

Lo popular:

Realizar lo imaginable, imaginar lo realizable

Marisol Cano Busquets
Carlos Eduardo Cortés Sánchez*

Este ensayo constituye la II parte del trabajo titulado: "América Latina: Suversión de la Comunicación", cuya parte inicial se publicó en la Revista Signo y Pensamiento No. 6, Marzo de 1985.

Una búsqueda, un riesgo: Lo "otro" como aquello que no se deja nombrar, que no permite ser agarrado. Ambigua, conflictiva, complaciente, cómplice de su dominación, impugnadora ante los dominadores, la Cultura Popular recibe hoy la mirada esperanzada de sociólogos, antropólogos, comunicólogos, activistas políticos, etc., que con diversos puntos de partida y de llegada se sumergen dentro de "ese recipiente ambiguo, equívoco y contradictorio denominado Cultura Popular" (1).

Que hay una búsqueda es claro, pero los caminos por los que se desplaza se están apenas abriendo desde diversos lugares y no siempre están claramente demarcados.

* Comunicadores Sociales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana. Profesores del área de Teorías de la Comunicación y Asistentes de la Sección de Metodología de la misma.

(1) GONZALEZ, J. Cultura(s) Popular(es) Hoy. En Revista Comunicación y Cultura No. 10. México: Universidad Autónoma Metropolitana - Unidad Xochimilco, 1983, p. 7.

La proliferación de tecnologías de comunicación cada vez más sofisticadas y la toma de conciencia generalizada ante la amenaza transnacional que con la ayuda de los "colaboracionistas locales" tiende a homogenizar, a desactivar las culturas "diferentes" que co-existen en nuestro continente en nombre del proyecto de una nueva sociedad basada en la racionalidad tecnológica, constituye el vértice desde el cual se disparan dos grandes líneas de investigación-acción muy jóvenes dentro de la comunicación, que van bosquejando el campo de los problemas de la comunicación no ya desde la teoría y el academicismo, sino a partir de las prácticas sociales de comunicación, a partir de las formas populares de comunicación.

Aunque hay una motivación común, sus expresiones son distintas. Una primera línea ve la necesidad de intervenir en, o entrar a canalizar las prácticas comunicativas populares de acuerdo con proyectos específicos de liberación-concientización. Se ubican dentro de esta línea las múltiples experiencias que se autodenominan alternativas, participativas, horizontales, etc.; que consideramos el *plano del hacer* en lo popular. La segunda, propone una reflexión profunda sobre las prácticas populares de comunicación como base necesaria para concebir la alternativa a la homogenización transnacional desde el espacio de la Comunicación Popular. Se trata de estudios de Cultura(s) Popular(es) como los de Jesús Martín en Colombia y Jorge González en México. Ubicamos estos trabajos dentro del *plano del pensar*. No queremos insinuar con esto que estas dos líneas sean excluyentes, sino que son dos aspectos de un mismo proyecto.

Hay un interés por "otro" modo de ver y ser de la comunicación que no comience ni termine en los grandes medios, que no los conciba como el único espacio de comunicación, que no se limite a las formas de comunicación desde la clase hegemónica. Es el interés por la comunicación popular como ese otro modo, ese otro espacio. Este surge en un momento en que buena parte de la izquierda latinoamericana entra en crisis, "crisis que las lleva a replantearse los modelos desde los que habían pensado las luchas populares" (2).

Se desplaza la atención que se le daba a la actividad de dominación de parte del emisor hacia la complicidad que hay en el receptor. La explicación de la situación de dominación ya no se atribuye a una responsabilidad única y absoluta del "enemigo-dominador". Se estudia ahora la fuerza, los espacios, los silencios de los modos de comunicación popular en su relación con la propuesta oficial, masiva o transnacional.

(2) MARTIN, J. Entrevista con Luz Gonzaga Motta. En Revista Chasqui No. 8. Quito: Ciespal, 1984, p. 5.

Es así como con un bagaje de dudas y preguntas sin respuesta hay un gran número de investigadores que deciden "lanzarse" a romper el esquema desde el cual se pensaba y hacía la comunicación, a crear y experimentar nuevas formas de abordar los procesos comunicativos, privilegiando el proceso sobre el método "así sea a costa de perder el objeto" (3).

I DEL HACER EN LO POPULAR

Hablar del plano del hacer en lo popular es hablar de múltiples experiencias diseminadas por todo el continente que ante una realidad agresiva y dominante buscan y ensayan, tratando de construir la democracia en el aquí y el ahora de los sectores populares latinoamericanos.

Es retomar la pregunta por la comunicación y su potencialidad de cambio, es sentir la urgente transformación de las relaciones sociales, es indagar —experimentando— por las formas como la investigación y los actos comunicativos pueden y deben vincularse a los procesos de construcción de la hegemonía popular.

- Experiencias protagonizadas por sectores populares que descubren y utilizan la comunicación como arma de lucha y reivindicación social, encontrando en ella, a la vez, un espacio de creación, reconocimiento y organización.
- Experiencias de comunicación popular, alternativa, participativa, liberadora, horizontal, emancipadora como se la ha denominado o se han autodenominado, impulsadas por organismos e institucionales nacionales e internacionales, por grupos políticos, religiosos y estudiantiles; vinculadas a proyectos educativos y políticos, unas veces claramente definidas y otras, definidas en su espontaneidad, han ido constituyendo el conjunto más vasto de "aplicación" de unos conocimientos en los procesos de relectura y transformación de la realidad social y comunicacional latinoamericana. Marginales, trabajan en y desde lo particular concreto por una toma de conciencia, requisito necesario para que los sectores populares redescubran su propio ser cultural y se constituyan como sujeto histórico transformador de su mundo.
- Expresiones en medios que se enmarcan en la estructura comunicacional de mercado, pero que apoyan proyectos que enfrentan al modelo capitalis-

(3) MARTIN, J. Comunicación, Pueblo y Cultura en el tiempo de las transnacionales. Ponencia presentada al Segundo Seminario de CLACSO. Buenos Aires: mimeo, 1983, p. 1.

ta transnacional y a los modelos autoritarios o de democracia restringida. En la elaboración de los mensajes no se da la participación de los sectores populares, pero se habla de una opción común, de un proyecto que los acerca y alía (4).

- De otro lado, grupos de artistas e intelectuales intentan nuevas formas de inserción social. En lugar de exponer en los museos van a los sindicatos, hacen carteles en lugar de cuadros de caballete, ofrecen ejemplos de lo que podría ser una plaza o una calle diseñadas en función de las necesidades estéticas de sus pobladores (5).

Todas ellas son experiencias que no deben ser nombradas ni clasificadas. El conjunto de las mismas niega esta posibilidad. Son múltiples los intentos que se han hecho desde diversas perspectivas no logrando presentar una propuesta universal más o menos aceptable.

No pretendemos por ello contribuir con una más. Lo único que conseguiríamos sería acelerar un proceso de descarga de sentido. Además, darles orden y lograr una excesiva claridad semántica acabaría reduciendo la riqueza de esta realidad.

Son, eso sí, expresiones de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural, de construcción solidaria cuya dimensión determinante es la de su antagonismo a lo dominante en donde, valga reiterarlo, "la confrontación permanente no permite la existencia de recetas y reglas generales para las luchas: las estrategias para avanzar en el proceso de democratización se van definiendo en la práctica, en los avances y retrocesos de cada situación específica. Nuevos embates exigen nuevas tácticas e improvisaciones. Los errores que se cometen y los altos precios que se pagan permiten evaluaciones y reajustes" (6).

En este sentido y luego de esta muy general introducción señalaremos los aspectos que consideramos más importantes en el plano del hacer en lo popular.

(4) PAIVA, A. La Comunicación Alternativa: Sus campos de influencia y sus perspectivas de desarrollo. En Reyes Matta, F. (comp). Comunicación Alternativa y búsquedas democráticas. México: Ilet - FES, 1983, p. 50.

(5) GARCIA CANCLINI, N. Las Políticas Culturales en América Latina. En Revista Chasqui No. 7. Quito: Ciespal, 1984, p. 25.

(6) MOTTA, L. G. Comunicación Popular: Contradicciones y desafíos. En Revista Chasqui No. 8. Quito: Ciespal, 1984, p. 12.

Para comenzar, aquello que hace referencia a *los protagonistas* de las experiencias. Desde esta perspectiva podemos hablar de dos dimensiones en las prácticas de comunicación popular:

La primera se refiere a los procesos, formas y modos de comunicación que se generan en el interior de los sectores populares y la segunda a esa realidad de los sectores populares atravesada por proyectos educativos, políticos y/o comunicativos que vienen de individuos, grupos o instituciones que no perteneciendo a dichos sectores optan por construir con ellos una sociedad nueva.

De estas dos dimensiones se desprenden tres puntos importantes de reflexión.

De la primera, las *pistas para un conocimiento de las prácticas comunicativas* de los sectores populares. Sería indagar e intentar ese nuevo modelo de análisis que plantea Jesús Martín y que "coloca a la cultura como mediación social y teórica, de la comunicación con lo popular, que hace del espacio cultural aquel desde el que atisbar 'las dimensiones inéditas del conflicto social a la vez que los nuevos objetos y formas de la rebeldía'" (7).

Lo que, a su vez, sería un aporte esencial y un núcleo de trabajo para todas esas prácticas comunicativas y proyectos políticos y educativos activados de afuera hacia el interior de los sectores populares que en tantas ocasiones han supuesto conocer lo que allí ocurre, o han intentado hacerlo, omitiendo, la mayoría de las veces, esas realidades difíciles de conocer, llenas de máscaras, ambiguas y confusas de que nos hablan aquellos que en este estudio hemos ubicado en el plano del pensar.

Retomando la dirección de nuestro trabajo, encontramos que de la segunda dimensión, es decir, aquella en la que participan mediadores, se deriva una relación que ha estado presente siempre, aunque desde enfoques disímiles, en la investigación y acción desde la comunicación y en la investigación y acción desde la educación: la relación de estas dos disciplinas.

De *la relación comunicación y educación* tanto en el plano del hacer como en el plano del pensar hay mucha tela que cortar y sólo será tratada de una manera tangencial. Queda señalada entonces, como campo de reflexión y posibilidad importante de trabajo.

(7) Ibid.

Finalmente, tanto la primera como la segunda dimensión, especialmente la segunda por su recorrido ya largo y en ocasiones tortuoso, nos plantean *la cuestión del quehacer del comunicador*, del espacio de los mediadores, animadores sociales, comunicadores populares en estas prácticas sociales de comunicación.

Las radios mineras bolivianas, expresión de la lógica de la memoria popular y muestra de la más neta experiencia de comunicación autogestionaria, y el trabajo de la Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Popular —CELADEC— empeñada, como tantos otros grupos, en el avance de los niveles de conciencia de los sectores populares, en su organización y su acción contra la dominación, son claros ejemplos de cada una de las dimensiones a las que nos hemos referido.

El estudio base de este artículo optó por profundizar en estas dos experiencias para presentar de una manera más detallada el plano del hacer en lo popular (8). El que se hubieran destacado éstas no quiere decir que otras, que allí se inscriben, sean semejantes o posean las mismas características. Sin embargo, todas ellas son experiencias en las que la comunicación no se constituye en un fin en sí. "No se hace comunicación por la comunicación misma. Se la practica en el marco de un proceso transformador en el cual el componente comunicacional se entrelaza y fusiona con el pedagógico y el organizativo (...) apunta como objetivo último a la hegemonía popular, lo cual implica transformar desde abajo, desde la base, todo el conjunto de relaciones sociales en sus dimensiones política, económica, cultural y no sólo en la comunicación —aunque, desde luego también en ella— en cuanto la comunicación es la expresión del tipo de relación que se da en determinada sociedad" (9).

En tiempos normales y tiempos de emergencia las radios mineras se han convertido en el espacio de comunicación del pueblo. Este espacio no sólo es el espacio de resistencia y lucha popular, es el espacio que guarda y mantiene viva la cultura oral en lenguas quechua, aymara y español. Guarda esa tradición que se refleja en la fluidez con que los mineros se comunican, en la capacidad de reconstruir su propia historia. Cada ama de casa, cada

(8) Por tratarse el presente artículo de una condensación de la tercera parte del estudio "América Latina: Su versión de la Comunicación. Apuntes para la Com-formación de la Democracia", no se presenta el análisis en él realizado sobre estas experiencias.

(9) KAPLUN, M. La Comunicación Popular: ¿Alternativa válida? En Revista Chasqui No. 7. Quito: Ciespal, 1984. p. 41.

minero, cada estudiante, cada campesino hace uso del micrófono y, al narrar su experiencia, está narrando la de su pueblo. Es la expresión de la lógica de la memoria colectiva, "esa articulada sobre acontecimientos y experiencias que no acumula sino que filtra; porque está 'cargada' (...). Aquella cuya 'función' en la vida de una colectividad no es hablar del pasado sino dar continuidad al proceso de constitución permanente de la identidad colectiva" (10).

El que se hubiera resaltado esta práctica en la que se hace presente la apropiación y utilización de medios tecnológicos por los sectores populares fue con el objeto de pensar también en la manera como éstos los refuncionalizan y practican una comunicación otra. Una comunicación diferente a "esa" que fue considerada como única posibilidad.

Como las radios mineras, encontramos sindicatos con sus periódicos, migrantes campesinos con sus talleres de canto, publicaciones y teatro; en fin, toda una serie de prácticas comunicativas —que se han convertido en prácticas cotidianas— en el interior de los sectores populares que habiendo aspirado a cohesionarse como grupo, han fomentado la participación creativa y conciente de sus miembros logrando reconocer y comprender su situación de dominación. Pero, a la vez, re-conociéndose como sujetos de su propia historia y de su propia cultura.

Por otro lado, prácticas como las de CELADEC nacen intentando diferenciarse de los proyectos de carácter asistencialista que en los años 50 intentaban, a través de cursos de alfabetización y capacitación técnica utilizar el potencial de los sectores populares para fines externos a ellos (propiciados por capitales extranjeros y sectores económico-políticos dominantes a nivel interno) o, mostrar cómo a través de la planificación, la técnica y la ciencia se podían superar la miseria y el atraso. Es decir, ese tipo de proyectos de carácter extensionista duramente criticados por Paulo Freire que, como si hubiera hecho explosión una bomba, empezaron a propagarse por todo el continente, multiplicándose las personas, las instituciones y las organizaciones interesadas en dedicarles su trabajo.

Un grupo de estudiosos del fenómeno (11) ha señalado cómo una serie de

(10) MARTIN, J. Transnacionalización tecnológica y resistencia cultural. Documento presentado al simposio de UNESCO: "Impacto cultural y socioeconómico de las tecnologías de Comunicación". Roma: mimeo. 1983. p. 11.

(11) GUZMAN, V., VARGAS, V. y JOSEPH, J. La Educación Popular: Fundamentos teóricos y algunas peculiaridades de la Educación Popular en América Latina. Versión de García Huidobro, J. E. Educación Popular y nueva hegemonía. En Revista Cultura Popular No. 1. Lima: CELADEC, 1981. p. 70.

cambios políticos como la revolución cubana, impulsó la radicalización de grupos de universitarios, de capas medias y de obreros o, cómo las burguesías reformistas en América Latina se presentaron como alternativas a los regímenes oligárquicos, propiciando una serie de planes de promoción educacional entre adultos, esperando con ellos disminuir la situación de pobreza, atraso y marginalidad. A estos proyectos fueron vinculados profesionales y estudiantes universitarios quienes, en gran número, al entrar en contacto con los sectores oprimidos y sentir la magnitud de los problemas socio-económicos y el carácter limitado y demagógico del reformismo decidieron caminar por nuevos caminos. Caminos iluminados frecuentemente por los métodos pedagógicos de Paulo Freire. Un Freire ubicado de acuerdo con los contextos y no aquel que fuera utilizado como una fórmula mesiánica, cometiendo el error de aislar la educación popular de las prácticas sociales sobreestimando su papel para el cambio. Así, para este grupo de gobiernos la transformación social venía a ser la transformación de la conciencia popular calificada de ingenua, en blanco, vacía y por lo tanto fácil de alimentar.

El panorama hoy es el de estudiantes, profesionales, movimientos cristianos y grupos políticos ligados al cambio fundamental de la sociedad, enfrentándose, en esa tarea, al problema de la educación y la comunicación popular. En este enfrentamiento y en ese querer hacer y querer cambiar tan urgente ha habido falta de definición del trabajo, poca acumulación e interrelación con prácticas anteriores y una tendencia al activismo y al espontaneismo. Activismo que, como lo señala el grupo de estudios al que nos hemos referido, es una respuesta generosa y bien intencionada pero ciega e incapaz de dar a la acción una dirección clara, que lleva a la dispersión y desmoralización, a la conformidad y a la disolución de los grupos y las experiencias. Estos grupos generalmente provenientes de la burguesía radicalizada han terminado por darse cuenta de que su activismo y espontaneismo poseen un carácter tan asistencialista como el que habían criticado.

El comunicador popular: No quedarse disfrutando del folclor

Vienen las preguntas por el papel de los agentes externos, de los animadores populares, de los mediadores en las experiencias y del comunicador social ante estas nuevas realidades.

En un estudio sobre esta problemática Gilberto Jiménez (12) ha planteado tres rasgos fundamentales en lo que él llama la relación intelectual-clases subalternas:

(12) JIMENEZ, G. Notas para una teoría de la Comunicación Popular. . En Revista Comunicación No. 35-36. Caracas: Boletín "Comunicación". 1981. p. 73.

1. Una prolongada inmersión en el medio subalterno de la que se espera una permanente relación de ósmosis y fecundación recíproca. Así el elemento popular podrá comprender y saber además de sentir y el intelectual podrá comprender y sentir además de saber.
2. Una vinculación no pasiva ni políticamente muda o silenciosa.
3. Una intervención principalmente pedagógica que contribuya a que las clases subalternas tomen conciencia crítica de sus propios horizontes culturales y pongan fin al auto-desprecio introyectado sutilmente por la clase dominante.

De tal manera que se ubique en el lugar social y dentro de la perspectiva cultural de los sectores populares "pero no 'para quedarse allí' disfrutando del folclor o compartiendo evangélicamente 'el destino de los pobres' sino para contribuir a su maduración política y a la elevación/depuración crítica de su cultura en vistas a la inversión del bloque histórico dominante y de la construcción de una nueva 'civilización crítica', como diría Gramsci" (13).

Podemos entonces referirnos a unos desplazamientos en el quehacer profesional del comunicador social. Ya no se habla únicamente del comunicador social y/o periodista sino del comunicador popular. Sujeto que podría ser pensado como el intelectual del que habla Gilberto Jiménez retomando a Gramsci.

En este sentido la comunicación popular supone alteraciones profundas en el quehacer del comunicador. El mismo, deja de ser aquel transmisor profesional de mensajes, para convertirse en un animador social, mediador, agente de apoyo, promotor social, o como se ha preferido denominarlo: un comunicador popular.

Su capacidad profesional se manifiesta ahora en la com-creación y com-recreación del mundo al lado de los grupos populares. Se plantean dudas y ambigüedades ya que la formación profesional del comunicador no incluye entrenamiento para el trabajo en estos espacios. Las facultades y escuelas de comunicación capacitan al profesional para el trabajo en los periódicos, las grandes emisoras, la televisión y las empresas; aunque promueven y multiplican los debates sobre la "comunicación otra". Así, lo que se discute y lo que se practica son dos realidades bien distintas.

(13) Ibid.

Pueden encontrarse explicaciones. La universidad y la academia exigen esquemas, necesitan recetas y el estudio de la comunicación popular no puede realizarse bajo esta perspectiva porque, como dice Jesús Martín, es ante todo una ruptura de esquemas, una prueba de las falsas seguridades con las cuales se ha estado tapando la esterilidad, la vacuidad de muchos de los estudios realizados. En este sentido los riesgos deben ser corridos tanto en el plano teórico como en el práctico, para asumir en serio el estudio de la comunicación popular, (lo que) choca con la tendencia tanto de profesores como de estudiantes, a unos saberes organizados, tematizados; convertidos en esquemas y recetas (14).

Por otro lado choca con la estructura de organización rígida y formal de lo académico. El estudio y las experiencias de comunicación popular suponen que alumno y profesor se desplacen a los barrios, a zonas rurales, que salgan de las aulas y puedan convivir con los sectores populares para "reubicar los modos de comunicación investigada, y la organización misma de la investigación. En este sentido, introducir la problemática de la comunicación popular en las escuelas de comunicación no es introducir un tema más, no es introducir otro modo más de comunicación. Es, (...) introducir la problemática que replantea, porque no es homologable, algunos de los ejes básicos desde los cuales se ha estado pensando la comunicación" (15).

Cerrando entonces lo que concierne *al hacer en lo popular*, tenemos que lo que nos plantean estas notas es una serie de pistas para mirar las experiencias y encontrar en ellas su significado ahora y sus posibilidades para el futuro; es decir, ir más allá del conocimiento de la conciencia efectiva de cada uno de estos grupos en un momento dado e intentar a través de lo que sucede en ellas y en términos de conciencia posible, la comprensión de estas realidades y porque no, llegar a saber lo que la globalidad de las mismas podría suponer para un futuro en Latinoamérica. Para saber también, como diría Goldman, si existe un sujeto crítico o si la manipulación de los tecnócratas es total.

Es un punto en el que podemos pensarlas también con relación a todo el proceso de informatización de la sociedad, de transnacionalización de la cultura que se presenta ahora como una realidad segura, como una nueva legitimidad que choca con la diversidad, pluralidad y riqueza de estas experiencias. ¿Cuál es su posibilidad de hacer juego a esta arremetida transnacional del poder tecnológico y de la legitimación científica y tecnológica de la sociedad?

(14) MARTÍN, J. *Ibid.* cita (2) p. 11.

(15) *Ibid.*

II DEL PENSAR EN LO POPULAR

¿Cómo a partir de la comunicación se desplaza la atención hacia la cultura? La respuesta estaría dada por la necesidad sentida, en un sector de investigadores de la comunicación, de encontrar una explicación a los procesos sociales y culturales a partir de la comunicación popular (cargada de elementos contrahegemónicos, contestatarios, impugnadores y a la vez reaccionarios) como creadora de otras matrices que no son identificables a simple vista, y cuyos síntomas debían ser indagados más allá de la misma comunicación. Es así como los intentos de explicación de y a partir de la comunicación popular llegan a un punto en que desbordan la comunicación misma e impiden una definición en términos puramente comunicativos.

Surge una visión de comunicación que se nutre de la antropología cultural y de la historia para dar cuenta de procesos de dominación y des(in)formación que con anterioridad fueron preguntados a partir de los medios, el mensaje, el código, el emisor o el canal. Esta nueva concepción implica una incursión en las culturas populares para encontrar allí las estructuras, los modos y las formas como y en que se vive la comunicación en las mayorías populares.

Pero la Cultura Popular no es una abstracción, es algo que está vivo allí, en la esquina del barrio, en las manifestaciones reivindicativas, en la fiesta, en el rito religioso, o (¿por qué no?) en la imagen del Presidente que en las tiendas se coloca junto a la de la virgen y la mujer en bikini anunciando cerveza (Patria-religión-sociedad de consumo).

Por eso, escogimos a partir de una afirmación sencilla: lo popular no es un dato, sino por el contrario la heterogénea y desigual presencia de elementos diversos en un mismo espacio cultural.

Presenciamos entonces un "proceso de construcción de un nuevo modelo de análisis que coloca la cultura como mediación, social y teórica, de la comunicación con lo popular" (16). Así, cultura, comunicación, popular dibujan el triángulo dentro del cual se sitúa el trabajo de investigadores no sólo de la comunicación sino también de la antropología, la historia, la sociología y las artes. Son tres esquinas desde las que se habla de la América Latina hoy.

(16) MARTIN, J. Comunicación, Pueblo y Cultura en el tiempo de las transnacionales. p. 1.

Ante la proliferación de vertientes que ven en la comunicación popular "el recipiente" dentro del cual vaciar toda una serie de planes o ideales participativos, democráticos, horizontales, y que se apresuran a poner en marcha experiencias de carácter "popular" como alternativa al modelo de comunicación dominante, hay quienes proponen un "alto" en el camino, "un reposo reflexivo" para conocer realmente esa cultura popular en la cual pretendemos encontrar la alternatividad. "Más que una alternativa en sí misma, lo que las prácticas populares nos muestran es hacia dónde deben apuntar las propuestas de una comunicación que se quiera realmente alternativa. Esto es, que no quiera tapar con ruido tecnológico y consignas populistas el empobrecimiento y la miseria comunicativa que paradójicamente la comunicación hace visible. Y que no quiera seguir utilizando lo popular, sino que se proponga partir de su dinámica: no llevarles a las masas comunicación, sino potenciar y descubrir todas las formas que están siendo amordazadas, censuradas, dominadas, hechas imposible con la imposición de la comunicación masiva, ya sea en forma de 'medios', o de supermercados, o de 'jardines del recuerdo' " (17).

No obstante la novedosa aparición de estas reflexiones en nuestros países, la preocupación por la cultura popular no constituye un tema reciente. Diversos enfoques dan cuenta de un prolongado proceso de análisis desde perspectivas contrapuestas que han intentado explicar y comprender en diferentes momentos históricos, la presencia y el papel de las culturas populares en sus sociedades. Trazar, breve y someramente, algunos de esos enfoques permitirá dar razón de ciertos elementos que irrigan, como fuentes principales, los estudios de cultura popular en América Latina (18).

Una primera tendencia, en tiempos de la represión y destrucción de las culturas campesinas europeas (s. XVII-XVIII), trató de recuperar algunas tradiciones de los pueblos como forma de conocer el pasado. Se "rescataban" prácticas y creencias campesinas tradicionales a manera de reliquias, no como algo vivo y todavía existente en las culturas de los pueblos campesinos de la época. Así, lo que en el presente aparecía como lo irracional, inaceptable e incivilizado de la cultura campesina, era matizado por corrientes de erudicionistas y anticuarios como lo exótico e interesante del pasado, constituyendo a lo popular como *una sustancia*.

(17) MARTIN, J. Prácticas de la Comunicación en la Cultura Popular. En Simpson, M. Comunicación Alternativa y Cambio Social. México: UNAM, 1981. p. 251.

(18) Véase sobre este tema: González, J. Cultura(s) Popular(es) Hoy, y Giménez, G. Notas para una teoría de la Comunicación Popular.

En el siglo XVIII, el movimiento Romántico empieza a contraponer a la cultura oficial de la época (acartonada, artificial y esclerotizada), la espontaneidad y frescura de las expresiones populares consideradas como la "verdadera alma popular de la nación". Desde esta perspectiva, lo popular se concibió como una *esencia* desligada de desigualdades sociales y económicas objetivas.

Durante el siglo XIX surge una concepción que define la cultura popular por su origen, atribuyéndole una misión mesiánica. Se trata de una visión populista, vigente aun en ciertos círculos de izquierda en América Latina, que tiende a idealizar al pueblo presentándolo como sujeto protagonista de la historia, provisto de un proyecto político y cultural propio que se opone al de las élites urbanas "ilustradas". Lo popular, progresista y liberado por definición en esta concepción, establece al pueblo como *una clase-sujeto*.

Al comenzar el siglo XX, Antonio Gramsci constituye un hito muy significativo en el análisis de la cultura de las clases subalternas, que él denomina Folklore. Enmarcando la comprensión de la cultura en su reflexión sobre la ideología y la Hegemonía, Gramsci inaugura una línea teórica donde lo popular adquiere, al decir de Jorge González, un sentido plenamente clasista, relacional e histórico al definirse por su *relación de contraste con la cultura de las clases "no populares"* dentro de un sistema de Hegemonía, entendida como la dominación política, económica y cultural que un bloque de clases consigue por consenso (activo o pasivo) de las clases subordinadas, al convertir su ideología en punto de referencia común de los demás grupos sociales.

De allí la necesidad de hablar en plural al referirse a las culturas populares, pues no se puede concebir al conjunto de las clases sometidas a la dominación como un bloque homogéneo y coherente; por el contrario, en su interior existe una extensa gama de sistemas de representación.

El análisis iniciado por Gramsci conecta y fundamenta otros enfoques más recientes sobre las culturas populares, cuyo centro geográfico se sitúa en Europa. El Folklore, como categoría de análisis, tiene en Alberto Cirese y Luigi Lombardi Satriani a dos continuadores de la perspectiva gramsciana. Cirese introduce el concepto de "Desniveles Internos de la Cultura" para explicar la desigual participación de los diversos estratos sociales en la producción y el goce de bienes culturales, estableciendo una diferenciación de los hechos culturales en el interior de una nación estratificada en clases: Una cultura hegemónica (oficial) y unas culturas subalternas (folklore).

Lombardi Satriani, por su parte, entiende el Folklore como una cultura de impugnación poseedora, sin embargo, de una función "narcotizante", conservadora del status-quo y dañina a los intereses de las clases subalternas. Conviven, pues, elementos progresistas y reaccionarios derivados de la impugnación o de la aceptación de la cultura hegemónica.

De acuerdo con las contribuciones de la línea de análisis gramsciana en relación con el Folklore es posible puntualizar estos aspectos:

- El Folklore no es sustancia, ni esencia, ni clase-sujeto. Es un hecho social, con carácter relacional e históricamente producido.
- Se define por contraste con la cultura hegemónica.
- No puede ser entendido por fuera de la estructura de clases, a pesar de que dentro de ellas existan diversos grupos étnicos y culturales.
- No constituye un bloque unificado de clases; por lo tanto se reconocen diversas culturas populares antes que una cultura popular homogénea.
- Posee un alto grado de ambigüedad al contener indiferenciados elementos impugnadores y reaccionarios.

Las reflexiones sobre cultura popular en América Latina pueden rastrearse en sus orígenes desde principios de los años setenta, dominadas por su contrastación con la cultura de masas y caracterizadas por una comprensión esquemática de la recepción como polo terminal de unos procesos ideológicos que conseguían alienar a las masas pasivas y dominadas irremediablemente.

Esta visión determinista, ambientada por las denuncias generalizadas contra las evidencias de un imperialismo cultural concebido como omnipresente y omnipotente, dio paso a un inmovilismo de la teoría que reprodujo, inexplicablemente, el mecanicismo conductista del paradigma funcionalista de la información que se criticaba en forma tan virulenta y se suponía superado. Cambiando tan sólo los términos, la antigua fórmula del Emisor-Mensaje-Receptor se tradujo en *Imperialismo-Ideología-Alienación*, desconociendo en los receptores toda posibilidad de réplica, impugnación o siquiera compli- cidad frente a la cultura dominante.

Finalizando la década del 70, algunos estudiosos comienzan a cuestionar esa situación y recurren a otras referencias teórico-metodológicas ante la incapacidad del denunciismo para proporcionar salidas al impase. Se impone entonces una necesidad: Establecer rupturas y efectuar desplazamientos para salir del estrecho marco de lo comunicativo —reducido además a medios masivos— y abrirse a otra visión y comprensión de la cultura.

Las reflexiones de Jesús Martín Barbero, en Colombia, y de Jorge González, en México, constituyen trabajos bien representativos de esta etapa actual que desplaza la atención hacia la cultura y recoge tendencias como el análisis de clases gramsciano y las aproximaciones históricas de estudiosos franceses e ingleses de las culturas populares europeas.

“Ponernos a la Escucha”: Jesús Martín

Describir la travesía de Jesús Martín es tarea no muy fácil si se tiene en cuenta que el autor ha ganado terreno en el campo de los nuevos problemas, gracias al rompimiento que ha hecho con ciertos planteamientos que se daban como seguros. Guiado por dos desplazamientos teóricos que reflejan los recientes debates en lo político y una toma de conciencia frente al creciente proceso de transnacionalización, Jesús Martín empieza a incursionar en el campo de lo popular y lo masivo. Estos desplazamientos representan dos rupturas con los estudios de comunicación masiva que hasta hace muy poco se venían haciendo en América Latina a la luz del Funcionalismo y aún de algunas corrientes “críticas”.

El primer desplazamiento apunta al problema de que la *“cultura de masas no puede ser reducida a lo que pasa en o por los medios masivos”*

Esto nos remite al verdadero origen de la masificación de la cultura que se da antes de la aparición de los medios, y va más allá de ellos. Desde este punto de vista se ve la necesidad de partir de las prácticas sociales de comunicación, ya no entendidas como las que se dan alrededor de los medios, sino como aquellas que los rebasan y que tienen que ver con todos los ámbitos de la vida cotidiana de las clases populares: la manera como comen, se visten, organizan los objetos en la casa, las reuniones de barrios, los ritos religiosos, la fiesta, los procesos políticos. Estas prácticas cotidianas incluyen la manera como se reciben los contenidos de los medios.

Pero no ya una recepción pasiva en la que el receptor popular es víctima de la manipulación, sino una recepción activa en la que las clases populares se ven involucradas en su dominación, al mismo tiempo que resisten a ella. Rescatar los modos de réplica del dominado, como lo plantea Martín Barbe-

ro, supone entonces un desplazamiento del campo de la comunicación en los medios, a la comunicación en el plano de la cultura.

El segundo desplazamiento es aquel que surge de la necesidad de estudiar o *investigar la cultura de masas desde el modelo popular y no desde el modelo culto*. Desde el modelo culto se entiende que la cultura de masas se nutre o toma elementos de la cultura culta, los procesa y los pone al alcance de las masas, de las clases populares que lo consumen.

Igualmente, se tiende a concebir a la cultura culta como la cultura que es deformada y bajada de nivel para llegar a todas las clases por igual, colocando a la cultura por fuera de su origen de clase. "Lo que se busca con este desplazamiento es un análisis de los conflictos que articula la cultura"; se pretende enmarcar el estudio de la cultura de masas dentro de los procesos de dominación y de conflicto en que ésta se produce y es consumida, o más bien reapropiada por las clases populares.

A partir de estos dos desplazamientos Martín Barbero propone tres líneas de investigación complementarias entre sí para ahondar en la relación entre lo popular y lo masivo, entre la tecnología y las culturas populares. Dentro de ellas se ubican los esfuerzos por dibujar una "especificidad" latinoamericana, referida a la "no-contemporaneidad entre los productos culturales que se consumen y el lugar (espacio social y cultural) desde el que esos productos son consumidos, mirados o leídos por las clases populares de América Latina". En esa no-contemporaneidad trata de encontrar nuestra identidad singular desde el conflicto, desde la multiplicidad de transformaciones sociales de que somos producto y cuya actual manifestación es la creciente modernización tecnológica que nos impone el modelo transnacional y su no correspondencia con el espacio en que, desde un modelo cultural otro, son apropiadas y mezcladas por las diversas clases en América Latina.

Las tres líneas de investigación apuntan en las siguientes direcciones: *De lo Popular a lo Masivo*, o el proceso de gestación de lo masivo a partir de lo popular. *De lo Masivo a lo Popular*, ó los modos de presencia-ausencia, de afirmación-negación de la memoria popular en los actuales procesos de mass-mediación. Y los *Usos Populares de lo Masivo*, tanto de rediseño como de refuncionalización. A continuación revisaremos los aportes del autor en el tratamiento sistemático y de estas tres direcciones para el análisis.

De lo Popular a lo Masivo: En 1982, durante el I Foro de la Comunicación y Poder en Lima, cuando presentaba sus "Apuntes para una historia de las

matrices culturales de la mass-mediación”, J. Martín decía: “Estamos tratando de sacar a la luz lo que gravita y carga en el sentido psicoanalítico, el hoy. Porque pensar el movimiento de la desposesión es quizá la única manera de pensar el de la reapropiación”. De allí que podemos afirmar que esta línea de investigación está basada en la auto-reflexión como manera de llegar a descubrir la forma en que han sido reprimidas las distintas culturas subalternas y transformadas en cultura de masa. Se trata de seguir históricamente “los procesos culturales en cuanto articuladores de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales”.

En Europa, la masificación es ubicada históricamente en el momento en que se empieza a producir en el Siglo XIX la cultura para el consumo de las masas, como forma de des-activar la cultura popular que empezaba a constituirse como cultura de clase en el sentido en que estas comenzaban a hacer un uso rebelde de sus tradiciones, sus canciones, su modo de comunicar. La cultura que se empieza a producir para las masas se denomina Cultura Popular, dándose así un proceso de inversión y de-formación de lo popular.

“Esta transformación del sentido de lo popular está ligada entonces no sólo ni principalmente con el desarrollo de los ‘medios’ sino, como lúcida-mente lo comprendió Gramsci, con los procesos de centralización política y homogenización cultural —desintegración de las culturas populares— que exigió la constitución de los Estados nacionales, y con los procesos de desplazamiento de la legitimidad social que condujeron de la imposición violenta de la sumisión a la organización del consenso por hegemonía: a las relaciones del Estado-nación con lo Nacional-Popular” (19).

Sin embargo, este proceso no se dio igual en América Latina considerando que el Estado nacional se construyó de una manera refleja y dependiente; tratamos de copiar un modelo que a Europa le ha costado seis siglos, pasando por encima de nuestra diferencia con los paradigmas europeos y desconociendo la existencia de distintos grupos étnicos, culturales y religiosos en nuestro continente.

Hay que desentrañar entonces la manera como a partir de la negación y destrucción de las pluralidades culturales se construyeron los Estados nacionales en América Latina. Precisamos conocer las formas específicas como se centralizó y homogenizó a los diversos grupos étnicos y culturales en torno a los proyectos de nacionalidad mediante procesos de masificación que permitieron entonces sí hablar de “Una” cultura nacional, y ello supone, desde la

(19) MARTIN, J. Comunicación, Pueblo y Cultura en el tiempo de las transnacionales. p. 11.

perspectiva de Martín Barbero, hacer una historia de los procesos culturales, como articuladores de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales, para descubrir de esta manera cómo lo masivo no es algo totalmente ajeno y exterior que se infiltra en lo popular, sino el desarrollo de ciertas virtualidades inscritas en la cultura popular del Siglo XIX. El proceso de la masificación y homogenización de las culturas populares que caracterizó la construcción del Estado nacional, es cada día mayor pero hoy corresponde a otro proyecto que desplaza el marco nacional: el proyecto transnacional.

No es sino hasta ya entrado el Siglo XX, cuando la inversión de sentido de lo popular que se inició en el Siglo XVIII llega a su climax "cuando de popular en lo masivo no queda ya sino el léxico y la sintaxis la ponen las transnacionales". Surge de esta manera una nueva configuración cultural que desborda la masificación dentro lo nacional y nos inscribe dentro del marco transnacional. Los dos polos o modelos culturales que constituyen la relación dentro de la que se encierra la problemática actual son lo popular-transnacional. El papel de los Estados nacionales en esta nueva perspectiva es servir de vehículo o correa de transmisión de la homogenización transnacional, y por ello su estabilidad se debate en la actualidad, entre una pérdida de su capacidad de decisión frente a los intereses transnacionales por un lado y la diversidad cultural que cada vez es menos capaz de centralizar debido a las formas de resistencia que esta homogenización transnacional despierta y moviliza en las culturas populares, por el otro.

De esta forma, lo Popular viene a configurarse como "ese 'lugar' desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación, tanto los que desbordan lo nacional por 'arriba', es decir los procesos macro que involucran la puesta en funcionamiento de los satélites y las tecnologías de información, como los que desbordan 'por abajo' desde la multiplicidad de formas de protesta 'regionales' locales, ligadas a la existencia negada pero viva de la heterogeneidad cultural" (20).

De lo masivo a lo popular: Si lo masivo se construyó sobre la base de lo popular, explotando los mecanismos de reconocimiento popular, recuperando códigos populares de percepción y elementos de su memoria narrativa e iconográfica, pero devolviéndolos a las masas ya desactivados, desprovistos de su sentido original, hay que investigar entonces los "mecanismos", las operaciones a través de las cuales la memoria popular entra en complicidad con el imaginario de masa posibilitando su confiscación, posibilitando que

(20) Ibid, p. 6.

las esperanzas e incluso las rabias del pueblo sean atrapadas y vueltas contra él: las operaciones mediante las que lo masivo recupera y se apoya sobre la popular" (21).

Se trata pues de encontrar en lo masivo la manera como están presentes elementos de la cultura popular, pero ya moldeados, re-elaborados por el poder y convertidos en cultura de masas. En otras palabras, se plantea la necesidad de analizar los modos de afirmación-negación de lo popular en lo masivo. Esta investigación plantea necesariamente la complicidad de las clases populares en su dominación, que Jesús Martín formula bajo las siguientes preguntas: "¿Qué en el dominado trabaja a favor del dominador?" "¿Cómo la demanda popular es transformada en deseo?".

La cultura de masas se convierte en el lugar o punto donde se intersectan, se chocan o se mezclan las diversas culturas; para después ser devueltas a su remitente pero ya procesada para convertirse en "digerible" por todas las demás culturas que no son ella misma.

Así vemos cómo el melodrama, género evidentemente popular, espejo de la conciencia colectiva, drama del reconocimiento en el que el público era involucrado en complicidad con los actores, tropezando de esta forma con los límites del motín popular en el siglo XIX, preocupa a la nobleza, produciéndose a partir de allí su desactivación, su inversión de sentido. Su masificación se inicia entonces con el melodrama-teatro de 1800-20, como el primer gran espectáculo fabricado industrialmente para el consumo de las masas. Aquí se inicia la desactivación de lo que allí queda de memoria popular. Se reconocen en este proceso de masificación dos operaciones fundamentales:

La homogenización, que borra las huellas de las diferencias en la procedencia cultural de los relatos obstruyendo su permeabilidad a los contextos. Y *la transformación del pueblo en público*, que elabora un lenguaje-discurso en el que toda la masa se reconoce, mediante una progresiva rebaja de los elementos más claramente caracterizadores de los orígenes diversos de los espectadores, tanto en el léxico y en el gesto como en los comportamientos. Esto es, un proceso de estilización que no sólo niega la diversidad de lo popular sino le da entrada a temas y formas que proceden de la otra estética.

(21) Ibid, p. 13.

Pero la vida, los sueños, las frustraciones de las clases populares de América Latina tienen ritmo y forma de melodrama. Este vertebra y moldea la memoria cultural de nuestros pueblos. Por ello los dispositivos para su explotación y su desactivación se hacen cada vez más fuertes. Los modos en que el melodrama popular es devuelto hoy a las masas van desde el folletín, la radionovela y el cine, hasta la telenovela latinoamericana que explota y se apoya en el género desde el que se encuentra retratado de mejor manera el modo de ver y sentir de nuestra gente, produciendo un drama muy original en el que la familia intimista y privada (producida precisamente en la masificación), intenta reconocerse en el tiempo imposible de la familia-comunidad. Es aquí, dice Martín Barbero, donde el melodrama toca su propio fondo, su plena anacronía, porque aquí en América Latina siguen presentes ciertas señas de identidad de la memoria popular.

Y esa permanencia de señas de identidad, desde donde las clases populares se vengán de la abstracción impuesta por la mercantilización de la vida y de los sueños, es la que permite a Jesús Martín proponer el melodrama como el terreno fundamental para estudiar la contradictoria realidad y la no-contemporaneidad que caracteriza a Latinoamérica, teniendo en cuenta que esas operaciones sobre las que se ha apoyado la desactivación de la memoria popular se agudizan y hacen más palpables en el proceso de transnacionalización de la cultura.

Los usos populares de lo masivo: Con la pregunta de Néstor García Canclini ¿Qué hace la gente con lo que el sistema hace con ellos? se abre un camino por el que andar alerta para descubrir todas esas huellas de los usos que hacen y de las maneras como se apropian de lo masivo las clases populares. Encontrar que hay complicidad y resistencia, que el consumo no es tan pasivo, que hay espacios de creatividad y multiplicidad de lecturas, escrituras, diseños y resemantizaciones donde se creyó que sólo había pasividad, univocidad y alienación, constituye una importante línea de investigación.

Y ello planteado en un momento en que asistimos al inicio de una nueva configuración cultural en la que, a partir de una racionalidad tecnológica que se constituye en motor de un proyecto de nueva sociedad, se empiezan a rearticular todas las identidades. Esto significa que en América Latina el problema de la identidad ya no puede abordarse por fuera de la presencia de las nuevas tecnologías y del modelo transnacional que pretende dar el paso final hacia la homogenización de la pluralidad étnica, cultural y de clase.

Desde esa pluralidad es que las nuevas tecnologías están siendo readaptadas en América Latina. Ya se observan muchos ejemplos significativos a

nivel de los medio como la grabadora, los folletos, los discos y la radio. Un ejemplo muy nombrado y cuyo análisis forma parte de este estudio son las radios mineras bolivianas que nos muestran cómo las clases populares se apropian a su manera de una tecnología como la radio y la utilizan a favor de los requerimientos de su propia cultura.

Se trata de ver allí en la vida cotidiana, cómo la pluralidad de lo popular, confronta lo masivo desprovisto de gramática que la regule.

Para ir descubriendo la multiplicidad de que están hechos esos usos, Martín plantea "la necesidad de contar con algo así como un 'mapa nocturno' que nos permita a la vez asumir la pluralidad de que están hechos esos usos y establecer articulaciones entre las operaciones de repliegue, de rechazo, de asimilación, de refuncionalización, de rediseño, las matrices de clase, de territorio, de etnia, de religión, de sexo, de edad, los espacios —el hábitat; la fábrica, el barrio, la cárcel— y los medios-micro como la grabadora o la fotografía, meso como el disco o el libro, macro la prensa, la radio o la T.V. Pero sin olvidar que en todo caso será un mapa nocturno, esto es cuya información remitirá siempre más a lo que se intuye y a la experiencia que a lo que se ve" (22).

Jorge González: Lo elementalmente humano

El modo de percepción y producción simbólica que genera y distingue a una cultura de otra es el núcleo de los trabajos de Jorge González. Metodológicamente plantea estudiar no sólo la distinción de clases sino también las áreas de lo social en donde culturas "desniveladas" se encuentran y se reconocen en estructuras de significantes similares, pero cada clase sin embargo, a su modo.

Teniendo en cuenta que son estas áreas en donde se moldean y modulan privilegiadamente los elementos culturales transclasistas, lo elementalmente humano, la materia prima de la vida cotidiana, propone crear una categoría que permita analizar estos espacios en tanto productores, desestructuradores o reproductores de las identidades (23). Frentes Culturales es esta categoría que en la actualidad pretende desarrollar González con algunos grupos de investigación en México.

Es en una comunidad campesina mexicana llamada Xalatlaco que Jorge González empieza su incursión "dentro del vasto espacio de las culturas

(22) Ibid, p. 16.

(23) GONZALEZ, J. Cultura(s) Popular(es) Hoy. p. 28.

populares y en el desconocido espesor de su cotidianidad" (24), con el propósito de a partir de una experiencia concreta, reconocer lo específico en la cultura de un grupo campesino que se ve confrontado al impacto de los modelos de desarrollo capitalista que afectan sus formas de vivir y organizar el mundo.

Con la preocupación por la necesidad de un cambio social en nuestros países que requiere del desarrollo de estrategias de promoción popular más eficaces, González propone una profunda comprensión de la comunicación y la cultura popular en contraposición a la cultura y la comunicación oficiales, ya que considera que es allí, en ese choque desnivelado, en donde se pueden encontrar las claves del proceso histórico de estructuración y desestructuración cotidiana y práctica de la hegemonía, entendida esta última en el sentido gramsciano.

Así, considera que, es de una investigación-intervención prolongada de, y en, las prácticas sociales populares, de donde se pueden sacar valiosos elementos para iniciar un desarrollo popular que de verdad esté afianzado en el pueblo, que no consista en integrar al desarrollo a los rezagados, sino en eliminar las condiciones estructurales del rezago. Para poder eliminar estas condiciones, así como si fuera un cáncer que hubiera que extirpar, hay que saber exactamente en dónde y en qué estado se encuentran, porque de lo contrario los esfuerzos por eliminarlos serán nulos.

Con una gran influencia de Gramsci, al igual que de Cirese y Lombardi Satriani, plantea como dos grandes características de la cultura popular la ambigüedad política (la cultura popular impugna y acepta al mismo tiempo la cultura hegemónica) y la inorganicidad (superposición de diversos códigos y asistematicidad).

En el caso de la cultura popular campesina, estas características las inscribe dentro de su lógica del valor de uso (generado por su modo de producción orientado hacia el autoabasto) pero a la vez atravesado por la lógica capitalista del valor de cambio.

Este modo de producción mercantil simple determina una forma de comunicación propia de acuerdo con las relaciones sociales que contraen los campesinos entre ellos mismos: relaciones igualitarias en su interior. Desde esta perspectiva, González advierte grandes diferencias entre las formas y medios de la comunicación de la cultura campesina y aquellos de la cultura oficial.

(24) Ibid

Estas diferencias las encuentra básicamente en su proceso de elaboración que, por contraposición al oficial individual, es colectivo en las clases populares. Incluye entonces desde esta forma de elaboración: el cuento, el mito, las canciones, las representaciones y las fiestas en las que considera se encuentran, de un modo privilegiado, la expresión espontánea de la visión del mundo y del sentido común de las clases campesinas bajo determinadas condiciones.

Junto con estas representaciones propias de las clases populares también ubica otra forma/canal de comunicación en las culturas-populares: la popularización o utilización que ellas hacen de los medios tecnológicos desde su matriz cultural de valor de uso. Advierte la necesidad de aprehender la manera como las clases populares retoman y refuncionalizan los medios desde su propio horizonte cultural.

“... Deben estudiarse porque nos proporcionan elementos valiosísimos para conocer el espesor cultural de estas clases... porque nos expresan la memoria popular, la historia no oficial contada por la boca de los campesinos y, en fin porque en ellos circulan elementos culturales ambiguos e inorgánicos que, aun cuando acepten la dominación y la explotación de clases, nos muestran puntas impugnadoras de esa posición y en ocasiones, prefiguran en torpes y asistemáticos trazos, un tipo de sociedad diferente a la que les oprime (...) conociéndolos y actuando sobre ellos se pueden implementar políticas de acción e intervención que permitan pasar de la simple contestación a la propuesta política, del sueño desahogante al proyecto de ser diferente” (25).

Es desde aquí donde vemos el esfuerzo de González por tratar de concebir lo probable y lo posible desde el entramado de relaciones y contradicciones sociales del momento. Es el intento por analizar las posibilidades para la construcción de la hegemonía en la vida cotidiana de las masas: ese lugar en donde se confunden, hierven y se mezclan lo popular y lo transnacional. Es pensar en lo pensable y en lo realizable desde la situación histórica actual.

Como de alguna manera antes presentimos, cualquier intento de descripción, demarcación o explicación, siempre será insuficiente o se quedará a

(25) GONZALEZ, J. Dominación Cultural: Expresión artística, promoción popular. México: Centro de Estudios Ecuménicos. 1980. p. 7.

mitad de camino de lo que es la real problemática actual y las maneras como se intenta abarcarla ya sea para tematizarla, utilizarla o canalizarla. Y aquí nos encontramos otra vez: tratando de dar razón de ese núcleo temático que atrevidamente (hay que atreverse) llamamos el pensar en lo popular. ¿Qué nos sugiere a nosotros como investigadores lo expuesto (con no muy pocas deficiencias) anteriormente? ¿Qué se vislumbra desde aquí, a qué distancia o en qué dirección se encuentran las esquinas habitadas por los otros 3 núcleos temáticos? ¿Qué significan dentro de nuestra disciplina estas pistas que nos dejan abiertas algunos investigadores? Y así podríamos esparcir sobre la mesa una multitud de interminables preguntas.

Respondiendo a la primera inquietud podemos decir que investigador que esté dispuesto a asumir el riesgo de romper con los esquemas con los que se venía trabajando hasta hoy y desplazar el eje de análisis hacia lo popular debe tener en cuenta que ésta, necesariamente, toca su posición como investigador ya que "la experiencia vital y estética de la que partimos es casi siempre la de la cultura culta con el etnocentrismo de clase que ella genera y que nos lleva en la práctica a negar la validez de lo popular en cuanto cultura" (26).

Entonces, romper con el etnocentrismo y ponernos a la escucha de nuevos problemas. Por ejemplo, las clases populares todavía no han tematizado aquello a lo cual resisten. El comunicador en este sentido puede estimular el proceso de toma de conciencia por parte de las culturas populares de su propia riqueza, de sus capacidades de protesta política y estética.

Pero asumir un papel activo dentro de ese proceso de toma de conciencia del pueblo implica un reto: romper con esa posición idealista que le atribuye al pueblo funciones mesiánicas y trabajar junto con él descubriendo y resaltando sus capacidades de creación en contraposición a las de sumisión. Al hacer ésto tampoco se trata de renegar de nuestra cultura, ni mucho menos de mimetizarnos. De lo que se trata es de asumir nuestra diferencia cultural y a partir de allí entrar a trabajar en todo lo que podamos aportar.

Si en la cultura popular hay mucho de dominación y complicidad, hay entonces que retarla y sacarla a flote. En lo popular hay muchas cosas negativas para ser liberadas, en contra de las que tendrá que trabajar también el investigador.

(26) GONZALEZ, J. *Cultura, Comunicación y Desarrollo Popular*. Breve acercamiento teórico a la comunicación campesina. México: mimeo 1980. pp. 11-12.

Respecto al segundo interrogante, a medida que nos internamos más en nuestro núcleo temático vemos cómo cada vez es menor la distancia entre éste y los otros. Como cualquier mapa, el nuestro peca por ser plano y la topografía en cuestión está llena de dimensiones.

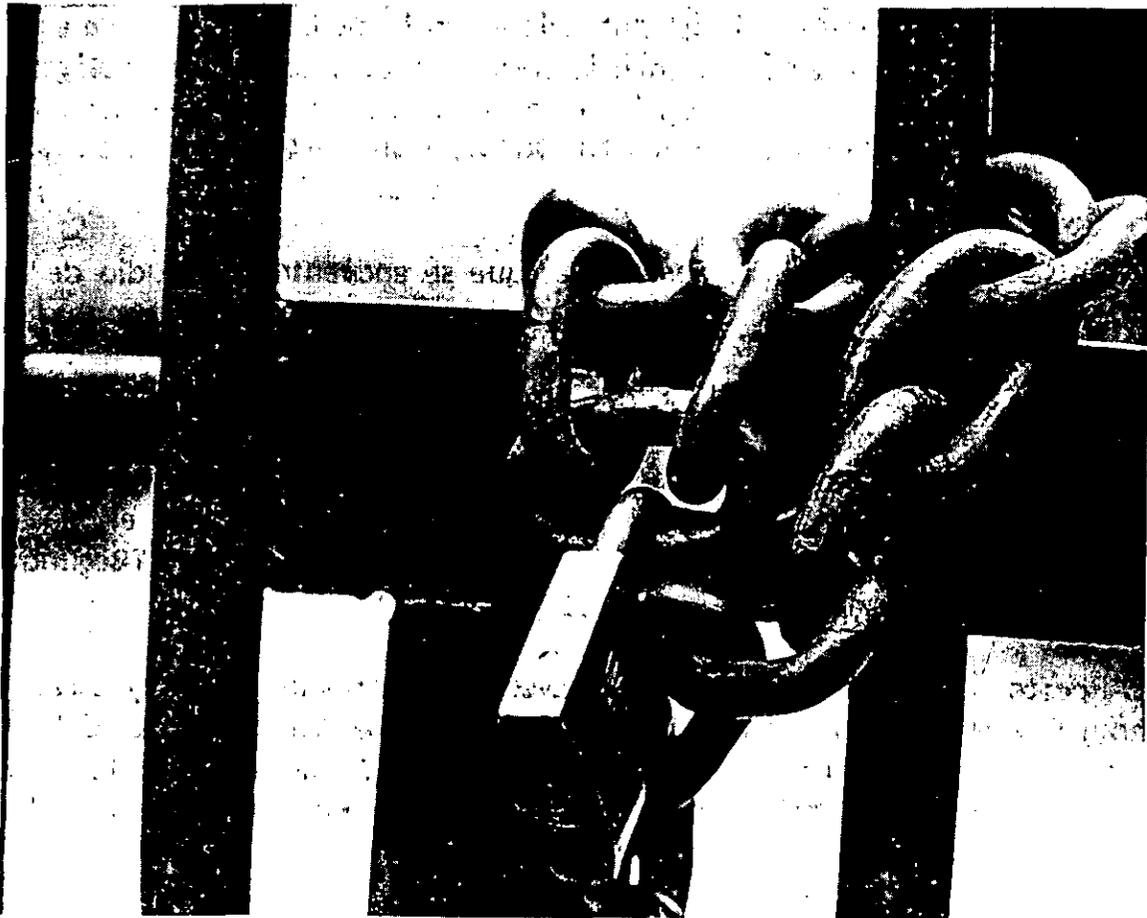
¿La topografía? La cuestión de la identidad cultural en relación con las nuevas tecnologías, la creciente transnacionalización que amenaza con arrasar con la diversidad.

Así el hacer en lo popular es cada vez menos inseparable del pensar como se ha podido ver. Se encuentran juntos en el plano de lo regional, es decir en la medida en que se trata desde los grupos diversos de afirmar lo heterogéneo, lo diferente, lo único y propio de cada grupo, sin caer en localismos. De la mano se enfrentan al Estado nacional en la medida en que éste es el que precisamente hace cada vez más imposible esa afirmación. Metodológicamente esto implica una reubicación de lo nacional en la medida en que cuestiona la máscara que reúne en una sola cultura y en una sola ideología a grupos diversos.

En esa reubicación de lo nacional es que se encuentra el estudio de lo popular con lo transnacional. Lo transnacional también le impone al Estado nacional unas condiciones que lo colocan en crisis. Para salvarse entonces el Estado nacional se verá obligado a servir de puente entre lo transnacional y lo popular.

El pensar lo transnacional se dirige en la misma dirección que el pensar lo popular. El primero llega al núcleo del problema por arriba y el segundo lo aborda por abajo.

Por todas esas tensiones se ve atravesada la reflexión latinoamericana, hoy. Desde allí, trata de re-construir lo real, e imaginar lo posible. O imaginar lo real, construir lo posible, realizar lo imaginable. Lo importante es que en y desde esta reflexión se ha tratado de dar un paso más allá, se ha roto con esquemas, se han perdido las falsas seguridades.



3. "Y la llave, qué?", Marta Elisa Alarcón (III Semestre).