, el politólogo Henri Rey (2006), entre otros, considera que las clases populares están constituidas fundamentalmente por obreros, empleados (los más numerosos), y los trabajadores independientes de la agricultura, del comercio y del artesanado. Pero esta enumeración deja fuera del cuadro a los excluidos y, por razones obvias, a las etnias indígenas que en México y en América Latina constituyen la fracción más entrañable de las clases populares.

Una última coincidencia: la idea de que se ha producido un *desplazamiento del centro de gravedad de las clases populares, pasando de los obreros a los empleados*, cuyos efectivos han crecido exponencialmente por efecto de la "salarización de las mujeres desde los años 1960, y de la prolongación y masificación escolar".

En efecto, históricamente la clase obrera era considerada como el corazón y núcleo duro de las clases populares, y a la vez como una categoría distinta de los empleados. Pero actualmente esta clase no sólo sufre una importante baja demográfica, sino que también ha dejado de ser mayoritariamente industrial, para convertirse en un nuevo conjunto social cuyos empleos más frecuentes se encuentran en el comercio, en los servicios mercantiles y no mercantiles, y en los transportes. Es decir, disminuyen en número los obreros industriales y aumentan los obreros que trabajan en empresas de servicios mercantiles y en la industria ligera, haciendo tareas de reparaciones, de seguridad, de limpieza, de mantenimiento, de entrega de mercancías a clientes; así como los que trabajan en comunicaciones y transporte. En otras palabras, la clase obrera se ha fragmentado y ha perdido visibilidad.

En cambio, después de 1960, el desarrollo de los servicios y la feminización de la población (económicamente) activa, hicieron pasar a la categoría de los empleados al primer rango de las categorías socio-profesionales desde el punto de vista de los efectivos. De este modo se puede decir que las evoluciones recientes del trabajo (primado de los servicios), acercan los obreros a los empleados, debido a la similitud de sus condiciones de trabajo.

Pero hay que advertir que el mundo de los empleados y de los obreros no es uniforme: tiene su "aristocracia" y sus "proletarios". Por ejemplo, los empleados de bancos y de seguros, y los obreros estabilizados y de pleno empleo constituyen la "fracción aristocrática"; mientras que los obreros con trabajos precarios y los empleados no calificados constituyen la fracción más "proletaria". Por supuesto que los "proletarios" —el "proletariado de servicios"— son los más ligados a las clases populares.

En el caso de México y de América Latina, tenemos que investigar si estas tendencias de recomposición de las clases populares también se verifican. Y sobre todo tenemos que enriquecer el cuadro introduciendo a las etnias indígenas —no consideradas

por razones obvias por los sociólogos europeos— que por sí solo representan casi la tercera parte del campesinado en México, y que objetivamente también pertenecen a las clases subalternas, aunque subjetivamente no se identifiquen como tales (cf. clases en sí / para sí).

3. Códigos culturales

Las culturas populares se definen por sus portadores —a los que acabamos de referirnos—, pero también, en sus dimensiones más expresivas, por la escasa elaboración de sus códigos, lo que las hace accesibles y transparentes para todo público. Cuando hablamos de "dimensiones más expresivas" nos estamos refiriendo a la distinción analítica —introducida por Robert Wuthnow (*Meaning and Moral Order*, 1987)— entre prácticas expresivas y prácticas instrumentales como polos de un *continuum*.

Estamos presuponiendo aquí que las culturas populares no pueden ser definidas por su contenido, ya que no existen contenidos esencialmente populares. Esto nos ahorra todo el debate sobre el contenido original o prestado, reaccionario o progresista, noble o degradado, híbrido o puro de las culturas populares. Pero los códigos que se utilizan para generar esos contenidos tienen una característica común: generalmente son "códigos restringidos", de fácil acceso para todos, y no "códigos elaborados", como los que se utilizan en la "alta cultura", principalmente en el campo de las bellas artes.

La distinción entre "códigos elaborados" y "códigos restringidos" fue aplicada inicialmente por el socio-lingüista británico Basil Bernstein (1973; 1975) al ámbito del lenguaje, a raíz de la observación del uso diferenciado del idioma por niños de la clase trabajadora y niños de clase media educada en una misma escuela.

Según este autor, el "código restringido" en el uso del idioma se caracteriza por un vocabulario más reducido, una sintaxis más simple y elemental, y una gran cantidad de sobreentendidos. Por el contrario, el "código elaborado" se caracteriza por ser más explícito, por su vocabulario más amplio y por su sintaxis más compleja.

Bernstein sugiere que los códigos elaborados se adquieren a través del entrenamiento formal (educación superior), e implica que los más educados (generalmente la clase media alta) es capaz de utilizar ambos códigos cuando surge la necesidad. Esto no ocurre con los menos educados, como los miembros de la clase obrera ("privilegio de asimetría").

En los años 1970, las tesis de Bernstein fueron ampliadas para aplicarlas a todo el campo de la cultura, no sin controversias, pero con un ligero cambio de terminología: en lugar de hablar de "códigos restringidos", se habla ahora de "estilos subculturales", para evitar la connotación negativa que parece implicar el primer sintagma.

La noción de código implica, por un lado, la de convención o acuerdo social, y por otro, la de un sistema regido por reglas de interacción comunicativa.

La comunicóloga británica Wendy Leeds-Hurwitz (1993: 51) lo define como "repertorio de signos, incluidas las reglas de su organización y de su uso". Según ella, existen códigos lingüísticos, filosóficos, estéticos y sociales. A nosotros sólo nos incumben los códigos sociales, que son códigos polisémicos, connotativos, analógicos, convencionales o nuevos, descodificados por convención, y con una relación dinámica entre estabilidad y cambio.

Según el comunicólogo inglés John Fiske (1990: 70 ss.), algunas características de los códigos restringidos son las siguientes:

1) A nivel de discurso, el código restringido tiene un vocabulario más reducido y una sintaxis más simple. Además, el código restringido tiende a ser oral y, por lo mismo, más próximo al código representacional e indicial de la comunicación verbal. En cambio, el código elaborado puede ser oral o escrito, y por lo tanto está más cercano a los mensajes representacionales simbólicos.

2) El código restringido tiende a ser redundante: sus mensajes son altamente predecibles y frecuentemente desempeña la función fática, antes que la función referencial. El elaborado es más entrópico, difícilmente predecible y más capaz de la función referencial.

3) Los códigos restringidos dependen de la experiencia cultural; los elaborados de la educación formal y del entrenamiento, ya que tienen que ser aprendidos.

4) El grado de elaboración de los códigos culturales no implica por sí mismo una jerarquía de valores. Pero en nuestra sociedad clasista, de hecho se valora más los códigos elaborados, como ocurre, por ejemplo, en la enseñanza escolar.

En lo que llamamos "bellas artes" sólo se emplean códigos altamente elaborados y a veces muy sofisticados. Así, por ejemplo, el ballet es una danza elaborada con una compleja estructura que requiere educación formal y entrenamiento; en cambio, un baile en discoteca responde a un código restringido y requiere experiencia social y comunitaria, antes que entrenamiento formal. Las novelas literarias y las poesías cultas se basan en códigos elaborados. El relato folklórico y los corridos populares, en cambio, responden a códigos restringidos.

En resumen, las formas de arte socialmente valoradas son todas ellas altamente elaboradas, por oposición a las llamadas "artes menores" de la cultura popular.

Finalmente, la clase media educada puede variar de código a voluntad, debido a lo que más adelante llamaremos "privilegio de asimetría". En cambio, las clases populares, como la clase obrera, están condenadas a emplear sólo códigos restringidos, debido a su déficit de capital cultural y escolar.

En conclusión: una de las funciones de los códigos culturales es marcar indicialmente la pertenencia a un grupo social y, particularmente, la pertenencia a diferentes clases, como ya lo había señalado Pierre Bourdieu en su libro *La distinción*, al hablar de los diferentes gustos como "marcadores de clase".

En el campo de la cultura popular, los códigos restringidos (o subculturales) comprenden, entre otros, el código realista (una de cuyas especies es el llamado código melodramático), los códigos agonísticos (boxeo, lucha libre...), los códigos de los juegos aleatorios (bingo, lotería, juegos de azar...) y los códigos lúdicos (entretenimientos...), entre otros. Todos estos códigos son altamente recurrentes en lo que más tarde llamaremos culturas populares tradicionales o tradiciones populares.

4. Interacción o circularidad entre cultura hegemónica y culturas populares

"Todo acto o voz genial viene del pueblo y va hacia él" C. Vallejo

Consignamos en nuestra definición inicial que las culturas populares no pueden ser estudiadas aisladamente, sin tomar en cuenta su condición dominada, ya que sus procesos simbólicos son producidos en interacción constante —de carácter antagónico o transaccional— con la cultura dominante.

Esto quiere decir que no debemos concebir la relación entre ambas formas de cultura a la manera de dos bloques homogéneos y recíprocamente hostiles, enfrascados en una permanente lucha de trincheras. Recordemos aquí la famosa tesis de Lombardi Satriani (1975), que atribuye una virtud casi naturalmente impugnativa a las culturas subalternas, llegando incluso a precisar toda una escala de sutiles formas de impugnación (impugnación implícita por posición, resistencia mecánica y pasiva, impugnación activa y explícita, etc.)

Se trata, en todo caso, de un dualismo sumario y empobrecedor, que por una parte oculta la pluralidad, la heterogeneidad y la historicidad de los polos contrapuestos, y por otra elimina del campo visual toda la dinámica de las situaciones intermedias, como las hibridaciones y las interpenetraciones, que a veces se encarnan en los llamados "intermediarios culturales".

Algunos investigadores han detectado con frecuencia que la resistencia popular emerge a veces, no en una especie de cara a cara, sino en los lugares mismos de la dominación. Hay, por ejemplo, efectos de lo popular en el lenguaje político dominante, lugares donde se interpenetran contradictoriamente las "lógicas" de lo popular y las formas hegemónicas de la clase dominante; hay emergencias del discurso popular ilegítimo en los lugares institucionales destinados sólo al discurso legítimo y a las buenas maneras.

Ya Alberto Cirese (1976) había corregido esa visión distorsionada de las cosas, introduciendo el concepto de "circulación cultural" entre los diversos niveles de la cultura, que implica préstamos recíprocos de elementos culturales entre culturas elitistas y culturas subalternas, con o sin cambio de sus respectivos códigos (cf. La distinción entre "asimilación" y "apropiación" en Wendy Leeds (1993: 168).

Hoy hablaríamos más bien de interculturación (disimétrica) entre grupos o segmentos culturales en contacto, uno de los cuales se encuentra en posición dominante.

En cuanto al carácter impugnativo de las culturas populares, tenemos que tomar en cuenta la posición más bien ambigua de estas últimas con respecto al poder y a la cultura de los poderosos. Las culturas populares no siempre son impugnativas, sino en buena parte también se pliegan a los designios de los dominantes. Se puede ejemplificar este punto con el concepto de transacción utilizado por Eduardo Méndez (citado por Néstor García Canclini): ¿Por qué tantas veces — se pregunta — las clases populares apoyan a quienes los oprimen? ¿Cómo explicar que la conducta más frecuente no sea el cuestionamiento, sino la transacción?

Pero aún cuando se manifiestan como culturas explícita y activamente impugnativas, las culturas populares no se encuentran permanentemente movilizadas en actitud de defensa militante. Es decir, toda la alteridad popular no se reduce al cuestionamiento. Más aún, como dice Denys Cuhe (2010: 84), son precisamente los momentos de olvido de la dominación, en los momentos de repliegue sobre sí mismo, cuando las culturas populares son más autónomas y creativas. Los lugares sustraídos a la dominación son múltiples y variados: el paréntesis de los domingos, los trabajos caseros en los tiempos libres (*bricolage*), los lugares y momentos de la sociabilidad entre pares (café, cantinas, juegos, etc.). Es lo que Michel de Certeau llama "cultura ordinaria de la gente ordinaria", es decir, una cultura que se fabrica en lo cotidiano, en las actividades a la vez banales y renovadas de cada día.

5. Culturas populares y cultura de masas

Pero las culturas populares interactúan no sólo con la alta cultura dominante, sino también con la llamada "cultura de masas" o cultura mediática, controlada a su vez por los grupos dominantes. Por lo tanto, ha llegado el momento de clarificar, dentro de lo posible, la relación entre culturas populares y la llamada cultura de masas.

Esta última ha sido definida desde dos perspectivas diferentes: Algunos sociólogos, como Edgard Morin (1962), ponen el acento en el modo de producción de esta cultura, que obedece a los esquemas de producción industrial de masa, por los que se tiende a suplantarse la "creación" por la "producción".

Pero la mayor parte de los autores, y particularmente los comunicólogos, enfatizan más bien el consumo de la cultura producida por los *mass-media*. Y muchos de sus análisis apuntan a la idea de una cierta estandarización o nivelación cultural como resultado de la generalización de los medios de comunicación de masa.

Hay una tesis defendida precisamente por los teóricos de la homogeneización cultural, según la cual en nuestro mundo globalizado *se ha producido la disolución de las culturas populares en la cultura de masas*.

Nosotros resumiremos nuestra posición en torno a la relación entre culturas populares y cultura de masas en las siguientes tesis:

1) Los *mass-media* ya no ofrecen sólo contenidos estandarizados destinados para todo público, como lo hacía en una etapa anterior la televisión. Actualmente, la televisión satelital y la televisión por cable ofrecen programas altamente diversificados, destinados a públicos desigualmente equipados en cuanto a capital cultural y escolar: lo que permite una recepción selectiva, según las clases sociales, de los productos mediáticos.

O dicho de otro modo: el "público" de la televisión no es un público-masa indiferenciado, sino un público inscrito en la estructura de clases, generando selectividad y diferenciación.

Aquí también opera la diferencia entre códigos elaborados y códigos restringidos, así como la cláusula del "privilegio de asimetría" a la que nos referiremos más adelante.

La cultura "a domicilio". Ya se ha comprobado desde hace varias décadas —y no constituye una novedad— el primado que han adquirido los medios audiovisuales, particularmente la televisión, (que se consumen en la esfera privada o doméstica) en detrimento de prácticas más tradicionales como la lectura y la frecuentación de exhibiciones o eventos artísticos (museos, teatro, conciertos, etc., que se consumen en la esfera pública); e incluso en detrimento de las culturas populares tradicionales o étnicas de origen rural.

Pero lo más importante es que esta esfera que hemos llamado privada o doméstica ha llegado a adquirir una preponderancia absoluta sobre la esfera pública en materia de consumo cultural. En efecto, el proceso continuo y creciente de equipamiento de los hogares con aparatos audiovisuales y electrónicos, desde la televisión hasta la computadora y la Internet, ha conducido a

que la mayor parte de nuestras prácticas y consumos culturales se desarrollen hoy en día en el seno del espacio doméstico y su entorno más inmediato. Como observa Olivier Donat (2008: 62), "los contenidos de los media y de las industrias culturales constituyen hoy en día una fuente esencial de informaciones, conocimientos y modelos referenciales que participan activamente en la representación de la realidad: los libros y las películas, pero también las canciones de moda, las series televisadas, las emisiones de 'reality show', los blogs, etc., alimentan permanentemente una especie de supermercado globalizado de bienes simbólicos" que ofrecen nuevos modelos de identidad sobre todo a los adolescentes y a los jóvenes. En resumen, la cultura urbana de nuestros días es fundamentalmente una "cultura a domicilio" que en cuanto tal plantea un nuevo y difícil problema de gestión que reclama una verdadera revolución en materia de políticas culturales.

2) En segundo lugar, es verdad que la cultura de masas no debe enfocarse desde "lo culto", como un empobrecimiento o abaratamiento de la cultura legítima, como creían los representantes de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Walter Benjamin...); sino desde abajo, desde lo popular, como lo propuso en su mejor época el hispano-colombiano Jesús Martín Barbero (1987).

3) En tercer lugar, es verdad que la cultura de masas, en su parte programada para todo público, puede considerarse como una forma de cultura popular, porque funciona integralmente con base en los "códigos restringidos" de la cultura popular, como son el código realista y el melodrama.

Ésta es la tesis sustentada por estudiosos como Nicholas Abercrombie y colegas (1992), quienes sostienen que los códigos de la cultura popular han sido absorbidos y apropiados por la cultura de masas. Pero las clases populares ya no tienen el control de este tipo de producción cultural, sino el "campo del poder", en expresión de Bourdieu, es decir, el poder económico-financiero y el político, a consecuencia de lo cual la "cultura popular" difundida por los *mass-media* resulta "higienizado" y "aseptizado", perdiendo toda su potencialidad crítica. Por eso la cultura mediática puede llamarse con toda propiedad "cultura popular expropiada".

4) Por último, no es verdad que las culturas populares se hayan diluido totalmente en la cultura mediática. Si bien ésta se ha convertido presumiblemente en la principal arena de las prácticas culturales, como afirma Diana Crane (1992), está lejos de haber absorbido la totalidad de las culturas populares. Sobre todo en países como los nuestros, persisten amplias zonas y territorios donde siguen floreciendo y prosperando en forma de "tradiciones culturales locales", al margen de la cultura de masas y fuera de su alcance, como lo demuestra la profusión de las fiestas indígenas y pueblerinas a lo largo y a lo ancho del país. En México, éstas han sido por mucho tiempo el objeto privilegiado de las investigaciones etnográficas y antropológicas.²

¿La cultura y la televisión se oponen?, O cómo superar la definición escolar de la cultura (Maigret, 2012: 130-132)

La experiencia de la comunicación de masas suele considerarse frecuentemente como contradictoria con la de la obra artística. En efecto, en nuestras sociedades occidentales la cultura se define a partir de la intención estética, de la singularidad y de la jerarquía de valores; se supone que ella reagrupa lo que hay de mejor en una cultura (en sentido amplio), mientras que la televisión estaría próxima del mero flujo de imágenes, de la indiferenciación, de la rutina industrial, de la pasividad y del placer inmediato. Apenas podría funcionar como instrumento de democratización cultural si se crearan programas y cadenas específicas (de Arte). Pero este maniqueísmo no resiste más el análisis de la historia de las ideas, así como al estudio de los contenidos de los programas y de las prácticas de los telespectadores. [...] La sobrevaloración de la escritura, - reforzada por el aumento del número de estudiantes y de maestros, por la constitución de una esfera literaria autónoma y por la promoción del Estado como institución racionalizante - condujo a considerar como superiores ciertas formas escritas de la cultura (en su sentido antropológico general), a construir una historia ideal de la literatura amalgamando todos los tipos de producciones escritas de la historia consideradas dignas de figurar en un panteón, y a calcar sobre ella nuestra percepción de otras formas de comunicación (escultura, pintura, etc.). Ahora bien, todo el interés de los trabajos actuales sobre la Grecia antigua radica en que nos demuestran que el modo inicial de composición de la *Ilíada* o de la *Odisea*, obras cruciales en la historia de la literatura, fue oral y no escrito; es decir, improvisado y vinculado a la celebración ritual de la comunidad. Esto permite a la antropóloga Florence Dupont, en su libro *Homero y Dallas* (1990) poner de manifiesto un error etnocéntrico corriente: "lo más irritante, para quien se pasa la vida tratando de reconstituir las culturas de la Antigüedad y de restablecerlas en sus diferencias, es ver a los nuevos humanistas apropiándose de Homero o de Lucrecio para declararlos padres fundadores de su dogma. La impostura es demasiado evidente; los poetas de la Antigüedad no pueden servir de garantía a esos militantes del Espíritu, de la Razón y del Libro... [...] Ya es hora de admitir que nuestra cultura del libro y del monumento no puede apropiarse legítimamente de una cultura de la voz y del acontecimiento.

La televisión como cultura o "cultura mediática"

... La televisión, lejos de ser el anexo vergonzante de nuestra cultura contemporánea, se ha convertido en uno de sus pilares. Medium 'bárdico', según la fórmula de John Fiske y John Hartley, ella se reconecta bajo muchos aspectos con la tradición de la cultura oral si se toma en cuenta sus productos generalmente menospreciados, como son las series que repiten y modifican incesantemente sus relatos como hace el bardo en su relación con sus públicos. Hoy en día, no hay nada más cercano a las estructuras de la *Odisea* que las del folletón *Dallas* según Florence Dupont, quien ha analizado las afinidades entre estas dos obras que, sin embargo, son muy diferentes. Como medium en gran parte relacional (según Dominique Mehl), la televisión es una nueva forma de cultura participativa de la que sus públicos se apropian para animar sus contenidos y darle vida en el intercambio verbal e imaginario de una relación de co-construcción del sentido que puede pasar tanto a través de las ficciones y juegos, como de los *talk-shows*. En situación de democracia, ella presta servicios a un gran número de personas en los intercambios cotidianos, como si fuera una "cultura para el gran público", en relación con la cual cada quien se posicionaría en forma diferente, aunque compartiendo las mismas referencias (Edgard Morin, Dominique Wolton). Para los públicos que más la consumen, generalmente muy alejados de los bienes y servicios culturales tanto en términos de educación, de gustos y de oferta disponible, ella puede servir como puerta de acceso a todas las formas de comunicación bajo la forma de un "all purpose medium" (según la expresión de Denis McQuail), es decir, como "medium para todo propósito" (información, entretenimiento bajo todas sus formas, debates sociales...), que reemplaza al conjunto de otras formas culturales como lo subraya Michel Souchon. En sus dimensiones juveniles y musicales, la televisión puede considerarse como un arte de vivir a la manera del pragmático Richard Shusterman, que considera al rap como ejemplo de una cultura que no separa la expresión artística del

placer corporal. En fin, sería un error olvidarlo, la televisión no es solamente una estética de lo cotidiano. Ella no escapa a la dimensión mensajera (como la de la información, principalmente), ni a la lógica de la obra, en el sentido en que la entiende la ideología del arte por el arte: la lógica de la distinción y de la creación patrimonial que flanquea a la de los flujos en las películas, dibujos animados, series, shows musicales, etc., que privilegian las experiencias innovadoras (desde Prisonnier á Columbo hasta Ally McBeal). Todavía queda por producir la estética de una época y de un medium que, según las afirmaciones pioneras de David Thorburn o de Umberto Eco (1987), mezcla en el seno de las mismas obras técnicas artesanales, cultura oral, estructuras míticas, innovaciones formales, autotelismo, ironía e intertextualidad: en suma, la mayor parte de los modos antiguos y menos antiguos de producir sentido y cultura. Profundamente sincrética y plural, la televisión constituye el prototipo por excelencia de una "cultura mediática", nueva forma de mediación política y estética que no reposa principalmente en una cultura de la jerarquía y en la separación entre arte y comunicación (Maigret, Macé, 2005).

6. La cultura excorporada. La no correspondencia entre la instancia de la producción y la de la recepción

6.1. La noción de recepción

La noción de recepción, surgido del vocabulario técnico, pero disociado de sus connotaciones cibernéticas y behavioristas, es ahora el centro de todos los interrogantes sobre los públicos desde que la escuela literaria alemana de Constanza, liderada por Hans Robert Jauss (1978) y Wolfgang Iser (1976), comenzó a hablar de la "estética de la recepción".

En los años 1970, Jauss opera una ruptura mayor cuando incluye el placer en los modos de lectura de una obra (insertando la literatura en el ámbito de lo cotidiano), y evoca la idea de un encuentro entre el horizonte de expectativas del texto (sus exigencias estilísticas propias) y el horizonte personal del lector (su universo individual y social).

De esta manera desacraliza la literatura inscribiéndola en el campo de la comunicación y del diálogo, como lo estaba haciendo en ese mismo momento Bajtin y la estética de Umberto Eco.

Esto explica su fuerte influencia sobre el análisis literario clásico, sobre el estudio de las prácticas de lectura y sobre la sociología del arte y de la cultura. En efecto, después de Jauss, numerosos investigadores interesados en los lectores, los auditorios y los frecuentadores de museos siguen sus pasos y lo prolongan, extrayendo de su obra múltiples modelos interpretativos.

Pero la escuela de Constanza sólo constituye una fuente de inspiración, porque su aplicación se reduce al ámbito literario y porque tiene un límite: la ausencia de teorización de las relaciones sociales.

6.2. Michel de Certeau y la cuestión de la recepción

En la actualidad, la recepción es un campo empírico dentro del cual se inscriben numerosas corrientes de investigación que comparten por lo menos los siguientes postulados:

- 1) la presencia en un espectáculo visual, la escucha audiovisual o la lectura no pueden reducirse a un simple consumo de bienes dotados de propiedades objetivas, que ejercerían efectos unívocos sobre sus respectivos públicos o receptores;
- 2) se requiere analizar los discursos de los usuarios y de los receptores sobre sus prácticas, para poner al descubierto la diversidad de sus aprehensiones y comprensiones de los mismos objetos;
- 3) la relación con los *media* y con los contenidos de los media constituye un objeto de negociación social o identitaria de parte de los que los utilizan, dentro de los límites definidos por dichos *media* y sus contenidos.

La formulación más elegante de los actos interpretativos en el curso de una lectura, de una escucha musical o del seguimiento de un espectáculo visual ha sido presentada por Michel de Certeau (1990) en una obra titulada *L'invention du quotidien*, que condensa la mayor parte de los interrogantes a este respecto.

Su respuesta a esta cuestión está influenciada por la pragmática de Wittgenstein, la semiótica de Eco, la etnología obrera de Hoggart (1990) y la corriente histórica de los *Annales*.

En un capítulo famoso del primer tomo de *L'invention du quotidien*, "Lire: un braconnage" (Leer: una cacería furtiva), De Certeau plantea, siguiendo a Marx, que la relación entre productores y consumidores de sentido es una relación desigual: los que hablan, escriben, colocan sus textos en el mercado y proponen lecturas tienen un poder sobre los que consumen, el poder de imponer sentidos y las formas que los vehiculan. Pero esta relación siempre ha sido conflictual y no existe una victoria fácil para ninguna de las partes. Más aún, la autonomía de los sectores sociales dominados se ha acrecentado en el curso de la historia, debido a la secularización y al advenimiento de los entretenimientos diferenciados organizados por el poder del Estado.

De Certeau emplea una metáfora sugestiva: los productores de sentido son como los propietarios de tierras (los textos) que reglamentan su acceso y sus usos. Los consumidores, en cambio, se parecen a los cazadores furtivos (*braconniers*) que se apropian ilegalmente de los bienes de los propietarios para construir su vida cotidiana: seleccionan determinados elementos en el texto, lo leen a su manera, y lo relacionan con elementos ajenos a su producción.

Los "propietarios" ponen en juego *estrategias*, es decir, acciones de control del espacio (que son burladas por los dominados), mientras que los merodeadores o cazadores furtivos emplean *tácticas*, es decir, actos fugaces de resistencia, de guerrilla momentánea...

6.3. La audiencia en los estudios sobre medios de comunicación masiva

Inicialmente, los modelos de comunicación diseñados por los estudiosos de los media distinguían entre producción, contenido y recepción de los mensajes, pero centraban su interés en el *estudio de los efectos* de la comunicación sobre la audiencias.

Quizás debido a su asociación con la propaganda política y la publicidad de productos de consumo, tanto los observadores casuales como los académicos creían que los medios de comunicación de masas tenían un impacto directo y poderoso sobre las audiencias: es lo que suele llamarse "modelo de la aguja hipodérmica".

Pero muy pronto, la idea de una *audiencia activa* entró en los estudios sobre los medios. Los estudiosos se dieron cuenta de que no bastaba el enfoque sobre los *ratings* para sostener una investigación académica seria, y que se requería superar los modelos simplemente cuantitativos de audiencias pasivas.

La primera perspectiva teórica que presentó un modelo alternativo al de la "aguja hipodérmica" fue el de "flujo en dos pasos" (*two-step flow*), presentado por Katz y Lazarsfeld en 1948. Este modelo introducía un intermediario entre el emisor y el receptor: el "líder de opinión", para explicar por qué los media no tienen necesariamente el efecto directo esperado.

Aunque ampliamente criticado, este modelo confirió por primera vez a los receptores un papel activo, aunque institucionalmente circunscrito, en el consumo de los textos mediáticos. Con este nuevo enfoque, la "audiencia" ya no constituye una entidad sólo numérica y estadísticamente definida, sino que se transforma en un *grupo social orgánico y reflexivo*.

El significado político del nuevo modelo no se limita a disminuir en términos teóricos la supuesta omnipotencia de los medios, sino que también confiere a la audiencia un status de entidad legitimada de la vida social.

Sin embargo, sus investigaciones representan una maduración de la investigación sociológica sobre las audiencias, porque desplaza la cuestión, de la simple medición de la audiencia para propósitos comerciales, a la de cómo entender el comportamiento de las audiencias y su contribución a la producción del sentido de los textos mediáticos.

6.4. El movimiento británico (y americano) de los estudios culturales

Los *Cultural Studies*, que se desarrollan entre los años 1970 y 1990 bajo el cobijo de la Universidad de Birmingham, constituyen una síntesis de casi todos los esfuerzos desarrollados hasta entonces sobre el tema de la cultura de masas y su recepción. Esta escuela presta una gran atención a los análisis cualitativos, y combina la tradición literaria, la etnografía y la sociología de la observación participante dentro de un *enfoque que ya no quiere ser elitista*. Fundamentalmente, hace saltar en pedazos el tabú de la superioridad absoluta de algunas formas de la cultura sobre otras y se presenta como una etapa mayor de la reflexión sobre la problemática del consumo de los *media*, a pesar de sus desvíos populistas y postmodernistas.

Sus principales líderes y animadores: Richard Hoggart, profesor de literatura y autor de *La cultura obrera en la sociedad de masas* (1990); Edward P. Thompson (1980), historiador; Raymond Williams (1968) y, finalmente, Stuart Hall, de origen jamaicano, quien en 1970 sucede a Hoggart en la dirección del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham.

Stuart Hall (1976) considera la cultura como un espacio de conflictos y rechaza la idea de una correspondencia entre el momento de la producción y el de la recepción de mensajes mediáticos, porque si ambos polos se confundieran, ni siquiera se podría hablar de comunicación.

Este autor pone en juego la lingüística de Bajtin (o Volosinov) y la semiótica "corregida" de Barthes y Eco, la que ya no cree en la imposición de mensajes ideológicos sobre las "ceras blandas" que serían los públicos.

Frente a la codificación propuesta por los medios, Hall detecta tres posiciones de recepción y de descodificación:

1) *El modo hegemónico*, por el que la descodificación del receptor es equivalente a la del emisor. Esta situación se verifica "cuando un tele-espectador integra directamente y sin restricciones el sentido connotado de un noticiero, por ejemplo, y descodifica el mensaje en función del código de referencia que ha sido utilizado para codificarlo". (En cierta manera este caso corresponde a los postulados de la semiótica de los años 1960, que imaginaba que los públicos engullen los mensajes tal como han sido fabricados.) Pero aún en este caso, los mensajes no están exentos de tensiones y contradicciones, porque la ideología vehiculada es producto de las rivalidades entre los mismos dominantes.

2) *El modo negociado*, que modifica parcialmente los significados emitidos. En este caso, el receptor acepta la definición de la realidad vehiculada por el mensaje, pero la adapta localmente, restringiendo su alcance, e incluso oponiéndose a la misma parcialmente. Por ejemplo, un obrero puede aceptar los argumentos presentados por el Gobierno a través de los medios a favor de un congelamiento de salarios en nombre del interés nacional, pero sin embargo decide declararse en huelga para defender sus propios intereses.

3) *El modo oposicional* hace aflorar referencias extrañas a la codificación de un mensaje, para contradecirla y recodificarla de otro modo. En este caso, el receptor opone su propia ideología a la que vehicula los medios, cuyas connotaciones critica. Retomando el ejemplo de Hall relativo al congelamiento de los salarios en nombre del "interés nacional", el tele-espectador reemplaza "interés nacional" por "interés de clase" en el discurso mediático: de este modo "destotaliza el mensaje enunciado según el código preferido para retotalizarlo dentro de otro marco de referencia".

En conclusión: no hay razón alguna para que un mensaje se descodifique automáticamente tal como ha sido codificado. Aunque la coincidencia entre los dos polos suele ser dominante, debido a la omnipresencia del poder. La hegemonía es la imposición de un sentido dominante o de una lectura preferencial.

6.5. John Fiske y su concepción de la "cultura popular" en la instancia de la recepción (Fiske, 1995).

En este artículo, Fiske se ocupa sólo de la "cultura popular" en sus formas textuales (porque son más apropiados para los estudios literarios), y deja fuera de foco sus formas más performativas y corporales, como el deporte, la vestimenta o la danza, que en su opinión son más apropiadas para la antropología que para la literatura.

El autor hace una distinción entre relaciones sociales y vinculaciones sociales. Las relaciones sociales son estructurales, mientras que las vinculaciones sociales son personales y convierten a las primeras en experiencia vivida de la vida cotidiana. Así, en una sociedad patriarcal como la nuestra, las relaciones sociales entre géneros son fuertemente estructurales y garantizan la posición de poder para los varones (masculinidad); pero el relacionamiento real entre un hombre y una mujer individualmente considerados, puede conformarse a las relaciones de género prescritas u oponerse a las mismas, modificarlas o también combatir las. La relación concreta y particular entre un hombre y una mujer no está totalmente determinada por las relaciones sociales vigentes entre los géneros (la norma), pero tampoco puede liberarse completamente de las mismas.

Existe un espacio entre las normas sociales y su aplicación en circunstancias particulares, un espacio donde la conformidad o el cuestionamiento son negociados; y existe un espacio entre el determinismo de las relaciones sociales y los esfuerzos de la gente para controlar sus propias identidades y modos de relacionamiento; *estos espacios constituyen el terreno donde la cultura popular se muestra más activa*.

Según Fiske, el "pueblo" se reconoce sobre todo por lo que hace, y no tanto por lo que es; y de modo análogo, la cultura popular se reconoce mejor por lo que hace, y no por lo que es. *La cultura popular es más una cultura de procesos que de productos*.

Fiske se adscribe a la tradición de los Estudios Culturales de Birmingham.

La teoría de la cultura que subyace en este ensayo deriva de la tradición de los Estudios Culturales. Esta escuela de pensamiento concuerda con todas las críticas hechas al capitalismo industrial, pero discrepa de la afirmación de su efectividad total. Es decir, acepta la precisión del diagnóstico de las fuerzas contra las cuales tiene que luchar la cultura popular, pero rechaza la idea de

que el pueblo carece de recursos propios que le sirvan de base para diseñar sus estrategias de lucha, sus resistencias y su propia cultura.

Existe la cultura popular en las sociedades industriales, aunque nunca puede ser pura y auténtica, ya que siempre se construye con recursos culturales que le son contrarios; por eso es siempre una cultura de lucha, una cultura del "hacer lo posible con", antes que del crear. *La cultura popular está estrechamente relacionada con los productos y la tecnología de la cultura de masas, pero su creatividad consiste en las maneras en que utiliza esos productos y tecnologías, y no en su producción.*

La cultura de masas industrializada produce muchos de los recursos con los cuales se construye la cultura popular, y su orientación hacia el mercado implica que es muy efectiva para producir textos que el pueblo puede utilizar para sus propósitos progresistas.

El mercado ha sido siempre un lugar de negociación, antes que de explotación económica, y el mercado capitalista no es diferente del de otros sistemas económicos. En las sociedades industrializadas el pueblo elabora su cultura a partir de recursos que no produce ni controla. La cultura popular implica típicamente el "arte de hacer con" los materiales que están disponibles.

Un elemento crucial para "el arte de hacer con" es la *selección* de lo que se usa. Aproximadamente el 80 % de los productos de la cultura de masas son rechazados por el pueblo; ocho de cada diez películas producidas por Hollywood no logran el éxito esperado y tienen que recurrir a mercados secundarios, como la exportación o el video, para sobrevivir; cuatro de cada cinco nuevos *shows* de televisión no logran superar su primera temporada de exhibición; y las industrias musicales y editoriales muestran un patrón semejante de rechazo.

Pero la discriminación popular no se limita a la selección de productos o textos, sino que implica sobre todo la *selección de los elementos funcionales dentro de los mismos*. Los nativos americanos sin techo, por ejemplo, eligen ver viejas películas del Oeste en sus tiendas, pero sólo seleccionan la mitad de esas películas, y apagan el televisor en el punto en que el tren de mercancías ha sido atacado exitosamente y el fuerte ha sido capturado por los pieles rojas. Es decir, eligen no ver la parte final de la película que registra la revancha y la victoria final del imperio blanco. Los aborígenes que ven películas de Rambo en Australia eligen ignorar el conflicto entre el "mundo libre" de Occidente y el "mundo comunista" del Este, y enfocan más bien el conflicto entre Rambo —a quien consideran como miembro del tercer mundo, como es el de ellos, por sus características físicas y su modo de comportarse—, y la clase de oficiales blancos que sistemática y erróneamente subestiman sus habilidades.

Como se echa de ver en este caso, la selección se hace no con base en criterios estéticos universales de calidad, sino con base en criterios locales de relevancia. Por ejemplo, Rambo es un recurso que los aborígenes australianos podían usar para afirmar sus identidades en una sociedad blanca; ellos veían las semejanzas entre la clase de oficiales blancos de la película, y los oficiales del Gobierno australiano que regulaban sus vidas en términos paternalistas y burocráticos.

La cultura popular, por lo tanto, se construye a nivel de recepción a partir de la cultura de masas. La relación entre los intereses comerciales de la cultura de masas y los intereses populares siempre es antagonista e inestable. El pueblo escanea constantemente el repertorio producido por las industrias culturales buscando los recursos que puede usar al servicio de sus propios intereses culturales. De modo semejante, la industria escanea constantemente los gustos e intereses del pueblo para descubrir lo que pueda mercantilizar o comercializar en su propio provecho. Es decir, la industria trata siempre de incorporar en su provecho la cultura del pueblo, y el pueblo trata siempre de excorporar los productos de la industria: la dialéctica incesante entre incorporación y excorporación, o entre apropiación y expropiación, constituye un rasgo constante de las relaciones entre cultura de masas y cultura popular, de tal modo que las fronteras entre ambas siempre están en movimiento y nunca puede fijarse con certeza analítica.

La evaluación y el análisis crítico de la cultura popular tienen que reconocer que un texto popular no puede distanciarse de sus usos y de sus usuarios. Algunos textos que han sido incorporados a la cultura popular pueden ser tratados ocasionalmente como alta cultura, y ser exhibidos en galerías o en festivales de cine: pero estas exhibiciones alejan al texto de sus condiciones de popularidad y los empuja hacia lo trascendente y lo universal. Ahora bien, el movimiento hacia lo trascendente es ajeno al pueblo que, en general, no va a buscar su cultura en las galerías de arte, en los festivales de cine o en sitios similares que apartan a la gente de la mundanidad cotidiana. Para el pueblo, lo mundano es el sitio crucial de la significación cultural, porque lo mundano es el único terreno en el cual la cultura popular puede producirse y volverse interesante. *La cultura popular es ordinaria, y lo ordinario es altamente significativo.*

7. Cómo estudiar las culturas populares

En su libro *Le savant et le populaire*, Claude Grignon y Jean-Claude Passeron (1989) presentan algunas recomendaciones teórico-epistemológicas fundamentales para abordar adecuadamente el estudio de las culturas populares.

1) En primer lugar, el rigor metodológico impone estudiar lo que las culturas populares deben al hecho de ser culturas de grupos dominados, esto es, al hecho de construirse o de reconstruirse en una situación de dependencia y de dominación (v.g., sus aspectos antagónicos o adaptativos con respecto a la cultura dominante). Pero esto no impide estudiarlas también en sí mismas, como sistemas que funcionan con relativa autonomía y con cierta coherencia en tiempos y lugares substraídos ocasionalmente a la dominación.

2) La segunda recomendación es la de evitar los extremos del miserabilismo minimalista y del populismo maximalista. La visión miserabilista no reconoce a las culturas populares ninguna dinámica o creatividad propias, y las considera sólo como culturas marginales que en buena parte son malas copias de la cultura legítima, de la que se distinguirían sólo por sus carencias, deformaciones e incompresiones. El "pueblo" se identifica aquí con la "plebe", sólo buena, según A. Gluckman (1975) para aguantar, pero incapaz de cualquier iniciativa en el escenario de la historia.

Grignon y Passeron adjudican esta postura nada menos que a su maestro Pierre Bourdieu, y con razón, ya que en su libro *La distinción* encontramos textos como éste: "Las clases dominadas no intervienen en las luchas simbólicas por la apropiación de propiedades distintivas... más que a título de mojon pasivo y de elemento de contraste".

En el polo opuesto, el populismo considera a las culturas populares como culturas iguales e incluso superiores a las culturas de elite; como culturas completamente autónomas que nada deben a la cultura de las clases dominantes. En esta perspectiva, el pueblo resiste siempre y posee virtudes naturalmente impugnativas.

La realidad es mucho más compleja, dicen ambos autores. Cuando se las analiza, las culturas populares no aparecen ni como enteramente independientes, ni como enteramente autónomas; ni como pura imitación, ni como pura creación, sino como un ensamblaje de elementos originales y de elementos importados; como una mezcla de lo propio y de lo apropiado, como diría Guillermo Bonfil. Las culturas populares son por definición culturas de los grupos sociales subalternos, y se construyen en una situación de dominación. Asumiendo esta perspectiva, los antropólogos y los sociólogos han puesto de manifiesto todo lo que las culturas populares deben al esfuerzo de resistencia de las clases populares a la dominación cultural (v.g. en el folklore, la parodia, la derisión y la ironía).

3) La tercera recomendación es la de tener siempre presente en el análisis el llamado "privilegio de asimetría", por el cual las clases dominantes pueden tener acceso a los códigos de las culturas populares, pero no al revés, debido a que las clases subalternas carecen, por su posición subalterna, del capital cultural y escolar requeridos para descifrar e interpretar los códigos elaborados de la alta cultura.

La consideración de esta asimetría es de capital importancia para desbaratar los argumentos utilizados por los autores posmodernos, que anuncian la muerte de las clases sociales afirmando que en nuestro mundo globalizado se han diluido las fronteras culturales, hasta el punto de que ya no tiene sentido la distinción entre lo popular, lo masivo y lo culto.

Así, según Néstor García Canclini (*Culturas híbridas*, 1989) la posmodernidad comporta la "hibridación" de todas las culturas y, por implicación lógica, de todos los discursos, de modo que pierde sentido la distinción entre lo culto, lo masivo y lo popular. Ejemplos: las artesanías indígenas se codean con catálogos de arte de vanguardia sobre la mesa del televisor; los pintores convocan en un mismo cuadro motivos precolombinos, coloniales y de industria cultural; el rock y la música erudita se renuevan con melodías populares asiáticas y afroamericanas.

En toda esta argumentación hay una falacia por la que se confunde la apropiación culta de motivos o temas populares con hibridación canceladora de fronteras culturales. Para comprobar esta falacia posmodernista, basta con invertir a los actores culturales en cuestión, preguntando, por ejemplo, si los indígenas "hibridizan" también sus artesanías, sus huipiles y sus objetos decorativos con catálogos de arte de vanguardia en sus chozas; o si los pintores artesanales pueblerinos incorporan también motivos de Rufino Tamayo o de Toledo en sus pinturas, o si los grupos asiáticos y afroamericanos renuevan su música tradicional incorporando temas de Beethoven o aires de música gregoriana.

Otro posible argumento para diluir las fronteras culturales entre lo culto y lo popular podría ser la hipótesis del eclecticismo creciente de los gustos de las clases superiores. Se trata de la hipótesis "Omnívoro / Unívoro", presentada inicialmente por Peterson y Simkus en los EE.UU. (1992), a raíz de una investigación sobre gustos musicales.

Apoyándose en algunas encuestas americanas, estos autores observaron que en el seno de las clases superiores americanas los "snobs", definidos por su gusto exclusivo por la música académica, cedían cada vez más su lugar a los "omnívoros", cuyas preferencias abarcaban simultáneamente géneros situados dentro y fuera de la música académica (*highbrow music* y *lowbrow music*); por el contrario, también observaron en el seno de las demás categorías sociales una mayor frecuencia de *amateurs* exclusivos ("unívoros") de géneros o artistas populares. Es decir, las clases superiores tienden a ser cada vez más "omnívoras" y las populares "unívoras".

También en Francia se ha comprobado estadísticamente (Donat, 1994) la preferencia generalizada por la música de variedades aún entre las clases "cultivadas". El escuchar exclusivamente música clásica se ha convertido en asunto de viejos o de "provincianos cultos". Este fenómeno se observa sobre todo entre los jóvenes, que personalizan su mundo musical escuchando simultáneamente jazz, rock, "música *underground*", música alternativa, *new age*, "músicas del mundo", música tecno, reggae, etc.

Pero esta situación no destruye la alternativa "música culta" / "música popular". Por una parte, el "eclecticismo" de las clases superiores es siempre un "eclecticismo inteligente" que constituye una modalidad particular de refinamiento estético (Coulangeon, 2005: 62), y se basa, como hemos dicho, en el "privilegio de asimetría". Por otro lado, los individuos más eclécticos conservan siempre el sentido de jerarquía interna de sus propias prácticas: el "agregé de letres" francés, *fan* del karaoké, tiene plena conciencia de la "ilegitimidad cultural" de esta distracción.

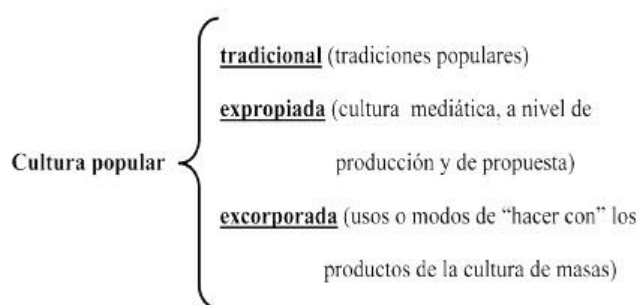
Conclusión general

1. Para terminar, necesitamos refinar un tanto la definición inicialmente presentada del siguiente modo: entendemos por cultura popular *las configuraciones y procesos simbólicos que tienen por soporte al pueblo, es decir, a las clases subalternas de la sociedad, producidos (o reelaborados) en interacción constante — de carácter antagónico, adaptativo o transaccional — con la (alta) cultura de las clases dominantes y con la cultura mediática controlada por las mismas, y que en sus dimensiones más expresivas se caracterizan por la escasa elaboración de sus códigos, lo que los hace fácilmente accesibles y transparentes para todo público.*

2. Dichas configuraciones y procesos pueden reducirse a tres tipos fundamentales, analíticamente diferentes, aunque frecuentemente interpenetrados o traslapados (por "interculturación") en la práctica: 1) la *cultura popular tradicional* (o tradiciones populares), de raigambre étnica o rural, producida por el pueblo y para el pueblo; (2) la *cultura popular expropiada*, o cultura programada "para las masas", que se nutre de códigos populares, pero cuyo control está en manos de los grupos dominantes; y la *cultura popular excorporada*, que consiste en los diferentes usos que los grupos populares hacen de los productos de los *media* (y de los recursos disponibles en su entorno inmediato) en la vida cotidiana, en función de sus intereses particulares y específicos.

3. Debido a los fenómenos de metropolización global y a la declinación del mundo rural por diferentes factores, las culturas populares, incluidas las tradicionales, tienden a concentrarse en las grandes ciudades, hasta el punto de poder afirmar que la cultura popular en nuestros días se ha vuelto fundamentalmente urbana.

Las tres culturas populares



Autores citados

- Abercrombie, Nicholas, Scott Lash y Brian Longhurst, (1992). "Popular representation: recasting realism", en: Scott Lash y Jonathan Friedman (eds.), *Modernity and identity*, Cambridge (Mass.): Basil Blackwell, pp. 115-140. [Links]
- Alabarces, Pablo, 2012, "Transculturaciones populares. El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales latinoamericanas", *Culturas y Representaciones Sociales*, [www.culturays.org.mx], Año 7, n° 13, pp. 7-38. [Links]
- Alonzo, Philippe y Cédric Hugrée, 2010. *Sociologie des classes populaires*. París: Armand Colin. [Links]
- Barbero, Jesús Martín, 1987. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili. [Links]
- Bauman, Zigmunt Baumann, 2013. *La cultura en la modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica. [Links]
- Berstein, Basil, 1973. *Class, codes and control*. London: Paladin. [Links]
- Berstein, Basil, 1975 [1971]. *Langage et classes sociales*. París: Les Éditions de Minuit. [Links]
- Bourdieu, Pierre, 1972. *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Genève / Paris: Librairie Droz. [Links]
- Bourdieu, Pierre, 1983, "Vous avez dit populaire?", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 46, pp. 98-105 [Links]
- Bourdieu, Pierre, 1991 [1979]. *La distinción*. Madrid: Taurus. [Links]
- Cirese, Alberto, 1976. *Cultura egemonica e Culture subalterne*. Palermo (Italia): Palumbo Editore. [Links]
- Coulangeon, Philippe, 2005. *Sociologie des pratiques culturelles*. París: La Découverte. [Links]
- Crane, Diana, 1992. *The Production of Culture. Media and the Urban Arts*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications. [Links]
- Cuhe, Denys, 2010. *La notion de culture dans les sciences sociales*. París: La Découverte. [Links]
- De Certeau, Michel, 1990. *L'invention du quotidien I. Arts de faire*. París: Gallimard. [Trad. esp.: 1996, *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*, México: Universidad Iberoamericana] [Links]
- De Sousa Santos, Boaventura, 2006, "Globalizations", *Theory, Culture & Society*, 23/2-3/ 393-398. [Links]
- Demorgon, Jacques, 2005. *Critique de l'interculturel*. París: Economica /Anthropos. [Links]
- Donat, Olivier, 1994. *Les français face à la culture. De l'exclusion à l'éclecticisme*. París: La Découverte. [Links]
- Donat, Olivier, 1998. *Les pratiques culturelles des français. Enquête 1997*. París: La Découverte. [Links]
- Morin, Edgar, 1962. *L'Esprit du temps. Essai sur la culture de masse*. París: Grasset. [Links]
- Eduardo Méndez (citado por Néstor García Canclini)
- Fiske, John, 1995, "Popular Culture", en: Frank Lentricchia & Thomas McLaughlin, *Critical Terms for Literary Study*. The University of Chicago Press, 1995, 321 - 335. [Links]
- Fiske, John Fiske, 1990. *Introduction to communication studies*, 2nd. edition. London: Routledge. [Links]
- García Canclini, Néstor, 1989. *Culturas híbridas*. México: Conaculta / Grijalbo. [Links]
- Geertz, Clifford, 1992 [1973], *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Edit. Gedisa. [Links]
- Gluckman, A., 1975. *La cuisine et le mangeur d'hommes*. París: Fayard. [Links]
- Grignon, Claude, y Jean-Claude Passeron (1989) *Le savant et le populaire*, París: Gallimard / Le seuil. [Links]
- Haesbaert, Rogério, 2011. *El mito de la desterritorialización*. México: Siglo XXI. [Links]
- Haesbaert, Rogério, 2013, "Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad", *Cultura y Representaciones Sociales* (www.adftirays.org.mx), Año 8, n° 15, pp. 9-42. [Links]
- Hall, Stuart, 1976. *Resistance through Rituals. Youth Sub-culture in Post-War Britain*. Londres: Harper Collins. [Links]
- Hoggart, Richard, 1990 [1957]. *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México: Grijalbo [Links]
- Iser, Wolfgang, 1976. *L'Acte de lecture*. Bruxelles: Mardaga. [Links]
- Jauss, Hans Robert, 1978 [1970]. *Pour une esthétique de la réception*. París: Gallimard. [Links]
- Leeds-Hurwitz, Wendy, 1993. *Semiotics and Communication*. Hove and London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. [Links]
- Maigret, Éric y Éric Macé, (dir.), 2005. *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. París: Armand Colin-INA. [Links]
- Maigret, Éric, 2012, *Sociologie de la communication et des médias*, París: Armand Collin. [Links]
- Marx, Carlos, 1975 [1881]. *La guerra civil en Francia*. Moscú: Editorial Progreso. [Links]
- Marx, Carlos, s/f. [1885] *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*. Moscú: Editorial Progreso. [Links]
- Marx, Carlos, y Friedrich Engels, 2005 [1848]. *Manifiesto del Partido Comunista*. Buenos Aires: Edt. Gradifco. [Links]
- Millán, Saúl, 1993. *La ceremonia perpétua*. México: Instituto Nacional Indigenista. [Links]
- Peterson, R. y R. Kern, 1996, "Changing highbrow taste: from snob to omnivore", *American Sociological Review*, 61: 900-909. [Links]
- Peterson, R., y A. Simkus, 1992, "How Musical taste groups mark occupational status Groups", en M. Lamont/ M. Fournier (Eds.): *Cultivating Differences*: Press, Chicago, pp. 152-168. [Links]
- Rey, Henri, 2006. "Des classes populaires (presque) invisibles". En : Stéphane Beaud, Joseph Confavreux y Jade Lindgaard, *La France invisible*. París: La Découverte. [Links]
- Satriani, Lombardi, 1975, *Antropología cultural. Análisis de la cultura subalterna*. Buenos Aires: Editorial Galerna. [Links]
- Savage, Mike, Fiona Devine, et al., 2013, "A New Model of Social Class? Findings from the BBC 'Great British Class Survey Experiment'", *Sociology*, Sage Pub., (publicado online el 2 de Abril de 2013). [Links]
- Schwartz, Olivier, 1997. *La notion de "classes populaires"*, Habilitation à Diriger des Recherches en Sociologie. Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines. [Links]
- Thompson, Edward P., 1980. *The Making of the English Working Class*. Harmondsworth: Penguin, (tercera edición) (Trad. Española: 1982, *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Barcelona: Editorial Crítica, Grupo editorial Grijalbo). [Links]
- Weber, Max, 1944 [1922]. *Economía y Sociedad*, Vol. I y II. México: Fondo de Cultura Económica. [Links]
- Wieviorka, Michel, (dir.), 2012. *Le peuple existe-t-il?* París: Éditions Sciences Humaines. [Links]
- Williams, Raymond, 1958. *Culture and Society, 1780-1950*, Londres: Chatto & Windus. [Links]
- Wuthnow, Robert, 1989. *Meaning and Moral Order*. University of California Press. [Links]

Notas

¹ Los porcentajes son calculados en relación con la población total.

² Cf., entre otros, la excelente monografía de Saúl Millán sobre los ciclos festivos de Oaxaca, intitulada *La ceremonia perpétua* (1993)

Cultura y representaciones sociales versión On-line ISSN 2007-8110

Cultura representaciones soc vol.8 no.16 México mar. 2014