

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Atajos conceptuales de la cultura popular [Conceptual shortcuts of popular culture]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

| | |
|---------------|---|
| Item Type | Article |
| Authors | Rodríguez Oliva, Lázaro |
| Publisher | Centro Dr. Martin Luther King |
| Rights | Creative Commons Copyright (CC 2.5) |
| Download date | 2026-07-11 22:07:48 |
| Link to Item | http://hdl.handle.net/20.500.12424/213522 |

Atajos conceptuales de la cultura popular

Por Lázaro Rodríguez Oliva

Si algún concepto ha sido llevado y traído, tanto por los discursos políticos como por los de las ciencias sociales y el sentido común, es el de cultura popular. Continente de contenidos muy específicos y disímiles en función de intereses ideológicos y filiaciones disciplinares diversos dentro de las estructuras académicas, el de la cultura popular ha sido un tema constante a lo largo del siglo xx.

Este artículo se propone trazar una especie de mapa de estos atajos conceptuales de la cultura popular, a partir de una sistematización de los principales autores, corrientes y escuelas que la han tematizado. El propósito no es sólo superar el planteamiento de definiciones ahistóricas y abstractas de cultura popular, sino situar cada concepto a partir de sus condiciones de posibilidad y existencia; esto es, buscarle explicaciones y ubicarlo en sus referentes de origen.

En una revista como Caminos, mi propósito es plantear este mapa de atajos a partir del reconocimiento de la asociación inevitable que surge con la cultura popular cuando hablamos de educación popular. Y lo llamo “mapa de atajos” porque no creo que los caminos y las corrientes hayan quedado bien precisos, más allá de que podamos o no plantearnos algunas premisas y seguir algunas ya bien definidas rutas conceptuales.

La imprecisión de las miradas

Sería arduo comprender la utilidad del concepto de cultura popular si no se considera la historia de algunos hitos de su formación que, de hecho, han contribuido a que el término se dote de sentidos específicos y pierda el significado mismo que parte del referente social real que le da posibilidad y existencia.

Si se apostara por una explicación genealógica del concepto de cultura popular, habría que consultar el texto de Renato Ortiz,¹ que se propone ubicar el concepto en su historia. El autor parte de la pregunta de quiénes son los constructores de este concepto y cuáles las condiciones en las cuales surge. Enfatiza la filiación eurocéntrica de su génesis, y de ahí entrevé los intereses políticos que encubre y la lógica cultural que está en su fondo. En esas notas sobre el concepto, el investigador brasileño explicita la relación de la cultura popular con la cultura popular nacional, y con ello trata de entender el lugar que desde las sociedades periféricas han tenido los estudios de floklöre para legitimar los Estados-nación.

El análisis de Ortiz sobre el período de los románticos –puntualizado en Herder y los hermanos Grimm– pone en duda no sólo el estatus disciplinar de los estudios folklóricos, sino también el soporte científico del concepto de cultura popular en esos estudios,² que por lo demás se han ocupado de él como objeto por un período más prolongado. Las razones que aduce no son sólo cuestión de método, sino de fondo, políticas y hegemónicas.

Por su parte, Jean-Claude Passeron se pregunta con toda razón cuáles son las traducciones concretas de la noción de lo popular en lo real social, e insiste, cuando se le pregunta sobre el tema, en que se especifique como culturas populares, siempre en plural, y se diga en qué períodos, en qué épocas. Su posición respecto a lo popular es la de hacer una “historia de las cosas que cambian” (*histoire des choses qui changent*).³ Este pensador francés, dueto de Pierre Bourdieu en *La Réproduction*,⁴ prefería comprender desde el presente qué formas subsistían y qué actitudes reinterpretaban las nuevas formas de consumo y sociabilidad, a partir de los resortes de las culturas pasadas.

Por su lado, Patrick Mignon se pregunta si aún hoy es necesaria la categoría de lo popular o de cultura popular para describir el funcionamiento de la cultura en la sociedad contemporánea. Mignon señala de inmediato con precisión todas las dificultades implicadas en el empleo del término “cultura popular”, que puede designar, desde una óptica antropológica, tanto el estilo de vida como la visión del mundo de un pueblo o de su parte más alejada de las riquezas económicas y culturales. Por otro, de relacionársele con el consumo de masas, la cultura popular es sinónimo de cultura de masas, que puede designar aquello que es apreciado por el mayor número de personas, pero considerado de baja calidad estética o moral por quienes mismo lo fabrican para mantener la hegemonía y el status quo.

Me parece importante la advertencia de Mignon cuando se refiere a que podrían multiplicarse hasta el infinito los ejemplos de la ambigüedad de una palabra que no es jamás la descripción neutra de un objeto, sino que se encuentra siempre en una dimensión evaluativa que implica una distancia con respecto al poder o la cultura, y subraya un estatus de actividad o de

pasividad, de conciencia elevada o de alienación. “Si se emplea como sinónimo de cultura de masas, se correría el riesgo de caer en el pesimismo de Adorno, que presupone la pasividad de las masas y olvida que los consumidores pueden tener ciertos márgenes de autonomía en la interpretación o la aceptación de los mensajes. Y si se trata de prácticas culturales enraizadas en el pueblo o en sectores específicos del mismo, se corre el riesgo de caer en el romanticismo populista o en una visión esencialista del pueblo.”⁵

Definitivamente, Gramsci es el hombre que marca el hito, aquel cuyo aporte hace que lo popular cobre un lugar tanto en la política como en la ciencia. No creo impertinente, en consecuencia, esbozar algunas ideas de su reflexión sobre este problema. Es preciso recordar que es justamente el filósofo italiano, y luego el retorno a él en los años sesenta y sus lecturas sucesivas, lo que da pie a una recuperación del concepto de lo popular por el marxismo menos ortodoxo, y de la cultura popular como tema nada ajeno a la filosofía de la praxis, hasta ese momento tabú en su reflexión.

Según se desprende de Gramsci, para este pensamiento marxista el concepto de cultura popular confirmaba una visión iluminista de lo popular. “La filosofía de la praxis tenía dos tareas: combatir las ideologías modernas en su forma más refinada para poder constituir su propio grupo de intelectuales independientes, y educar a las masas populares, cuya cultura era medieval.”⁶ Pensando desde la noción de pueblo, en su tercer Cuaderno, el intelectual italiano habla de que en ese momento el acercamiento a lo popular desde el marxismo tenía elementos en común con el pensamiento burgués, que no quería perder la hegemonía sobre las clases populares y que “para mejor ejercer esta hegemonía, acoge una parte de la ideología proletaria”.⁷ Este es un aspecto fundamental, primero, para explicar el contenido político de lo popular en la ideología de la dominación, y, segundo, para explicar también el contenido político de la cultura que se produce para el pueblo desde las industrias culturales, encargadas de legitimar el status quo; esto es, de reproducir, entre otras cosas, la hegemonía de la clase en el poder.

En la obra de Gramsci, la cultura popular se lee como el folklore, algo comprensible en su época, pero es un concepto al que atiende desde variadas dimensiones, muy ricas para nuestros propósitos. Precisamente, una de las reflexiones más fructíferas de Gramsci en torno a lo popular se refiere a los estudios sobre el folklore. Afirmaba que este había sido estudiado “hasta ahora (en realidad hasta ahora solamente se ha recogido material en bruto) como elemento pintoresco. Habría que estudiarlo como ‘concepción del mundo’ de determinados estratos de la sociedad, que no han sido tocados por las corrientes de pensamiento modernas.”⁸ Esta concepción tiene algunos puntos de conexión con la idea manejada por los románticos, que definían al ámbito de lo popular como aquel donde se producía un cierto tipo de cultura creativa; o sea, concebían la cultura popular como un espacio de producción y hacían visible otra cultura más allá de la hegemónica, la oficial.

La visión de Gramsci de lo popular se distancia de la concepción de pueblo que Martín-Barbero atribuye a los románticos, y que enfatizaba que la “originalidad de la cultura popular residiría esencialmente en su autonomía, en la ausencia de contaminación y de comercio con la cultura oficial, hegemónica. Y al negar la circulación cultural, lo de veras negado es el proceso histórico de formación de lo popular y el sentido social de las diferencias culturales: la exclusión, la complicidad, la dominación y la impugnación”.⁹ Gramsci decía que esas concepciones del mundo y de la vida, aparecidas en ciertos estratos en un momento y un lugar determinados de la sociedad, se daban “en contraposición (también esta por lo general implícita, mecánica, objetiva) con las concepciones del mundo ‘oficiales’ (o en sentido más amplio de las partes cultas de la sociedad históricamente determinadas) que se han sucedido en el desarrollo histórico. De ahí la estrecha relación entre el folklore y el ‘sentido común’, que es el folklore filosófico”.¹⁰ Y con esto deja bien clara la disposición relacional de las culturas en la sociedad.

Desde el punto de vista categorial, el término “cultura popular” no se encuentra de manera explícita en la obra de Gramsci, como se apuntó. Pero si esto se trasciende y se es coherente con su filosofía, esta categoría tendría que ser pensada a partir de sus ideas sobre la relación que propone con las clases en el poder, con las corrientes de pensamiento burguesas. Gramsci le otorga al folklore un lugar político que va más allá de lo pintoresco, y que se valida en este ensayo, para problematizar lo popular y, más adelante, lo público.

Es preciso subrayar la perspicacia gramsciana al criticar el tipo de estudios de folklore que lo cosificaba como una esencia inmutable, develando la implicación misma que ello suponía para comprender la dimensión real de los conflictos articulados desde la cultura y que tenían una expresión clara en el poder. Explicaba: sólo “habría que cambiar el espíritu de las investigaciones folklóricas además de profundizarlas: el folklore no debe ser concebido como una curiosidad, una rareza, una cosa ridícula, una cosa a lo sumo pintoresca, sino que debe ser concebido como una cosa muy seria y que hay que tomar en serio. Sólo así la enseñanza será más eficaz y más formativa de la cultura de las grandes masas populares y desaparecerá la división entre cultura moderna y cultura popular o folklore”.¹¹ Gramsci sentía la necesidad de atender los nuevos sentidos históricos que iba tomando lo popular con la modernidad, la transformación de su estatus y la reconfiguración dialéctica de sus relaciones con la hegemonía.

Quizás sea un exceso afirmar, con Gramsci, que el folklore se forma en contraposición a las concepciones oficiales. Yo pensaría en mutuas afectaciones, para dar margen también a lo que pudiera haber de seducción desde la mirada de los subordinados en

los discursos mismos de la dominación, y también para tener en cuenta el contenido histórico de esas visiones, sus relaciones con la tradición. Y ello a partir del propio Gramsci, quien aclara este particular desde su reflexión sobre los mecanismos de expresión de la hegemonía, desde el sentido común como filosofía de vida y del bloque histórico para marcar su allí y entonces. En Gramsci, el valor de la noción de folklore está en la asunción de lo popular desde su lugar en las relaciones de la dominación cultural. Lo rescata de la visión folklórica, del inventario atento a cuantificar objetos y prácticas; es una nueva manera de explicarlas en su condición de posibilidad y existencia, para decirlo en términos críticos. Yo añadiría a su aporte una nueva lógica de transformación estructural de lo popular. Un continuador de Gramsci, Cirese, sostenía que el valor de su concepción sobre lo popular radicaba justamente en pensarlo como un uso y no como un origen, como posición relacional y no como sustancia, para subrayar que el valor propio de lo popular no radicaba ni en su autenticidad ni en su elementalidad, sino en su significación y vigencia social.¹²

Los antropólogos italianos Alberto Cirese y Lombardi Satriani dieron su contribución, al comprender la cultura no restringida a su expresión económica (las industrias culturales) ni identificada en pleno con la política. Según García Canclini, estos autores – como luego harían Pierre Bourdieu y Raymond Williams– reubicarían la problemática ideológica en el espacio de interacción entre clases y grupos sociales, y la asumirían como parte de la lucha por la hegemonía. Ello daría pie a superar la idea de que los fenómenos ideológicos se derivan sólo de las clases, una idea común en el pensamiento marxista clásico, a partir de su teoría sobre las clases sociales. Los procesos culturales resultarían, entonces, “de otros modos de diferenciación social: las etnias, las fracciones de clase, los grupos profesionales, etc. Y las ideologías o las diferencias culturales entre dichos grupos se constituyeron no sólo en la producción, como en la teoría marxista clásica sobre las clases, sino también en el consumo.”¹³

Lo popular y los neomarxistas de Birmingham

Mención aparte dentro de esa voluntad con inclinaciones marxistas de comprender la cultura popular merecen los autores asociados al Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) de la Universidad de Birmingham.¹⁴ Según Jenks, los reconocidos cultural studies sostuvieron una posición frente a lo popular de legitimación, justificación, politización y hasta celebración en todos sus aspectos.¹⁵ Consideraron la cultura popular como una entidad dotada de valor en sí y no en cuanto “fenómeno sombra” o puro vehículo de mistificación ideológica. A esto se suma la intención de asumirla como un proceso. Su énfasis consistió más en atender a su lado conflictivo que en analizar la cultura popular justo allí donde se dan las contraposiciones con las propuestas hegemónicas.

Hoggart, el primer director del cauce institucional de los estudios culturales, reclamaba el reconocimiento de una cultura popular urbana, obrera, sobrepasando así la visión de que lo popular se identificaba solamente con la cultura rural. Hoggart persigue la metamorfosis de la cultura popular en las dinámicas de la urbanización a partir de los valores, las costumbres, la moral, las formas de socialización. Al decir de Passeron, estuvo muy rápido a contracorriente de los cultural studies que le sucedieron, los cuales describirían la disolución de la cultura popular en la cultura de masas en tanto productos de los medios masivos.¹⁶ Si algo valioso pudiéramos señalar en el pensador inglés, fue su insistencia en que había una manera popular de incorporar los productos de las industrias culturales; esto es, de darles un sentido a partir de su experiencia.

Para Mignon, la lectura de Hoggart sobre lo popular aportó en lo relativo a la esencia de lo popular más que en ubicar casi hasta el infinito sus formas y manifestaciones, al sostener que las prácticas populares se caracterizaban por los usos, las actitudes, las tácticas minúsculas, las posiciones negociadas que caracterizan, de hecho, un estilo de vida.¹⁷ O sea, se complejizaba cada vez más la categoría de lo popular y se ponía en crisis su validez para marcos más globales de análisis social. La experiencia de los obreros en los años treinta le permite a Hoggart analizar el contrapunto entre la tradición y el cambio, a partir de cómo se iban dando las relaciones cotidianas, las de la fábrica, la familia, el vecindario, etc. Resalta la oblicuidad de la mirada desde lo popular, el contenido cultural de todo acto de sentido.

En la reflexión teórica sobre lo popular en los cultural studies, la presencia de lo masivo es un hecho, especialmente en lo que ellos mismos llamarían la “cultura popular de masas”. Pero antes de los cultural studies, hubo un hito en esta relación para nada desestimable por sus aportes: Walter Benjamin.

Lo popular y lo masivo

Me parece útil precisar aquí no sólo los universos de explicación de los conceptos de cultura de masas y cultura popular, sino también las relaciones que se les han atribuido. Se habla, incluso, de cultura popular de masas,¹⁸ pero la utilización de esta categoría es esporádica, y más que todo nombra un fenómeno típico en el que nos detendremos. Ha sido desarrollada, como en otras ocasiones, como una categoría de infeliz aplicación.

Es un hecho innegable que cualquier estudio sobre las relaciones entre lo popular y lo masivo tiene en las reflexiones de Walter Benjamin un fértil terreno heurístico. Resulta interesante en este punto su idea del cambio que lo popular va teniendo en la experiencia de la modernidad. “Lo popular en Benjamin está en el cruce de la cultura de la taberna con la experiencia de la multitud: esa nueva facultad de sentir que ‘le sacaba encanto a lo deteriorado y lo podrido’, pero cuya ebriedad no despejaba a la

masa de su terrible realidad social.”¹⁹

Benjamin nos trae la confirmación de que sólo se puede pensar críticamente sorteando la lógica del pensamiento hegemónico. Desde una historia de las percepciones, de ese cambio en el sensorium del que hablaba,²⁰ logra rescatar del París moderno las prácticas de la resistencia de los sujetos menos instruidos, aquellos que componían los nuevos rostros de la industrialización y la vida urbana. La experiencia de la modernidad es la experiencia emergente de los grandes éxodos hacia la ciudad, que configuran en muchedumbre una manera nueva de relacionarse, una congregación pública distinta, un desplazamiento, ante todo, epistemológico, de posición teórica y política. La de Benjamin es una vuelta al sujeto popular en su potencialidad, no sólo visto ante la amenaza constante del dominador, no sólo identificable en la contraposición constante, sino visto también en su adaptabilidad al entorno.

Las categorías cobran sentido a partir del referente empírico que se proponen describir. Por ello resulta pertinente emprender un breve itinerario por la reflexión sobre la cultura de masas y la cultura popular desde las coordenadas de la reflexión latinoamericana, a mi juicio heredera de todo el saber que le antecede, en especial de los europeos (Benjamin, Bourdieu, Williams, Hoggart, Thompson, Gramsci, etc.).

Entre medios y mediaciones, entrever lo popular

Hay que partir del hecho de que a Jesús Martín-Barbero, pionero de los estudios culturales mediáticos latinoamericanos, le interesaba la relación entre lo popular y lo masivo. De ahí que su interés se centrara en tres aspectos fundamentales: primero, el proceso de gestación de lo masivo con lo popular como matriz; segundo, lo que llama “los modos de presencia/ausencia, de afirmación/negación, de confiscación y de-formación de la memoria popular en los actuales procesos de massmediación”; y, por último, aunque no menos importante, los usos populares de lo masivo.²¹ En este sentido, el autor se interesa por lo popular como ese lugar desde el que se hace posible, históricamente, abarcar y comprender el sentido que van adquiriendo los procesos de comunicación en la historia. Resulta útil la visión de lo popular de este autor español, seducido por América justamente en su re-definición a partir de dos movimientos cruzados: el que le propiciaba su acervo europeo de teorías y referentes empíricos y la mentalidad americana, que dota de un sentido muy peculiar cualquier análisis sobre la dinámica social en el continente. Al recuperar la historia, y con ella la cultura, su perspectiva pone en diálogo las prácticas comunicativas –su objeto– con los movimientos sociales, el modo como lo popular “se inscribe constitutivamente en el análisis de los procesos culturales.”²² Había que romper con la idea, aún persistente, de que lo masivo, que promueven las industrias culturales, es popular. Sería, dice, como “confundir el rostro con la máscara, y lo que importa es saber para qué se usa la máscara”.²³ Lo popular se identificaba, sobre todo por parte de los optimistas radicales, con lo alternativo; es decir, con aquellos grupos que viven en reductos en el perímetro social, y este es también un exceso que critica.

Para Martín-Barbero, pensar hoy en la América Latina lleva en sí la escala de la complejidad. “Y estamos descubriendo estos últimos años que lo popular no habla únicamente desde las culturas indígenas o la campesina, sino también desde la trama espesa de los mestizajes y la deformación de lo urbano, de lo masivo.” “Que, al menos en América Latina, y contrariamente a las profecías de la implosión de lo social, las masas aún contienen, en el doble sentido de controlar pero también de tener dentro, al pueblo. No podemos entonces pensar hoy lo popular actuante al margen del proceso histórico de constitución de lo masivo: el acceso de las masas a su visibilidad y presencia social, y de la masificación en que históricamente ese proceso se materializa”.²⁴

En el estudio de la cultura popular, lo que le interesa a Martín-Barbero es “no lo que sobrevive de otro tiempo, sino lo que en el hoy hace que ciertas matrices culturales sigan teniendo vigencia, lo que hace que una narrativa anacrónica conecte con la vida de la gente”.²⁵ Y ese es el sentido de lo popular, sobre todo en la América Latina. Una historia de esta categoría en estas tierras da cuenta de otro tipo de dinámicas que vislumbra Martín-Barbero, quien quizás por venir de fuera y tomar distancia, vio de cerca estas complejas relaciones que operan en las culturas. Esa es su posición, surgida a partir del objeto mismo que se proponía estudiar, y que tiene que ver sobre todo con cómo se dan estas relaciones entre lo popular y lo masivo en las telenovelas, por ejemplo, aunque también estudia otros espacios comunicativos y culturales.

Ni folklóricos ni masivos: los formatos modernos de lo popular

En uno de sus libros más tempranos, felizmente premiado por Casa de las Américas, Néstor García Canclini planteaba: “para redefinir qué es hoy la cultura popular, necesitamos una estrategia de estudio capaz de abarcar su producción, su circulación y su consumo”.²⁶ Y ello con la intención de dejar de asumir la cultura como un instrumento y comenzar a pensarla como un tipo particular de producción: aquella que concierne a los procesos desde los cuales se comprende, se reproduce y transforma el mundo y se lucha por la hegemonía. De alguna manera, los cultural studies habían impulsado estas estrategias en el estudio de la cultura más general, y de la cultura popular específicamente, según Jenks.²⁷

En particular en lo referido al término “cultura popular”, además de reconocer su preferencia por la utilización en plural, García Canclini confiesa preferir “esta designación a otras empleadas por la antropología, la sociología y el folklore –cultura oral,

tradicional o subalterna—, que suponen cierta posibilidad de reducir lo popular a un rasgo esencial. Si bien usaremos ocasionalmente la expresión ‘tradicional’ para dar cuenta de un aspecto o un tipo de cultura popular que se constituye en oposición a ‘la modernidad’, habrá que leer siempre esas palabras entre comillas (aunque no las lleven, para aligerar el texto), como fórmulas utilizadas por su valor operatorio, para identificar fenómenos, no esencias, que existen y necesitan ser nombrados, pese a no ser determinantes”.²⁸

La cultura popular no se entendería como “expresión” de la personalidad de un pueblo, como concibieran los románticos y, de esta forma, en el sentido de una entidad a priori, metafísica. El estudio de la cultura popular pensándola como producción, ponía en crisis el análisis de la cultura atento al estudio de los objetos o bienes culturales, a la investigación que podríamos denominar “de inventario de manifestaciones culturales”. Desde esta visión de García Canclini, concebimos que al explicar esos objetos y bienes de las culturas populares hay que relacionarse con el proceso de producción y circulación social, tanto en su materialidad misma como desde el sentido que se va construyendo en las distintas fases.

Un punto y aparte pone García Canclini con la idea de que “lo popular es vivido por los sujetos populares como complacencia melancólica con las tradiciones”, manteniendo también en claro —y sospecho que saca esta idea de su análisis del proceso de producción, distribución y consumo cultural de las artesanías y las fiestas— que “la preservación pura de las tradiciones no es siempre el mejor recurso popular para reproducirse y relaborar su situación”.²⁹

García Canclini persigue una teoría de la cultura a partir de la intersección del marxismo, la antropología y la sociología, sin desestimar “el aporte de la semiótica a la experiencia de los procesos de significación y del psicoanálisis a los procesos inconscientes de simbolización y sublimación que están en la base de la producción cultural”.³⁰

La explicación cultural de la política, y la explicación política de lo cultural cobran, también desde la óptica de García Canclini, un sitio estratégico entre quienes piensan en/desde la América Latina. El autor se refiere a que en nuestro continente hay razones suplementarias para “revalorar el papel de los factores culturales en la diferenciación y conflicto entre clases, ya reconocido por Marx y Lenin y que, sin olvidar el lugar determinante de las relaciones de producción, amplían en los últimos años algunos marxistas europeos: Edward Thompson, Nicos Poulantzas, etc.”.³¹

Aquel libro de las culturas populares en el capitalismo se concebía para investigar, según su autor, cómo se relacionaban los capitales culturales en medio de los conflictos de clase, lo cual llevaba al análisis de cómo la herencia indígena, la cultura popular campesina, subalterna, eran apropiadas por los sectores dominantes y subalternos, y cómo las recontextualizaban y resignificaban según sus intereses particulares. Pero también —y hay que tener en cuenta que el texto aparece en 1989— investiga en qué medida la lógica transnacional de la cultura en el capitalismo moldea los hábitos y las prácticas, el modo de vida, las formas de conciencia y los recursos que quedan del lado de nuestros pueblos, para reproducir su capital cultural, constantemente vejado y expropiado.

De su perspectiva se deduce que una cultura popular es resultado de una apropiación desigual del capital cultural, de la elaboración propia de condiciones de vida y de la interacción conflictiva con los sectores hegemónicos. Con su visión de la cultura popular —que debe mucho a los planteamientos de Bourdieu y Passeron— de la distinción y la reproducción, García Canclini trata de explicar las culturas populares a partir de su sitio en la modernidad, sobre todo a partir de “las respuestas de las comunidades tradicionales y los pueblos mestizos a la dominación, sus maneras de adaptarse, resistirla o encontrar un lugar para sobrevivir; el objetivo final del libro es proponer una interpretación de los conflictos interculturales en el capitalismo”.³² Se trata de un análisis de lo que llama “la identidad en transformación de las culturas populares”: “al situar las dudas acerca del destino de las culturas populares en el conflicto de clases que las erosiona, hay que interrogarse sobre el futuro y el valor de toda cultura, de las imágenes, o sistemas de pensamiento, las ciencias con que buscamos explicarnos y justificarnos”.³³

Si nos parece útil el análisis que hace García Canclini de lo popular en la América Latina tras aquel libro que daba cuenta del fenómeno, igualmente interesante nos parece la deconstrucción que retoma en *Culturas híbridas* (1990) de las operaciones políticas y científicas que pusieron en escena lo popular. Habla de una teatralización de lo popular con tres actores: los folkloristas, las industrias culturales y el populismo político. Asocia el término de lo popular-tradicional con la visión de los folkloristas; el de popularidad con los medios masivos; y el de pueblo con los políticos. En estos tres casos, el autor los asume como una construcción, una trampa que condiciona su comprensión. De ahí que lo resuelva en la siguiente pregunta: “¿Quién va a discutir la forma de ser del pueblo o a dudar de su existencia?”³⁴ Así, tanto románticos como ilustrados serían cómplices, a partir de la asunción de ambos de lo popular como un ente fiel al pasado rural, negando lo que le iban aportando las nuevas sociedades industriales y los reacomodos urbanos. “Al asignarle una autonomía imaginada, suprimen la posibilidad de explicar lo popular por las interacciones que tiene con la nueva cultura hegemónica. El pueblo es ‘rescatado’, pero no conocido.”³⁵ Es la visión folklórica de lo popular.

Por su parte, para los partidos políticos lo popular interesa en términos del consenso y la legitimación de la hegemonía burguesa: es el pueblo en abstracto el que se moviliza y consiente. Para las industrias culturales, lo popular es lo que se vende como pan

caliente, para decirlo en buen cubano. Obviamente la noción de lo popular, construida por los medios, tiene que ver menos con lo popular que con la popularidad. “No les preocupa guardar lo popular como cultura o tradición; más que la formación de la memoria histórica, a la industria cultural le interesa construir y renovar el contacto simultáneo entre emisores y receptores.”³⁶ El mercado despolitiza lo popular, desterritorializándolo: lo popular no remite sino a los mismos medios y sus públicos.

Para salir de estos reumas teóricos y miopías conceptuales, García Canclini se propone reconstruir una perspectiva para el análisis de lo que llama “lo tradicional- popular”, atento a las afectaciones que sobre ello han tenido las industrias culturales y las culturas de élites. Se trata de una nueva redefinición de lo tradicional que rompe con la idea de que el desarrollo moderno suprime las culturas tradicionales, y para afirmarlo se basa en estudios según lo cuales “en las últimas décadas las culturas tradicionales se han desarrollado transformándose.” Ello ha sido posible debido a la conjugación de, al menos, cuatro factores; a saber: la imposibilidad de incorporar a toda la población a la producción industrial urbana; la necesidad del mercado de incluir las estructuras y los bienes simbólicos tradicionales en los circuitos masivos, para alcanzar aun a las capas populares menos integradas a la modernidad; el interés de los sistemas políticos por tomar en cuenta el folklore con el fin de fortalecer su hegemonía y su legitimidad; y por último, la continuidad en la producción de los sectores populares.³⁷

Un segundo aspecto que expone García Canclini sobre las culturas tradicionales en una dialéctica consecuente –supongo que inspirado en Benjamin y sus sucesores–, es que “las culturas campesinas y tradicionales ya no representan la parte mayoritaria de la cultura popular”. De ahí que ubique el nuevo fenómeno en las ciudades, en lo inter-urbano, y en las nuevas dinámicas internacionales.

Otra premisa de la que parte este autor es que lo popular no se concentra en objetos como artesanías, fiestas, registros musicales o danzarios o inventarios de instrumentos. De ahí que si algo parece estar claro hoy, es que lo popular no constituye un monopolio de los sectores populares y, por tanto, se distancia de la idea de identificar lo popular con el conjunto de prácticas de un grupo folklórico determinado, cristalizando la cultura en un espacio preciso con sujetos específicos; esto, pensando que “en las sociedades modernas una misma persona puede participar en diversos grupos folklóricos, es capaz de integrarse sincrónica y diacrónicamente a varios sistemas de prácticas simbólicas: rurales y urbanas, barriales y fabriles, microsociales y massmediáticas. No hay folklore sólo de las clases oprimidas, ni el único tipo posible de relaciones ínter folklóricas son las de dominación, sometimiento o rebelión”.³⁸

Apostilla

La complejidad misma de lo popular, evidenciada en este acápite dedicado a parte del pensamiento latinoamericano sobre el tema,³⁹ demanda la puesta en cuestión tanto del término “cultura de masas”, como del que nos interesa –esto es, el de cultura popular–, en tanto categorías actualizadas y productivas que expliquen la nueva dimensión que han tomando, toman y seguirán tomando los fenómenos que tratan de explicar en la dinámica de la modernidad, la tardomodernidad o la posmodernidad.

Nunca antes habíamos tenido una percepción tan aguda de que la sociedad es cada vez más reticular en sus configuraciones y de que asiste a una complejidad inédita que ya no se hace visible sin categorías y perspectivas móviles, abiertas, complejas en sí mismas. Los fenómenos aislados resultan cada vez más difíciles de comprender. Se imponen nuevas categorías que no sean puros eufemismos para sustituir los términos trasnochados, sino construcciones teóricas que ayuden a explicar –desde una sólida condición epistemológica– las variaciones contemporáneas de la sociedad o de sus fenómenos específicos.

Notas:

1—Renato Ortiz: “Notas históricas sobre el concepto de cultura popular”, en La Iniciativa de Comunicación (disponible en <http://www.comminit.com>), 2000.

2—Más adelante se comparten las ideas de Gramsci sobre los estudios de folklore y la cuestión de lo popular para poner en su órbita las nociones, conceptos y categorías con los que se trabaja lo popular.

3—Jean-Claude Passeron: “Quel regard sur le populaire? Entretien avec Jean-Claude Passeron par Jöel Roman”, en *Esprit*, n. 283, marzo-abril del 2002, p. 149.

4—Pierre Bourdieu y Jean C. Passeron: *La reproducción. Eléments pour une théorie du système d'enseignement*, Minuit, París, 1970.

5—Patrick Mignon: “De Richard Hoggart aux Cultural Studies: de la culture populaire á la culture commune”, en *Esprit*, n. cit., p. 181.

6—Antonio Gramsci: *Cuadernos de la cárcel*, t. 2, Ediciones Era/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 1980, p. 262.

7—Ibid., p. 120.

8—Ibid., p. 151.

9—Jesús Martín-Barbero: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Convenio Andrés Bello,

- Bogotá, 2003 (1987), p. 11.
- 10—Antonio Gramsci: op. cit., t. 6, p. 204.
- 11—Ibid., t. 1, p. 152.
- 12—A. Cirese: Ensayos sobre las culturas subalternas, Centro de Investigaciones Superiores del INAH, Cuadernos de la Casa Chata n. 24, México, 1979, pp. 51-52.
- 13—Néstor García Canclini: “¿Puede ser hoy marxista la teoría de la cultura?”, en Ideología, cultura y poder, Oficina de Publicaciones del C.B.C/UBA, Buenos Aires, 1995, p. 20.
- 14—Se trata de autores clásicos sobre el tema de lo popular, como Richard Hoggart, sobre todo en *The Uses of the Literary* (1958); Raymond Williams: *Culture and Society* (1958), *The Long Revolution* (1961), *Communications* (1961) y *Marxism and Literature* (1977). No es posible dejar de mencionar a Edward Thompson, cuya obra *The Making of the English Working Class* (1963) citan todos sus sucesores, en franco homenaje a su erudición y claridad sobre el tema de lo popular. Habría que añadir también a Stuart Hall y su trabajo *The Popular Arts* (1964), entre otros.
- 15—C. Jenks: *Culture*, Routledge, Londres, 1993, p. 157.
- 16—De él dice Passeron (Jean-Claude Passeron, op. cit., p. 147): “Hoggart se separa de los intelectuales populistas que se maravillan ante la cultura tradicional de las clases populares, y de los massmediólogos que afirman que el pueblo no es más que un juguete manipulado por la industria cultural junto a las demás clases sociales, todos mezclados en la masificación de las prácticas culturales.”
- 17—Patrick Mignon: op. cit., p. 182.
- 18—Jesús Martín-Barbero: op. cit.
- 19—Ibid., p. 52.
- 20—Walter Benjamin: “Experiencia y pobreza”, en *Discursos interrumpidos*, Taurus, 1973 (1933), p. 25.
- 21—Jesús Martín-Barbero, en Miguel Moragas: *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gilí S.A, Barcelona, 1980, pp. 165-182.
- 22—Ibid., p. 165.
- 23—Ibid., p. 180.
- 24—Jesús Martín-Barbero: *De los medios a las mediaciones...*, pp. xxvii y xxix.
- 25—Ibid., p. xxx.
- 26—Néstor García Canclini: *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen S.A., México, 1989, p. 16.
- 27—C. Jenks: op. cit., p. 157.
- 28—Néstor García Canclini: *Las culturas populares en el capitalismo...*, p. 73.
- 29—Néstor García Canclini: *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México, 1990, p. 218.
- 30—Néstor García Canclini: *Las culturas populares en el capitalismo...*, p. 57.
- 31—Ibid., p. 58.
- 32—Ibid., p. 18.
- 33—Ibid., p. 22.
- 34—Néstor García Canclini: *Culturas híbridas...*, p. 193.
- 35—Ibid., p. 196.
- 36—Ibid., p. 240.
- 37—Ibid., pp. 200-218.
- 38—Ibid., p. 205.
- 39—Cuando me refiero al pensamiento latinoamericano, incluyo a no pocos investigadores que han tocado el tema en la América Latina. Desde el punto de vista conceptual, Martín-Barbero y García Canclini son los más citados. Habría que reconocer la obra de José Luis Romero, Carlos Monsivais, Renato Ortiz, Giselle Munizaga, Paulina Gutiérrez, Rosa María Alfaro, Guillermo Sunkel, entre otros. Para un somero itinerario de lo popular en la América Latina, ver la entrada de *Culturas populares*, a cargo de Jesús Martín-Barbero, en Carlos Altamirano (dir): *Términos críticos de sociología de la cultura*, Paidós, Buenos Aires, 2002, pp. 49-60.

ÚLTIMA MODIFICACIÓN: 4 DE JUNIO DE 2012 A LAS 18:40



0



0