

EL RETORNO DE LAS CULTURAS POPULARES EN LAS CIENCIAS SOCIALES

Gilberto Giménez

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 socio-lógico 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.*

Abstract: The return of popular culture in the Social Sciences. The purpose of this text is to discuss the invisibility of popular cultures in the Latin American Social Sciences and to find a way to retake the notion of 'people' as political and sociological actors. In order to do this, the notion is reformulated within the framework of a theory of social classes, revisiting the tradition that goes from Gramsci to Bourdieu. As far as the situation of popular classes is concerned, nowadays it is recognized that there is a displacement of the centre of gravity of the popular classes which has moved from the workers to the employees. First, the popular cultures are defined here, not by their content, but by their carriers - the popular classes - and by the type of code that they use in a general way, following Basil Bernstein's proposal. Finally, the article underlines the central role that mass media currently play in the configuration of popular cultures, by introducing a trilogy that distinguishes between popular traditional culture (or popular traditions), popular culture "expropriated" (the mass culture in the level of emission or proposal), and popular culture "excorporated" (the uses or "ways of doing with" the products of mass culture on a reception level.) Keywords: social classes, people, popular culture, mass culture, excorporada culture.

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



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 multi-territorialidad y la diseminación de las culturas populares a través los territorios-redes construidos 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 co-presencia interactiva de todas las culturas.

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 crisis. 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 “*ancien régime*”.

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 Hugrée, 2010; Wiewiorka, 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 relacionadamente 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

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



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.

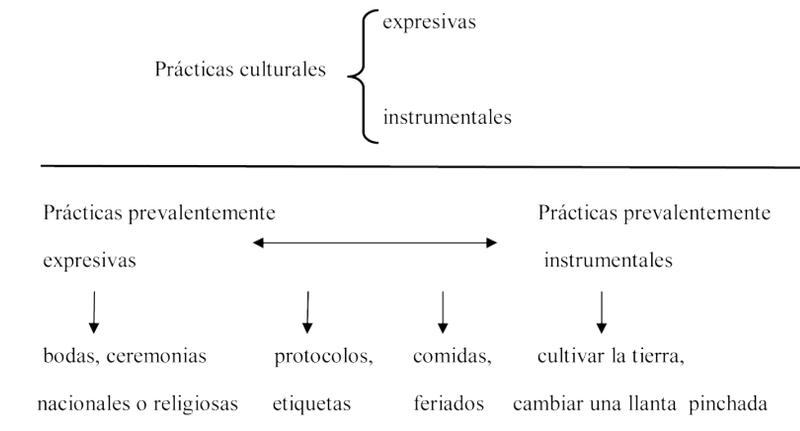
Pero hay que advertir que el mundo de los empleados y de los obreros no es uniforme: tiene su “aristocracia” y sus “proletarios”. Por ejemplo, los empleados de bancos y de seguros, y los obreros estabilizados y de pleno empleo constituyen la “fracción aristocrática”; mientras que los obreros con trabajos precarios y los empleados no calificados constituyen la fracción más “proletaria”. Por supues-

to 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 organi-

zación 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

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 antagonico 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 Cuche (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 Donnat (2008: 62), “los contenidos de los media y de las industrias cul-



turales 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 hispanocolombiano 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 cultura-

les, 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 *Iliada* 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

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



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 à 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 dissociado 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 Jaus (1978) y Wolfgang Iser (1976), comenzó a hablar de la “estética de la recepción”.

En los años 1970, Jaus 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 Bajtín 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 frequentadores 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 Bajtín (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 decodificación:

1) *El modo hegemónico*, por el que la decodificación 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 decodifica 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 decodifique 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 frontera entre ambas siempre está 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 incompleciones. 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 inter-

vienen en las luchas simbólicas por la apropiación de propiedades distintivas... más que a título de mojón 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 impugnavas.

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 sen-



tido 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, reguée, 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 “agregée de letres” francés, *fan* del karaoké, tiene plena conciencia de la “ilegitimidad cultural” de esta distracción.

Conclusión general

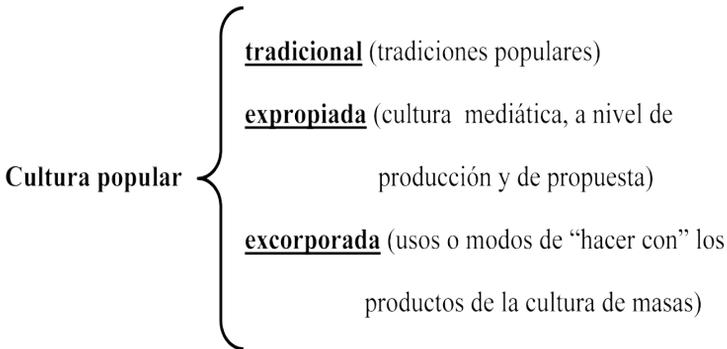
1. Para terminar, necesitamos refinar un tanto la definición inicialmente presentada del siguiente modo: entendemos por cultura popular *las configuraciones y procesos simbólicos que tienen por soporte al pueblo, es decir, a las clases subalternas de la sociedad, producidos (o reelaborados) en interacción 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.

ALABARCES, Pablo, 2012, “Transcultururas populares. El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales latinoamericanas”, *Culturas y Representaciones Sociales*, (www.culturayrs.org.mx), Año 7, n° 13, pp. 7-38.

- ALONZO, Philippe y Cédric Hugrée, 2010. *Sociologie des classes populaires*. París: Armand Colin.
- BARBERO, Jesús Martín, 1987. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BAUMAN, Zigmunt Baumann, 2013. *La cultura en la modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- BERSTEIN, Basil, 1973. *Class, codes and control*. London: Paladin.
- BERSTEIN, Basil, 1975 [1971]. *Langage et classes sociales*. París: Les Éditions de Minuit.
- BOURDIEU, Pierre, 1972. *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Genève / París: Librairie Droz.
- BOURDIEU, Pierre, 1983, "Vous avez dit populaire?", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 46, pp. 98-105
- BOURDIEU, Pierre, 1991 [1979]. *La distinción*. Madrid: Taurus.
- CIRESE, Alberto, 1976. *Cultura egemonica e Culture subalterne*. Palermo (Italia): Palumbo Editore.
- COULANGEON, Philippe, 2005. *Sociologie des pratiques culturelles*. París: La Découverte.
- CRANE, Diana, 1992. *The Production of Culture. Media and the Urban Arts*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications.
- CUCHE, Denys, 2010, *La notion de culture dans les sciences sociales*. París: La Découverte.
- DE CERTAU, 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]
- DE SOUSA SANTOS, Boaventura, 2006, "Globalizations", *Theory, Culture & Society*, 23/2-3/ 393-398.
- DEMORGON, Jacques, 2005. *Critique de l'interculturel*. París: Economica /Anthropos.
- DONAT, Olivier, 1994. *Les français face à la culture. De l'exclusion à l'éclecticisme*. París: La Découverte.



- DONAT, Olivier, 1998. *Les pratiques culturelles des français. Enquête 1997*. París: La Découverte.
- MORIN, Edgar, 1962. *L'Esprit du temps. Essai sur la culture de masse*. París: Grasset.
- 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.
- FISKE, John Fiske, 1990. *Introduction to communication studies*, 2nd. edition. London: Routledge.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, 1989. *Culturas híbridas*. México: Conaculta / Grijalbo.
- GEERTZ, Clifford, 1992 [1973], *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Edit. Gedisa.
- GLUCKMAN, A., 1975. *La cuisinière et le mangeur d'hommes*. París: Fayard.
- GRIGNON, Claude, y Jean-Claude Passeron (1989) *Le savant et le populaire*, París: Gallimard / Le seuil.
- HAESBAERT, Rogério, 2011. *El mito de la desterritorialización*. México: Siglo XXI.
- HAESBAERT, Rogério, 2013, "Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad", *Cultura y Representaciones Sociales* (www.culturayrs.org.mx), Año 8, n° 15, pp. 9-42.
- HALL, Stuart, 1976. *Resistance through Rituals. Youth Sub-culture in Post-War Britain*. Londres: Harper Collins.
- HOGGART, Richard, 1990 [1957]. *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México: Grijalbo
- ISER, Wolfgang, 1976. *L'Acte de lecture*. Bruxelles: Mardaga.
- JAUSS, Hans Robert, 1978 [1970]. *Pour une esthétique de la réception*. París: Gallimard.
- LEEDS-HURWITZ, Wendy, 1993. *Semiotics and Communication*. Hove and London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

- MAIGRET, Éric y Éric Macé, (dir.), 2005. *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles aproches de la représentation du monde*. París: Armand Colin-INA.
- MAIGRET, Éric, 2012, *Sociologie de la communication et des médias*, París: Armand Collin.
- MARX, Carlos, 1975 [1881]. *La guerra civil en Francia*. Moscú: Editorial Progreso.
- MARX, Carlos, s/f. [1885] *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*. Moscú: Editorial Progreso.
- MARX, Carlos, y Friedrich Engels, 2005 [1848]. *Manifiesto del Partido Comunista*. Buenos Aires: Edt. Gradifco.
- MILLÁN, Saúl, 1993. *La ceremonia perpétua*. México: Instituto Nacional Indigenista.
- PETERSON, R. y R. Kern, 1996, “Changing highbrow taste: from snob to omnivore”, *American Sociological Review*, 61: 900-909.
- 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.
- REY, Henri, 2006. “Des classes populaires (presque) invisibles”. En : Stéphane Beaud, Joseph Confavreux y Jade Lindgaard, *La France invisible*. París: La Découverte.
- SATRIANI, Lombardi, 1975, *Antropología cultural. Análisis de la cultura subalterna*. Buenos Aires: Editorial Galerna.
- 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).
- SCHWARTZ, Olivier, 1997. *La notion de “classes populaires”*, Habilitation à Diriger des Recherches en Sociologie. Université de Versailles-Saint-Quentin-eb-Yvelines.
- symbolic boundaries and the making of inequality*, University of Chicago.



- 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).
- WEBER, Max, 1944 [1922]. *Economía y Sociedad*, Vol. I y II. México: Fondo de Cultura Económica.
- WIEVIORKA, Michel, (dir.), 2012. *Le people existe-t-il?* París: Éditions Sciences Humaines.
- WILLIAMS, Raymond, 1958. *Culture and Society, 1780-1950*, Londres: Chatto & Windus.
- WUTHNOW, Robert, 1989. *Meaning and Moral Order*. University of California Press.