Globethics Repository



Comunicación y cultura en el reino de Big Brother [Communication and culture in the realm of Big Brother]

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	Capriles, Oswaldo
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-16 05:33:59
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/221530

Nueva Sociedad Nro.71, Marzo- Abril de 1984, pp. 42-54

Comunicación y cultura en el reino de Big Brother

Oswaldo Capriles

Oswaldo Capriles Arias: Sociólogo venezolano. Doctor de la Universidad de París (Derecho) en 1962. Postgrado en sociología y economía de la comunicación, con especialidad en políticas culturales y de comunicación (París, 1970-73). Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV (ININCO). Ha publicado, entre otros trabajos: "Poder político y sistema de difusión"; "El Estado y los medios de comunicación"; "Elementos para un análisis crítico del NOII".

Este trabajo pretende señalar la trágica contradicción entre por una parte las culturas populares, con especial referencia a América Latina, y por otra la cultura de masas implantada por los aparatos de difusión masiva y de industria cultural.

Partiendo del enfrentamiento en el nivel teórico entre el paradigma difusionista norteamericano, y el paradigma comunicativo latinoamericano se pasa revista a los modos de intercambio culturales y la constitución de campos culturales (el campo de las élites o de la cultura erudita, el de las culturas populares y el de la cultura de masas) y de allí se fundamenta la situación subalterna que las culturas populares sufren en las formaciones sociales modernas, en especial en la periferia capitalista. La doble función de los aparatos de difusión y de los sistemas de información aparece sindicada de una vampirización de las culturas populares, sujetas a una fragmentación y reducción progresiva. Se señala el doble papel, económico e ideológico, de la industria cultural en la reproducción del modo productivista-consumístico de vida, denunciando no solamente la proliferación de signos-mercancías y de mercancías-signos que caracterizan a la génesis ideológica de necesidades, sino también la producción de un consumidor-cosa, simple correlato de la producción incesante de nuevos mercados, cada vez más signico-simbólicos.

Se propone la hipótesis de una resistencia posible de las culturas populares, a condición de recibir el aporte de una vivificación y revalorizacion proveniente de una actividad consciente de tipo comunicacional, de carácter alternativo y capaz de traducirse en una cultura-acción popular de nuevo tipo.

La communication research norteamericana, primero desde los modelos funcionalistas y neopositivistas y luego con la adición del behaviorismo psicosocial dentro de su campo de acción preferencial ha estado escindido en dos grandes terrenos: el terreno mayoritario, constituido por los procesos masivos de información y difusión; y un terreno menos publicitado, pero bastante activo en cuanto a investigación, prospectiva y aplicación social, cual ha sido el de los llamados procesos de comunicación cara-a-cara o procesos de comunicación interindividual o grupal. Tanto en uno como en otro campo - el primero cercano a la intervención macro, masiva, de los medios difusivos institucionalizados (radio, prensa, cine, televisión, en especial), el segundo más próximo de la investigación antropológica, sociológica y sobre todo psicosocial (trabajo de campo investigativo, aplicaciones en extensión, campañas de pedagogía informal, etc.) el paradigma dominante, proveniente de los fundadores de estas disciplinas en los Estados Unidos y sus aportes sucesivos de tipo teórico y experimental, ponía en juego, fundamentalmente, la relación difusión/desarrollo. La comunicación era vista como un proceso de difusión, de transmisión de un centro activo hacia una periferia pasiva (incluso, en sus comienzos, la teoría era más lineal: emisor-mensaje-receptor) y el aspecto de interés científico mayoritario, en lo prospectivo, era encontrar la relación entre esa transmisión de información y el desarrollo cultural, técnico y social, en tanto componentes éstos de "despegue" económico posible de los países denominados subdesarrollados.

CUANDO DE PARADIGMAS SE TRATA

Las tesis y prácticas de tal paradigma de modernización difusionista, tanto aquéllas que declaraban a los medios masivos como los instrumentos aptos para ello, como las que establecían énfasis en los procesos de extensión, como aquéllas en que medios y prácticas de intervención cara a cara se combinaban en intentos de modificación de conductas sociales, tropezaron, precisamente en América Latina y prácticamente al mismo tiempo, con respuestas contundentes: en el plano macro, la teorización académica de Antonio Pasquali, desde 1963, enfrenta al paradigma difusionista con una tesis a la vez ética y social: la comunicación es un paradigma opuesto al mensaje alocutivo, meramente "informador", unidireccional: la comuni-

cación es diálogo, es posibilidad permanente de reversión de los roles emisor-receptor; en el plano de las actividades a nivel microsocial, las propias prácticas de intervención y extensión generan, a propósito de las campañas de alfabetización, y a través de la progresiva formación del "método Freire", la negación del difusionismo, por obra de las nuevas categorías de comunicación y concientización creadas por Paulo Freire y dadas a conocer en el mismo año.

En América Latina disponemos, pues, de una guía conceptual para pensar, no solamente la "comunicación social" como fenómeno (predominantemente no comunicativo, sino difusivo, informativo, e incluso, en su práctica cotidiana, seudoinformativo) sino como comunicación real a establecer , a través de una redefinición de la democracia.

Y he aquí que ese "paradigma" comunicacional, interactivo, multílogo más que diálogo, o más bien, siguiendo a Baudrillard y a Wilden (que a su vez parten de Mauss, de Levy-Strauss, de Malinowski) ese "intercambio simbólico", nos sirve para enfrentar el reto de la distinción entre los diversos campos culturales que se superponen, solapan y funden en las complejas sociedades actuales, con las características particulares que tales procesos adquieren adicionalmente en formaciones histórico-sociales como las nuestras. Para nosotros, lo que sigue sobre los campos culturales es el contexto que permite entender las posibilidades de una acción cultural de modelo multilogal, o, como hemos venido diciendo desde 1973, una "morfología relacional integrativo-participatoria".

CAMPOS CULTURALES Y CIRCUITOS DE INTEGRACIÓN SOCIAL

Provisionalmente (aún seguimos hablando provisoriamente en estos temas) vamos a referirnos a estos "campos culturales": 1.- Como ámbitos sociales de circulación cultural , históricamente determinados en su aparición y desarrollos respectivos - aunque diferenciados en relación a las diversas formaciones sociales y a las relaciones entre formaciones definidos por tanto en función de bloques históricos, de sujetos sociales, de hegemonías, integrados por conjuntos de significaciones que ponen constantemente en relación, como dice Morin, la existencia y particularmente lo simbólico-imaginario de la existencia social (tanto colectiva como individual), con el saber, con el conocimiento, a través de procesos de codificación/descodificación, y de producción/fusión/destrucción de patrones o modelos; 2.- Como superposiciones-yuxtaposiciones de signos, objetos y comportamientos , y por tanto, como acumulaciones de diferentes procesos de producción - circulación - digestión reconversión de significaciones; en general, de una circulación determinada del

sentido social en sus múltiples y diversas manifestaciones. Los campos culturales tienden a acoger preferencialmente determinadas significaciones en un determinado modelo de agenciamiento genérico , modelo cultural que se asienta en un modelo ideológico, o conjunto final de legitimaciones que constituyen el sentido final del modelo de denominación; 3.- Como circuitos de interacción , los campos culturales no serían otra cosa que la aproximación del tipo modal de producción/circulación/recepción (o más ampliamente, circulación a secas, que indudablemente incluye y sindica las formas de producción/recepción/modulación/reenvío, etc. de los "contenidos"). Pero, precisamente, aquí se pone de manifiesto la dimensión esencial de tipo "comunicacional" que permite en nuestro criterio distinguir ciertas virtualidades profundas, en relación al diagnóstico estructural, pero también en relación a las proposiciones de acción que de él pueden derivarse. En este nivel, los campos culturales pueden ser definidos en función del tipo de morfología relacional predominante , que a la vez se establezca como modelo interior (como circuito de circulación) y como modelo exterior (relaciones del circuito con el resto de la formación cultural). Así, cabe distinguir , siguiendo a Pasquali[1] , la relación de tipo comunicativa, de la relación de tipo alocutiva o "informativa", esta última unidireccional (y unidimensional en términos marcusianos) no transitiva, antidialogal, y por tanto análoga a la relación hombre-máquina.

Vale la pena, además, introducir aquí un esquema adicional de caracterización - en términos de interacción y de circulación - de los circuitos , al interior de la distinción anterior. Antes es menester advertir que la interacción social permite siempre choques o complementaciones entre procesos de relación, por lo que hemos hablado de morfología relacional predominante , que caracteriza al modo dominante de relación entre "hablantes" (o entre sujetos , uno hablante y otro recipiente).

Hay tres tipos, o subtipos de los modos de relación unidireccionales (o predominantemente unidireccionales, intransitivos, manipulatorios) que son: el modo difusivo, el modo diseminativo y el modo divulgativo .[2]

a) En realidad, para nosotros, el modo difusivo es a su vez el más característico de los procesos culturales dominantes en las formaciones sociales contemporáneas redefinidas por la estructura técnica organizacional como modelo de división del trabajo social. La forma es la difusión , que se caracteriza por: un proceso de envío-recepción de mensajes en lenguajes universalmente comprensibles (o al menos con pretensión de universalidad de comprensión) a la totalidad de los públicos o sea, la

[1] Antonio Pasquali: Comunicación y Cultura de Masas . EBUC, Caracas, 1963.
[2] Antonio Pasquali: Comprender la Comunicación , Monte Avila Editores, Caracas, 1978.

globalidad del universo de perceptores posibles (esto también es una pretensión, una virtualidad, una potencialidad) dentro de una unidad geográfica o geopolítica o étnico-lingüística. La difusión significa un proceso de alocución de amplio espectro, que pretende el máximo de oyentes, el máximo de comprensión y que reduce por tanto el índice de ruido externo al canal, así como utiliza un código o conjunto de códigos de máxima amplitud y mínima dificultad de asimilación.

b) El modo diseminativo , cuya forma es la diseminación , implica: procesos de envío-recepción de mensajes elaborados en lenguajes especializados, o con utilización de códigos cerrados (lenguajes cifrados, preexistencia de bagajes específicos y poco comunes de conocimiento-saber) a perceptores de un grupo restringido o selecto. Implica este modo, una suerte de "espíritu de cuerpo", de segregación de los extraños, que se manifiesta en cosas tan banales como la letra "difícil" de los médicos.

c) El modo divulgativo , cuya forma es la divulgación , se caracteriza por: procesos de envío-recepción de mensajes que constituyen transcodificaciones del acervo cultural típico de los procesos diseminativos , para vertirlos en lenguaje típico del modo difusivo; de manera que se trata de un proceso que pretende atrapar los contenidos propios de los modos diseminativos para llevarlos, mediante una transformación semántica de "reducción", a un lenguaje o a códigos mucho más pobres en significaciones y por tanto más accesibles a las mayorías. Es el caso característico de los libros de divulgación científica, o en su modo más popular, el caso del llamado "periodismo científico". Pero ciertas formas de la acción literaria, de la "crítica", serían también divulgación.

De alguna manera, los tres modos (el difusivo, el diseminativo y el divulgativo) son especies de difusión, porque todos implican una dispersión (más o menos cerrada o abierta) a partir de un centro emisor hacia una periferia receptora; porque todos implican diversas formas de manipulación del lenguaje, de los códigos (o, lo que puede ser peor, de las "transcodificaciones") y porque todos implican una relación entre el bagaje cultural del emisor y el del receptor en términos de compartir códigos, estereotipos, patrones y hasta posibilidades de "insights gestálticos" de una misma "pertenencis" cultural.

En cuanto a los modos divulgativo y difusivo , ambos coinciden en perseguir a un público masivo, es decir, a un conjunto indeterminado pero definido en dimensiones de "máximo alcance"; el uno (el difusivo) para introducir, inyectar, reiterar mensajes, estereotipos, reacciones primarias; el otro (el divulgativo) para reenviar, aclarar, hacer comprensibles, mensajes de la cultura "culta", de la ciencia, de las hu-

manidades, al público corriente; es decir, para transcodificar un saber que a partir de un momento histórico comienza a ser de necesaria utilización "técnica" por las clases dominadas. De manera que vemos aquí tres tipos de ilusiones-espejismos que funcionan sin embargo realmente como diferenciadores sociales:

1. Una voluntad de los componentes de un circuito diseminativo de permanecer en un determinado grado de aislamiento, secreto o elevación intelectual, social, grupal; atildamiento, exhibicionismo, diletantismo; y ello frente a la totalidad o "el resto" de la sociedad.

2. Una voluntad de convencer, inculcar; persuadir en el mejor de los casos, manipular en el peor; se trata en el caso de la difusión (la más característica, la difusión masiva moderna) de establecer, reforzar, reproducir las formas simbólicas, significativas de dominación, de posibilitar la regeneración y ampliación constante de las estructuras económicas de esa dominación, que sólo pueden reproducirse ampliadamente a través de procesos de convencimiento, de domesticación, de inculcación actuando entre sí en forma sinérgica. Aquí se trata de la dominación por el consenso, de la ficción democrática, de la unidad nacional, de la "identidad nacional", etc., que legitiman como ideología el dominio burgués. De la misma manera, el mismo epicentro, el mismo emisor de clase mantiene la distinción y la separación de los procesos diseminativos de tipo científico, de tipo humanístico, de tipo técnico, para, pasando a otro nivel, y sin contradicción aparente, de la exclusión a la inclusión, de la marginación a la solicitación, del conflicto al consenso , llegar a la cultura masiva, al ideal político de la igualdad-confraternidad-libertad y al ideal económico de la igualdad de oportunidades dentro del mercado. Y es el mismo emisor dominante el que dispensa los beneficios del saber distintivo, culto, técnico, cuando ello es necesario, a las masas, a través de procesos de divulgación , que encajan entonces en la compleja dialéctica del sistema educativo, con su doble mecánica de exclusión-selección y su permanente establecimiento de estamentos, subgrupos y "cohortes", sirviendo de aperitivos, ritos de pasaje y hasta de mecanismos de catarsis en todo caso para las clases subalternas (una dimensión adicional de los procesos divulgativos es el refuerzo del prestigio de la ciencia y de la técnica y de su estatuto "dado", intocable, "natural").

LOS CAMPOS CULTURALES

Se han señalado tres grandes momentos históricos en que la cultura hace acto de presencia como la conciencia lúdica de su propia existencia en tanto que práctica social diferenciadora y afianzadora: la Grecia clásica, el Renacimiento y el momen-

to de transición del ancien-régime , en que surge con su propio nombre la consagración aristocrática del término cultura . Para nuestros efectos, y sólo a modo de recuento en la ubicación histórica del problema actual, debemos recordar que la cultura aparece como un término proveniente de las prácticas agropecuarias, cuando en el siglo XVII se incorpora en forma creciente al lenguaje distintivo de la nobleza y de los primeros grandes burgueses. Ya en el Renacimiento, las repúblicas italianas, algunas comunidades hanseáticas y holandesas y algunos burgos franceses o españoles habían albergado élites más o menos restringidas, los principados alemanes y luego los imperios rivales de la Europa colonialista habían institucionalizado el mecenazgo y, por tanto, el desarrollo de núcleos de "públicos selectos" unidos por la actividad del productor-diseminador (mecenas). La cultura de los relativamente recién alfabetizados nobles o burgueses era aquélla que incluía las humanidades clásicas, que empezaba a teñirse de laicismo o al menos de escepticismo, que se hacía más y más hedonista, que se definía más y más en las buenas maneras el estilo y la forma (de allí comienza a decirse la insolencia: la cultura es aquello que queda cuando se ha olvidado todo). La cultura es el arte de cultivarse o de cultivar a otros, como la cultura de las plantas o los animales es el arte de perfeccionar su tamaño, sus formas, su belleza y sobre todo su rendimiento .

1. El campo cultural de la "cultura elitesca"

Tal es la cultura elitesca , la cultura humanística erudita que Morin define así: "Así, la cultura cultivada es plenamente una cultura, en el sentido en que opera una dialéctica comunicante, estructurante y orientadora entre un saber y una participación en el mundo; pero ella es restringida tanto por el campo social de su extensión - limitado a una élite - como por su papel parcial en relación a esa élite, cayos miembros obedecen de hecho, en cuanto se trata de sus pasiones o de sus intereses, a otras incitaciones culturales o pulsionales... La cultura cultivada aparece como una suerte de supercultura quinta esenciada ..."[3]

De allí que a partir del Renacimiento surja la famosa noción del hombre culto, del "honnete homme ", ilustrado, dedicado al perfeccionamiento de sí mismo. Aquí es necesario ya introducir el evidente carácter de clase con que surge esta idea de la cultura, que va a absorber las humanidades clásicas, pero también las ideas filosófico-políticas de la ilustración, y aún las buenas maneras y la educación mundana.

a) La cultura elitesca, erudita , "cultivada" (valga la redundancia preferida por E. Morin, cuya línea de desarrollo del tema acogemos en lo relativo a este campo cultural), se define a sí mismo como única, "diferente", autovaloradora. Y, en efecto, se

[3]Edgar Morin: "De la Culturanalyse a la Politique Culturelle". Communication N° 14, París, 1969.

trata de la cultura con mayúsculas, en el mismo sentido con que el ancien régime europeo reservaba el término a las potencialidades de autodesarrollo del hombre de cuna, de estirpe. Cultura que, con su unicidad profunda, su "eticidad", su esteticismo, su pretensión universalista (que no "universalmente socializable") se va a convertir en la cultura de la burguesía triunfante después de la serie de revoluciones de los siglos XVII y XVIII (la inglesa, la francesa, la norteamericana), amparándose ahora en los principios "universales" de libertad, igualdad, confraternidad. . .

b) Este primer campo cultural, el campo de la cultura elitesca, cultivada o erudita, es a la vez el lugar desde el cual la cultura se autodefine valorativamente, diferenciadoramente. Entonces, la burguesía se va a encontrar en una terrible contradicción: por una parte los ideales políticos de la revolución burguesa proclaman la efectiva igualación, la confraternidad de una cultura universal, así como el mercado y el juego oferta-demanda (la mano invisible) deben caracterizar las relaciones económicas. Pero de la misma manera como surge, se consolida y desarrolla una nueva explotación del hombre por el hombre, mil veces más profunda, exhaustiva y feroz que las anteriores; asimismo la diferenciación cultural de una cultura privilegiada, patrimonio de la clase dominante, resurge, se consolida y reproduce, esta vez sobre la base del poder económico, más que sobre la base de la progenie aristocrática y los preceptores y protegidos de la nobleza. A la cultura del "ser" cultivado, sucede entonces la cultura del tener, de la posesión del objeto cultural. La nueva cultura cultivada, la de la burguesía, que es la que se universaliza definitivamente como modelo mundial, es un conjunto de modos diseminativos de transmisión de saber y de "disfrute" estético . Conjunto de conocimientos que se acumulan, se inventarían, se clasifican, se superponen, a través de una conexión en raíz (el árbol de las ciencias, las "raíces" culturales, la "tradición", etc.), sólo accesibles por códigos y claves herméticos.

c) Así pues, a la cultura elitesca corresponden los circuitos diseminativos, y sólo secundariamente, de manera desvalorizada, convenientemente reducida, se permiten otras transmisiones ulteriores, de tipo divulgativo , o de tipo difusivo hacia públicos o destinatarios más vastos. El papel privilegiado, diferenciador de la cultura elitesca se conservará, pues, hasta la actualidad, haciéndose simplemente cada vez más "comercial", cada vez más penetrado por la ideología de mercado. Y ello es así en la misma medida en que las relaciones culturales se hacen cada vez más relaciones de mercado: los públicos selectos se convierten en mercados; el mecenas es sustituido por el editor, por el marchant , por empresas que producen y distribuyen los objetivos y mensajes culturales, creando así circuitos diseminativos económicos de intercambio, entre el "creador" (artista, humanista, literato, científico, filósofo) y

los destinatarios, aún privilegiados, de sus mensajes . El circuito económico se hace principal, definidor de los valores estéticos y los circuitos secundarios se constituyen (como la crítica) en relación a ese intercambio de bienes, considerados como mercancías signos. Cuando advienen históricamente los diversos medios de reproducción mecánica o técnica de mensajes (técnicas gráficas, cinematografía, radio y TV/video, etc.) el circuito elitesco hace lo posible por conservar su carácter diferenciador, especialmente a través de la apropiación del original de la producción artística, literaria o humanística. Los amateurs, coleccionistas, o los públicos de las revistas, publicaciones, museos y espectáculos elitescos (teatro, cine-arte, danza, etc.) van a mantener cuidadosamente diferenciado su circuito (y su régimen de funcionamiento) de los circuitos cada vez más abundantes de tipo divulgativo o de tipo difusivo, especialmente después de la multiplicación de los medios masivos de difusión. La alta burguesía constituye ese público privilegiado, con subdivisiones en diversos subsistemas o circuitos diseminativos, cada uno con sus códigos, con sus lenguajes iniciados, con su cohorte de intelectuales provenientes de las clases medias, desclasados y convertidos a su vez en creadores de ideas o belleza. La intelligentsia surge así como una capa social especialmente ambigua, contradictoria. Así la cultura cultivada, "que es para las clases dominantes un ornamento, un lujo, un disfrute, es para la intelligentsia al mismo tiempo su substancia y una experiencia ontológica fundamental...

d) Es importante señalar que la contradicción entre el intelectual y la burguesía se dobla de un permanente conflicto entre la naturaleza " desinteresada" del producto intelectual, del mensaje artístico, de los contenidos cultivados, por una parte, y por la otra, del valor mercantil creciente de los mismos, contradicción que se complejiza por la reproductividad técnica de la obra (del mensaje) y por las consecuencias de la constitución de mercados cada vez más vastos en el nivel "divulgativo" (ediciones baratas, libros de bolsillo, afiches, reproducciones, obras en serie, etc. etc.). Además, la intelligentsia, los intelectuales, van a inscribirse, junto con sus públicos, en una permanente tensión - muy relacionada con los cambios económicos y con las coyunturas políticas marcadas por las tensiones internas entre sectores burgueses - entre tradición y vanguardia, entre Academia y subversión cultural, o entre "antiguos" y modernos[4]. La lucha será por la ruptura y reconstitución de los códigos; por la posesión del poder cultural (con tendencias a que el vanguardista desmelenado de hoy sea el académico del mañana), cumpliéndose así una función importante de destrucción-reconstrucción del saber a través de nuevos modelos, de rupturas del lenguaje, de nuevos equilibrios más audaces y recónditos. Pero toda esta revolución, esta lucha entre subversión y conservación del orden predominan-

[4]Idem.

te se sigue dando dentro de los circuitos diseminativos de la cultura elitesca , a veces intentando trascender sus límites, buscando conexiones política o populistas con las masas, buscando inserciones y raíces en lo popular, pero finalmente permaneciendo en el nivel lingüístico, semiótico, simbólico demarcado por los límites de la élite.

2. El campo cultural de la "cultura popular"

Es importante destacar que la cultura de élite se define siempre en contraposición al vulgo; por tanto, sólo puede comprenderse la cultura elitesca (y sus circuitos segregativos, diferenciadores, portadores de valores de distancia y superioridad), en relación a lo que podríamos llamar los procesos socioculturales populares, o más claramente: la cultura elitesca se define, se opone y se complementa a la vez, y sólo así se comprende, en relación a la cultura popular . Como el concepto de cultura popular se encuentra mucho más cercano a las discusiones que constantemente se suscitan acerca de la promoción cultural , conviene pasar a subrayar algunas nociones acerca de ese otro polo de la interacción cultural, que es el polo popular. Desde luego que es necesario aquí también plantearse el problema en términos históricos: los modelos esgrimidos en relación a lo que sería una "cultura popular" son tomados de un pasado aún cercano, tanto de nuestra propia historia (época indígena anterior a la colonización, época agropecuaria, etc.) o, con igual razón, del pasado occidental, encontrando con frecuencia en los fines de la Edad Media y comienzos del Renacimiento, y luego en los procesos de aparición de las llamadas "culturas nacionales", el esquema emblemático de lo popular.

a) Cuando un autor como Mikhail Bajtin señala con profundo acierto las características de los procesos de expresión cultural popular en la Edad Media y comienzos del Renacimiento, insiste en el carácter cíclico de las manifestaciones colectivas, en las que se producía un enfrentamiento con la cultura dominante de raigambre religiosa, dominada por el calendario eclesiástico, por los valores "espirituales", por la privación y por la imposición (y aceptación) de la "naturalidad" del poder de los señores[5]. Esos enfrentamientos resurgían periódicamente y se incorporaban al patrimonio cultural, bajo la forma de transgresiones, de rupturas, a veces con rasgos de marcada subversión simbólica: inversión topológica de los "lugares" o costados sagrados (izquierdo contra derecho, lo de abajo se sube; el santo es volteado boca abajo o patas arriba; inversión del sentido global: la antimisa, la misa en burla, los bailes de "locos" disfrazados de obispos o de señores; las anticeremonias; las inversiones del sentido del cuerpo: recuperación de las funciones fisiológicas del comer,

[5]Mikhail Bajtin: La Cultura Popular en la Edad Media y Renacimiento , Barral Editores, España, 1974.

de excretar; exaltación de lo vulgar, de los orificios del cuerpo, de lo erótico; inversión de las jerarquías sociales; verdaderas explosiones de "antisentido" en tanto ruptura de lo sígnico-simbólico dominante).

b) Pero lo popular, como conjunto, se conforma por inducción desde el poder, a la vez que en contradicción constante con él. Finalmente, lo popular ha sido siempre un compuesto, largamente digerido y sedimentado, profundamente complejo y profundo, enraizado, de componentes ideológicos que provienen del modo de dominación y que legitiman dicho modo y a su clase dominante, aunque funcionando a la vez taumatúrgicamente , esto es, como medio de aceptación, de resignación funcional a las duras condiciones de existencia. Es decir, la cultura popular ayuda a sobrevivir, a salvarse del suicidio y la desesperación. Pero dialécticamente, acumula en un polo de rebeldía los elementos necesarios para el combate cultural: cuando surgen las coplas de nuestras guerras federales, derrochando ingenio y agudeza, desvalorizando a los godos, a los oligarcas, se trata de la apertura busca de un conjunto de procesos de acumulación de rebeldías, de juicios críticos, de rencores y tomas de conciencia a la vez, que coexistían con los rituales de aceptación, con los estereotipos y aún con los prejuicios inconsecuentes que operaban el dominio cultural cotidiano. Estas coplas se oponen, pues, al refrán conformista, al acto de discriminación racial o sexual muchas veces practicado por quienes también son sujeto pasivo de discriminación. Así, hay que hablar en el seno de las "culturas populares" de un polo de conformismo, de "reproducción" del status quo, frente a un polo de rebeldía, de ruptura o subvención social. Pero aquí esta oposición-complementación dialéctica es más grave, más profunda y más extensa socialmente, ya que recubre más cercanamente la lucha de clases. Es decir: en la cultura elitesca, la oposición entre vanguardia y tradición es parte de un circuito más o menos cerrado, deliberadamente desconectado del resto de la sociedad (clases subalternas) y refleja, a lo sumo, las contradicciones entre sectores de la clase dominante; en el caso de los procesos culturales populares, la contradicción entre subversión y reproducción apunta a la situación de las clases dominadas o subalternas dentro de la formación social. Pone al descubierto el carácter heterónomo de esa misma "cultura" y de la posición del sujeto social dominado en la relación de dominación. La cultura popular es, por definición ahora, una cultura subalterna, dominada, penetrada en parte cuantitativa y cualitativamente por los mecanismos y modelos de la cultura docta o elitesca dominante, y sobre todo por los mecanismos que esa cultura elitesca pone en marcha (a través de la divulgación dosificada, de la manipulación, de la inculcación difusiva) para relacionarse con lo popular.

c) Por otra parte, es conveniente hablar de "culturas populares" más que de una cultura popular. Los procesos culturales "populares" nunca han sido, ni son, unidades de escala nacional en el sentido de los grandes Estados nacionales, por más que la burguesía haya intentado su consagración como culturas nacionales para justificar primero las grandes condensaciones económicas de los capitalismos nacionales y sus contradicciones, y luego para diluir, ocultar y diferir las contradicciones internas de las formaciones nacionales, así como para solicitar un consenso y generalizar estereotipos, emblemas, lugares comunes de una dominación que revierte hacia la contradicción interno/externo los más graves problemas de la lucha de clases y por tanto de su propia dominación, remitiendo todo a un ideal nacional de competencia, de concurrencia, de rivalidad boba y manipuladora.

d) Las culturas populares (o mejor, los procesos socioculturales populares) son procesos caracterizados por su carácter local, por su ámbito variable pero limitado, por su lentitud de evolución en el tiempo; por su sujeción a los ciclos del trabajo, del calendario agropecuario, de las fiestas y celebraciones de las ocasiones y los ritos de pasaje y de ratificación, por una relación, en fin, realidad-mito que se plantea como un registro variado.

e) Frente a la cultura elitesca, y frente a las diversas formas de dominación ideológico-cultural (religión, nacionalismo, populismo, publicidad, consumo, etc.) dirigidas a absorber lo popular, o a utilizarlo, se da con frecuencia la reacción pasiva, que opone una suerte de resistencia callada, y que se manifiesta por brotes esporádicos o el rechazo. Es contra lo popular que la teoría de modernización y su explicación difusionista proponen el hombre transicional, moderno, como sujeto ideal de la transformación de las famosas estructuras dualistas en los países subdesarrollados. El sujeto urbanizado, trasladado, convencido por la publicidad, teledirigido por los medios, después de haber sido desraizado de su ambiente, de sus ciclos cotidianos, de sus habilidades y puntos de referencia, de sus relaciones familiares y amistosas, de su contexto sígnico-simbólico, arrastrado a los cinturones suburbanos, individualizado a pesar suyo, yuxtapuesto a sus semejantes en todas las actividades de una sociedad competitiva, agresiva y distanciadora, queda convertido quizás en algo muy parecido al modelo que le presentan los esquemas de la ideología del consumo: más que un hombre "transicional" como lo definen los funcionalistas, es un hombre sometido; agresivo, sí, pero profundamente sometido y conformista.

HELLO KITTY! - SAID BIG BROTHER - LET'S TAKE A TRIP TO DISNEYWORLD!

La desviación, frente a la cultura popular (la más grave a mi juicio) es la que identifica los procesos de cultura industrial , producida esencialmente como intermediación del modo de producción capitalista para la activación ideológica de las necesidades (y por allí para su reproducción ampliada en tanto producción-circulación-consumo dentro del modelo explosivo productivista/consumista), con los procesos socioculturales populares , acercando lo que en nuestra opinión son dos modelos de producción/circulación/recepción sígnico-simbólica muy diferentes, en especial si se les considera dentro del esquema que por aquí hemos privilegiado de la morfología relacional , más que en términos de contenidos, o de transformación simbólicas. Esta "desviación" se entenderá mejor al analizar las relaciones entre lo popular preexistente (y a veces superviviente) y lo masivo sobreviniente en el seno de las formaciones sociales capitalistas, y en especial (por sus efectos específicos) en el seno de sociedades como la nuestra, colocadas en el ámbito periférico de dicho capitalismo así como de la relación mundial que el esquema de poder capitalista establece con las otras situaciones geo-socio-históricas.

Basta recordar aquí los múltiples análisis que se han ocupado de la compleja y multiforme industria cultural masiva capitalista, productora de lo que se ha denominado la "cultura de masas". Adorno, Horkheimer, Marcuse, Benjamin, Bell, Wright Mills, Morin, Moles, Enzensberger, Baudrillard, muchos son los autores y variadas las tesis y conclusiones. Todo el mundo habla de la manipulación, del imperialismo cultural, del colonialismo ideológico y de otros tantos conceptos similares o parecidos. Pareciera que los gigantescos aparatos tuviesen una función definida por alguien situado "fuera de la ideología" para manipular, dirigir y determinar los comportamientos sociales individuales y colectivos. Aclaremos de una vez que la llamada industria cultural capitalista, de base comercial-publicitaria , y su inserción social global en términos de producción, circulación y recepción de mensajes (cultura "de masas") no puede ser visto sólo como una "ideología", una "superestructura":

La funcion esencial del parato masivo ¨**es la de intermediar entre produccion y consumo¨es , basicamente , la de desarrollar genéricamente(modo de vida , estimulación y ampliación global) y especificamente (publicidad concreta de artículos y servicios concretos) la circulación de bienes y servicios par ala ampliacion exponencial que el capitalismo exige.**

Y es allí dpmde está la verdad manipuladora fundamental del aparato difusor masivo fundamental y de sus funciones o mensajes. No hay un ¨imperialismo cultural¨separado y disinto , más allá de la funcion primordial de **consituir el consumidor** , de desarrollar el triple consumo : de los signos-mercancías, de las mecancías-signos y el de segundo grado de cada uno de ellos efectuado a través de otro.Desde luego que lo político no va a contradecir en terminos de orientación de los contenidos (mensages) el cuadro ideológico fundamental y coherente de la ideológia económica del consumo;es más, es cada vez mayor la intevención de un específico modo de enfoque de todo lo politicamente peligroso para la estructura capitalista, que se traduce en un tratamiento cada vez mas agresivo al estilo de la ¨guerra sicológica¨ como dice Mattelart.Pero lo cotidiano , lo esencial en la marcha interna del capitalismo periférico , es la acelaración de este consumo que no es sólo de mercancías , sino de signos y de consumidores.

Como dijo justamente Baudrillard *"hoy en día, la mercancía es inmediatamente producida como signo como valor/signo, y los signos, es decir la cultura como mercancía. . . nada de lo que es hoy producido o intercambiado (objetos, servicios, cuerpos, sexo, cultura, saber, etc.) es ya estrictamente decodificable como signo ni estrictamente mesurable como mercancía... todo parace remitirse a una economía política general cuya instancia determinante no es ya la mercancía ni desde luego tampoco la cultura..."* [6]

Y no se trata aquí de la queja por el consumismo; se trata más bien de un problema que lo trasciende: el de la consumatividad, que como la define Baudrillard no es otra cosa que el modo consubstancial, estructural de la productividad. La lógica interna y externa a la vez, del capitalismo productivista-consumista obliga a no poder hacer otra cosa que reproducir la producción de bienes a través de la producción de signos y no poder hacer más que reproducir incesantemente los signos a través de la producción material. Por lo demás, las tendencias del aparato masivo, que ahora se dan con más fuerza, vuelven a lanzar la concentración en el polo emisor, no ya sólo de empresas y conglomerados sígnicos, sino de sectores: los servicios, las técnicas, el hardware y el software, la formación, el know-how, la publicidad : verdaderas espinas dorsales verticales, horizontales, oblicuas, que recorren y unen lo económico clásico (lo "estructural") con lo sígnico, a través de todas sus mediaciones y relaciones. En el polo receptor, se aprecia el efecto combinado, por tanto también la concentración; a la sinergia de los medios, de los mensajes, de los objetos y las marcas corresponde una sinergia de la despersonalización. El joven que se moviliza sobre una "Yamaha", cuya marca se repite en la chaqueta, más arriba de pantalones "Levis", cuyas identificaciones son visibles desde todos los ángu-

[6]Jean Baudrillard: Economía Política del Signo , Siglo XXI Editores, México, 1974.

los, a continuación de los zapatos "Adidas" con enormes letras refulgentes, protegidos del atronar de la moto por el visible reproductor "Sony" y sus impenetrables audífonos, enarbolando otras cuantas marcas en diversos sectores de su persona y pertenencia, ya no es un "consumidor", es, él también, un signo más: un signo-mercancía, que es vendido y vuelto a revender incansablemente por el aparato más mediático y sus prolongaciones, y que es consumido por sus semejantes, en una indetenible multiplicación de la relación difusivo-consumística (es decir, sin consumación, en la angustia perenne de la no satisfacción, por carencia o por indiferencia de la que se quiere salir). Y lo mismo puede decirse de toda la realización enajenada del "sin sentido" social predominante en todas las capas sociales penetradas por la industria cultural.

Desde luego que es posible luchar contra todo esto. Lo creemos así. No estamos de acuerdo tampoco en que el diagnóstico se agota en la sociopolítica de la difusión masiva, es decir, en el análisis del emisor, en la descripción del solo poder emisor y sus mecanismos de inculcación, sus enlaces y relaciones y la sinergia de sus procedimientos. Hay que analizar qué pasa del otro lado, del lado del receptor, de los públicos; hay que averiguar el funcionamiento de los públicos; hay que averiguar el funcionamiento de los mecanismos sicosociales, económico-estructurales, ideológicos, que condicionan y permiten la manipulación . Hay que revisar la actividad del receptor, su supuesto carácter de "víctima pasiva", para dictaminar acerca de las transformaciones y posibles recreaciones, devoluciones, reelaboraciones de los signos que llueven sobre los públicos masivos, sobre las masas.

Pero esto no quiere decir, de ninguna manera, que los procesos puestos en marcha históricamente a partir de la generalización de la industria cultural y del más amplio aparato de inculcación (que incluye otras instituciones y procesos concomitantes) sean netamente diferentes de los procesos de interacción popular del tipo de los que han servido para caracterizar histórica y estructuralmente las llamadas "culturas populares". No hay una base común que permita una identificación o aproximación entre procesos relacionalmente, morfológicamente, tan diferentes . Los procesos culturales "populares" son procesos subyugados, cada vez más fragmentarios y dispersos; precisamente, no tienen otra cosa en común con la cultura masiva que el hecho de que ésta utiliza, fagocita, absorbe y reutiliza determinados contenidos, determinadas formas, determinados símbolos, emblemas, significaciones o retazos de significaciones, para reconstruir - con su técnica del mosaico mensajes de inculcación. La cultura masiva, o mejor, el aparato que la origina - la industria cultural - es por definición parasitaria: devora, vampiriza a las manifestaciones de la cultura elitesca y con mayor delectación y provecho aún, a las culturas

populares. Tal es su forma particular de expansión: no sólo impone la forma difusiva, es decir, intransitiva, unidireccional, de transmisión sígnica, la cual tiende a convertise en paradigma de relaciones cada vez más elusivas, alienadas, entre los sujetos sociales, sino que ejecuta su expansión por la vía de la absorción y reelaboración de los contenidos (formas, gestalts, patrones, modelos, etc.).

Esa relación a través del parasitaje podría hacer pensar en una cercanía a nivel de los procesos de recepción y reelaboración en los sujetos sociales, entre cultura de masas y cultura popular. Pero si enfatizamos lo realmente propio y salvable a través de una acción alternativa de lo popular, vemos que la cultura popular puede ser revalorizada como paradigma en términos como los siguientes:

- autogeneración de significaciones a nivel de comunidad, aún con influencias e inducciones, pero con un proceso propio, generalmente largo e intenso de digestión, de mestizaje, de combinación y reelaboración histórica

- participación generalizada tanto en la producción como en la circulación del sentido, en términos tales que no hay una división social al interior del proceso, sino sólo asunciones de roles simbólicos

- unicidad "en raíz" de experiencias, saber, códigos y patrones. Es decir: una relación rica pero estructurada y estructurante entre la existencia y el conocimiento, vía patrones y signos/códigos que se van adaptando a esa estructuración y que permiten que no haya un dominio de los códigos ni una imposición de modelos de tipo repentino, aún cuando sean factibles las contradicciones valóricas y sígnicas provenientes de imposiciones culturales globales de lenta evolución histórica, producto del encuentro entre grupos humanos.

predominancia de una coherencia interna y externa especialmente en los modos de comportamiento comunicacional, en las formas de interacción, siempre predominantemente comunicativas, dialogales, por más formalizadas o rituales que sean.

Tenemos que admitir que las culturas populares actuales son apenas retazos, o bien híbridos que ya no responden a muchos de los rasgos arriba señalados, o bien recuerdos o evocaciones de sociedades y comunidades en presencia de terribles cambios que para nada permiten la salvaguarda de tales líneas de acción. Lo que se trata en la situación actual, es de construir otro paradigma, realista, enfrentado a la inculcación, que pueda reelaborar una nueva cultura, sin caer tampoco en el inmo-

vilismo, en el arcaísmo, o en la "muerte lenta" de las culturas llamadas "populares". Tal es el proyecto renovador y revalorizador que se asoma en la acción cultural de los movimientos de comunicación alternativa de base que insurgen con nueva fuerza en todas partes.

Referencias

*Pasquali, Antonio, COMUNICACION Y CULTURA DE MASAS. - Caracas, Venezuela, EBUC. 1963;

Este artículo es copia fiel del publicado en la revista Nueva Sociedad Nº 71, Marzo-Abril de 1984, ISSN: 0251-3552, **<www.nuso.org>**.