

La(s) Cultura(s) Popular(es) Los términos de un debate histórico-conceptual



Cruz Elena Espinal Pérez¹
Universidad EAFIT, Colombia
cespinal@eafit.edu.co

Recibido: 29 de julio de 2008

Aceptado: 26 de octubre de 2008

¹ Doctoranda en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina; Doctoranda en Filosofía, Universidad de Paris VIII, Francia. Filósofa y Magíster en Docencia de la Universidad de Antioquia. Docente vinculada al Departamento de Humanidades de la Universidad EAFIT, Colombia. Investigadora del Grupo Estudios Culturales reconocido por COLCIENCIAS, categoría A. El artículo hace parte de la investigación de la autora para la tesis de Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, «El cuerpo tecno-cultural y/o tecno-natural. Relaciones entre cuerpo, técnica y cultura en el marco de la definición del hombre y sus conexiones con la técnica, a partir de la Paleoetnología de André Leroi-Gourhan y de la Antropobiología de Arnold Gehlen»

La(s) Cultura(s) Popular(es)- Los términos de un debate histórico-conceptual

Resumen

El trabajo expone perspectivas teóricas representativas en el debate sobre el concepto *cultura popular*, se analizan en su cruce con la *cultura de masas* y el *consumo*. Es una revisión teórico-conceptual dividida en cuatro apartados: la hipótesis de “circularidad cultural” a partir de Gramsci, Ginzburg, Bajtin y Thompson; el concepto *clase obrera* desde la teoría de la reproducción de Bourdieu y la teoría de una dialéctica cultural de Hall S.; la relación *cultura de masas e industria cultural* según Eco, Hoggard y Sarlo, y el problema de la *producción* y el *consumo* con De Certeau; finalmente, la distinción *arte elevado* y *cultura de masas* (Huyssen), el concepto de *hibridación* y la relación *cultura popular* y nuevas tecnologías culturales (García). El aporte principal es la dilucidación de las relaciones entre *cultura popular*, *cultura urbana* y *cultura de masas*, y el reconocimiento de algunos problemas epistemológicos ligados a generalizaciones en el uso de estos conceptos.

Palabras clave: cultura popular, cultura de masas, industria cultural, consumo, clase y culturas híbridas.

Popular culture(s). Terms of a historical conceptual debate

Abstract

This paper unfolds theoretical approaches representative in the debate on the concept of popular culture. They are analysed in their relationship to mass culture and consumption. This is a theoretical-conceptual review split in four sections: the hypothesis of “cultural circularity” according to Gramsci, Ginzburg, Bakhtin and Thompson; the concept of working class from Bourdieu’s theory of reproduction and Stuart Hall’s theory of a cultural dialectics; the relationship mass culture and cultural industry, according to Eco, Hoggard and Sarlo, and the problem of production and consumption with De Certeau. Finally, the distinction between high art and mass culture (Huyssen), the concept of hybridation and the relationship between popular culture and new cultural technologies (García) is presented. The main contribution is the elucidation of relationships between popular culture, urban culture and mass culture, as well as the acknowledgement of several epistemological problems linked to generalizations in the use of these concepts.

Key words: popular culture, mass culture, cultural industry, consumption, class and hybrid cultures.

A(s) cultura(s) popular(es). Os termos de um debate histórico-conceitual

Resumo

O trabalho expõe perspectivas teóricas representativas dentro do debate sobre o conceito cultura popular, analisadas em seu cruzamento com a cultura de massas e o consumo. É uma revisão teórico-conceitual dividida em quatro seções: a hipótese de “circularidade cultural” a partir de Gramsci, Ginzburg, Bajtin e Thompson; o conceito classe operária a partir da teoria da reprodução de Bourdieu e a teoria de uma dialéctica cultural de Hall; a relação cultura de massas e indústria cultural segundo Eco, Hoggard e Sarlo, e o problema da produção e o consumo com De Certeau; finalmente, a distinção arte elevado e cultura de massas (Huyssen), o conceito de hibridação e a relação cultura popular e novas tecnologias culturais (García). A principal contribuição é a elucidação das relações entre cultura popular, cultura urbana e cultura de massas, e o reconhecimento de alguns problemas epistemológicos ligados a generalizações no uso desses conceitos.

Palavras chave: cultura popular, cultura de massas, indústria cultural, consumo, classe e culturas híbridas.

Introducción

El trabajo sigue perspectivas teóricas representativas en el debate sobre el significado del concepto «cultura popular». Se ofrece una revisión teórico-conceptual de las interpretaciones de la cultura popular en su cruce con la cultura de masas y el consumo. El primer apartado, «La hipótesis de la circularidad cultural», plantea, a partir de los trabajos de Antonio Gramsci (1961, 1972), Carlo Ginzburg (2001), M. Bajtin (1987) y E. P. Thompson (1989, 1990) la idea de una interacción entre las culturas para examinar el concepto «cultura popular» y su relación con otros como «pueblo», «clase subalterna», «clase dominante», «folklore» y «cultura tradicional». El segundo, «La clase obrera: entre la teoría de la reproducción y la teoría de una dialéctica de la lucha cultural», analiza la cultura popular en sus relaciones con el concepto de «clase» desde la teoría de la reproducción de P. Bourdieu (1979, 1988) y la teoría de una dialéctica de la lucha cultural desde la perspectiva de Hall Stuart (1984). El tercero, «La cultura de masas y la industria cultural. Esfera de producción y consumo», presenta cuatro enfoques de la cultura popular desde: a) la narrativa de masas –la novela o el folletín– según el trabajo de Umberto Eco (1995); b) las publicaciones de masas en la nueva cultura urbana con Richard Hoggart (1990); c) la narrativa popular –el folletín televisivo– según Beatriz Salo (2001), y d) la tesis de De Certeau (1996) acerca de la relación entre lectura y consumo. Finalmente, el cuarto apartado, «Posmodernidad: formas híbridas de existencia de lo popular», se plantea la hibridez posmoderna y su interacción con las nuevas tecnologías culturales desde dos visiones. Se expone el análisis de Andreas Huyssen (2002), la hipótesis de la Gran División –distinción categórica entre arte elevado y cultura de masas de mediados del siglo XIX– y el concepto de «posmodernidad» ligado al de «hibridación», que García Canclini (1984, 1990) usa para definir la cultura popular.

Esta revisión teórica-conceptual evidencia que lo que sucede con los medios de comunicación de masas sirve para explicar las transformaciones históricas de los conceptos que se usan para elucidar hechos sociales. El término «cultura(s) popular(es)» implica reconocer no sólo problemas epistemológicos con las interpretaciones y generalizaciones, sino además la emergencia de una serie de conceptos no exentos de ambigüedad cuando se olvida su puesta en historia. Nos ocuparemos de esta cuestión a partir del rastreo de algunos conceptos ligados a trabajos teóricos y según la criba de los autores.

La hipótesis de la circularidad cultural

En un sentido general, la hipótesis de «circularidad cultural» reconoce la existencia de combinatoria, influencia e interacción entre culturas. Para Gramsci (1972), si bien el pueblo² corresponde al conjunto de las clases subalternas, no implica un carácter colectivo homogéneo de cultura; más bien, se trata de numerosas estratificaciones culturales, no siempre identificables, salvo en casos de culturas con mayor aislamiento histórico. En la concepción de los cantos populares, «cantos no compuestos ni por el pueblo ni para el pueblo, pero adoptados por éste porque se adecúan a su manera de pensar y de sentir» (Gramsci, 1972: 336) se evidencia el carácter colectivo del canto y, por ende, del pueblo.

Igualmente, la idea de «circulación cultural» se fortalece con la concepción del *folklore* de Gramsci, opuesta a la oficial, que lo ve como algo pintoresco. El *folklore* en tanto contenido cultural es mucho más móvil y fluctuante que la lengua, es concepción del mundo y de la vida de estratos de la sociedad determinados en el espacio tiempo. Se trata de una concepción «no sólo no elaborada y asistemática [...] sino también múltiple; no sólo en el sentido diverso y yuxtapuesto sino también en el de estratificado [...] un conglomerado indigesto de fragmentos de todas las concepciones del mundo y de la vida que se han sucedido en la historia» (Gramsci, 1972: 330). La asistematicidad parte del reconocimiento de que el pueblo, o el conjunto de las clases subalternas de todos los tipos de sociedad, carece de concepciones elaboradas debido a su contradictorio desarrollo. El carácter múltiple está dado por la difusión y, en consecuencia, el dominio popular más o menos desfigurado del pensamiento moderno y científico; el mosaico de la tradición es modificado, sujeto a combinaciones. Este movimiento también es visible en la «moral del pueblo» que, según Gramsci (1972), es un conjunto determinado en tiempo y espacio, de máximas de conducta y de costumbres ligadas a supersticiones y creencias. En esta esfera también se combinan diversos estratos:

los fosilizados, reflejo de condiciones de vida pasada y, por consiguiente, conservadores y reaccionarios, y los que constituyen una serie de innovaciones, a menudo creadoras y progresivas, espontáneamente determinadas por formas y condiciones de vida en proceso de desarrollo y en contradicción con la moral de los estratos dirigentes –o solamente distinta de ella– (Gramsci, 1972: 331).

² Como vamos a ver, el decurso histórico del concepto *pueblo* se inscribe en una dinámica de afirmación y negación del pueblo como sujeto: «En su “origen” el debate se halla configurado por dos grandes movimientos: el que contradictoriamente pone en marcha el mito del pueblo en la política (ilustrados) y en la cultura (románticos); y el que fundiendo política y cultura afirma la vigencia moderna de lo popular (anarquistas) o la niega por su “superación” en el proletariado (marxismo)» (Martín-Barbero, 1987:3).

De igual manera ocurre con el arte: las «artes menores» siempre han dependido de las «mayores».

La concepción de «clases subalternas» de Gramsci es retomada por Ginzburg (2001) en *El Queso y los Gusanos. El cosmos según un molinero del siglo XVI*³, para designar una realidad más amplia, sin connotaciones paternalistas de clases inferiores. No se habla de «cultura subalterna», noción bañada de prejuicios colonialistas, sino que se interroga sobre la relación entre la clase subalterna y clase dominante: «¿Hasta qué punto es en realidad la primera subalterna a la segunda? O, por el contrario, ¿en qué medida expresa contenidos cuando menos parcialmente alternativos? ¿Podemos hablar de circularidad entre ambos niveles de cultura?» (Ginzburg, 2001: 11). Cuestiones que se relacionan con la hipótesis de influencia recíproca entre culturas, visible en la investigación histórica sobre comportamientos y actitudes de la cultura popular, a través de la historia de Menocchio.

El caso Menocchio da cuenta de una ruptura del monopolio de la cultura escrita sobre temas religiosos propios de los doctos y de los clérigos, en la Italia del siglo XVI. Menocchio sabía leer y escribir, su lenguaje expresaba un componente racional de su visión del mundo, representaba la emergencia de una cultura distinta que pudo salir a la luz por la Reforma y la difusión de la imprenta. Para Ginzburg (2001), más que la consideración del cúmulo de libros como fuentes de las creencias de Menocchio, el interrogante central es saber cómo los leía; en este punto, la originalidad o la actividad creativa en su lectura resulta irrefutable: «Y ese tamiz, esa clave de lectura, nos remite continuamente a una cultura distinta de la expresada por la página impresa: la cultura oral» (Ginzburg, 2001: 86). La clave de lectura de Menocchio se realizaba al margen de cualquier modelo preestablecido; se trataba de una mezcla particular y recreadora de la página impresa y la cultura oral.

La idea de una influencia recíproca entre culturas, de clases subalternas y culturas dominantes, también está presente en el estudio de Bajtin sobre Rabelais y la cultura popular del siglo XVI:

Sólo teniendo en cuenta esta contraposición resulta comprensible la obra de Rabelais. Su comicidad procede directamente de los temas carnavalescos de la cultura popular. Por lo tanto, dicotomía cultural, pero también circularidad, influencia recíproca [...] entre cultura subalterna y cultura hegemónica (Ginzburg, 2001: 15).

³ Se trata de la historia de un molinero friulano –Domenico Scandella, conocido como Menocchio–, que fue sentenciado a morir en la hoguera por orden del Santo Oficio. Ginzburg (2001) estudia dos procesos en los que se vio involucrado el personaje y busca a través de esta historia reconstruir un fragmento de la cultura popular.

Bajtin (1987) concibe como núcleo de la cultura popular el carnaval, segunda vida del pueblo en la cual se presenta contigüidad entre el arte y la vida. En el ámbito de la vida cotidiana y al lado del mundo oficial, se hace la parodia del mundo ordinario. Son tres las fuentes populares trabajadas por Bajtin (1987), las cuales se combinan y relacionan entre sí: formas rituales del espectáculo, obras cómicas verbales, y diversas formas y tipos de vocabulario familiar y grotesco. Todos estos elementos confluyen en el «realismo grotesco», en el cual se materializa una concepción estética de la vida material y corporal de la cultura cómica popular, las imágenes aparecen bajo la forma universal de la fiesta utópica y adquieren un carácter cósmico y universal:

El principio material y corporal es percibido como universal y popular, y como tal, se opone a toda separación de las raíces materiales y corporales del mundo, a todo aislamiento en sí mismo, a todo carácter ideal abstracto o intento de expresión separado e independiente de la tierra y el cuerpo (Bajtin, 1987: 24).

Se trata de una degradación de lo sublime que se juega en el cuerpo y comporta un carácter festivo, un poderoso elemento de juego visible en las formas de teatralidad cómica fundado en el principio de la risa, en el cual no discierne entre actores y espectadores e ignora la escena; está hecho para todo el pueblo, carece de frontera espacial y su ley es la libertad. En el realismo grotesco, la degradación de lo sublime se juega en el cuerpo, contiene a su vez valor topográfico:

Degradar significa entrar en comunión con la vida de la parte inferior del cuerpo, el vientre y los órganos genitales, y en consecuencia también con los actos como el coito, el embarazo, el alumbramiento, la absorción de alimentos y la satisfacción de las necesidades naturales (Bajtin, 1987: 25).

La imagen grotesca expresa una metamorfosis incompleta: el cuerpo grotesco es un cuerpo incompleto, no está separado del mundo, tiene una edad cercana al nacimiento y a la muerte, es un cuerpo cósmico que acentúa la proximidad entre el vientre y la tumba.

La parodia grotesca cuestiona la necesidad y enfrenta las estructuras de poder establecidas. En el carnaval se despliega una revuelta de *semiosis* que transforma los significantes oficiales y trascendentales del cuerpo al someterlos al ridículo, a la sátira y al relativismo a través del humor. La parodia grotesca del carnaval es un juego de disfraz e inversión –sagrado/profano; nacimiento/muerte– que colapsa las oposiciones tornándolas ambiguas y renovadas. En «Carnaval y comedia: Bajtín y Brecht», Eagleton (1988) se interroga, retomando las preguntas que Benjamin le hiciera a los surrealistas, cuyas imágenes revolucionarias expresan metáforas del cuerpo transformado por la tecnología del capitalismo industrial, si la embriagadora liberación del carnaval puede dirigirse políticamente.

La risa del carnaval es integradora a la vez que liberadora y la abolición de las inhibiciones es tanto políticamente debilitadora como disruptiva [...] el carnaval podría figurar como el principal ejemplo de esa complicidad mutua entre la ley y la liberación, el poder y el deseo (Eagleton, 1998: 225).

El aspecto revolucionario o utópico del carnaval subyace en sus funciones satíricas. En el discurso del humor, el lenguaje es liberado del significado unívoco mediante un juego de solidaridad entre los participantes, juego con el lenguaje cuya raíz es somática:

En un movimiento colectivizador, el cuerpo individual es arrojado abierto de par en par a sus alrededores sociales, de manera que sus orificios se conviertan en espacios de intercambio erótico con un «exterior» que es siempre también un «interior» (Eagleton, 1998:227).

El carnaval exhibe una somática política del cuerpo histórico a la que subyace un potencial revolucionario. La idea de «circularidad cultural» subyace en el realismo grotesco, se evidencia en la complicidad, existente por mecanismo de humor y sátira, de la ley y la liberación, del poder y el deseo, en la ambigüedad de los significados como territorio propicio de lucha política.

La hipótesis de «circularidad cultural» interroga las generalizaciones cuando se habla de cultura popular. Thompson (1990) cuestiona esas generalizaciones con su trabajo sobre la costumbre, tal y como se expresaba en la cultura de los trabajadores de los siglos XVIII y XIX en Inglaterra. La costumbre se halla en flujo constante, campo de cambio y de contienda, palestra de intereses opuestos y reclamaciones. La cultura, por su parte, es el lugar del tráfico constante entre lo escrito y lo oral, el pueblo y la metrópolis, lo superior y lo subordinado; de ahí que la cultura no sea una invocación de consenso o ámbito insustancial de los «significados, actitudes y valores»; más bien es campo de oposiciones dentro del conjunto, o contradicciones sociales y culturales. En el ámbito diferenciador de la costumbre, a través de la tradición oral se reproducen de generación en generación las prácticas y las normas, es decir, la tradición. Empero, la tradición oral se complementa con el conocimiento de las letras, la circulación de impresos (coplas, almanaques, crónicas, etcétera), productos que «tienden a someterse a las expectativas de la cultura oral en lugar de desafiarla ofreciendo otras opciones» (Thompson, 1990: 21). Con este argumento se cuestiona el concepto «cultura tradicional», y se trata, entonces, de una «cultura tradicional rebelde», pues las normas de la cultura plebeya (que es la propia del pueblo) se definen dentro de ella misma; no son idénticas a aquellas proclamadas por la Iglesia o la autoridad: se distingue por la expresión

de una picaresca propia del pueblo. La cultura conservadora de la plebe se rebela en defensa de la costumbre⁴ contra las racionalizaciones e innovaciones económicas del proceso capitalista, las que experimenta como explotación o expropiación de derechos.

Ahora bien, históricamente el interés por la cultura popular ha estado marcado por la negación de lo popular. Frente a la pregunta ¿qué es lo popular? De Certeau (2004) responde que ésta es una producción ligada a la censura social de su objeto; como objeto de interés se definió y domesticó: «su peligro había sido eliminado» (De Certeau, 2004: 47). De ahí que *en el comienzo haya un muerto*. La búsqueda de lo popular se liga frecuentemente con el mito del origen perdido; unos lo buscarán en la tradición oral, otros en la unidad de la cultura y otros en la existencia de un origen natural. Por esta razón, el origen del arte popular pasa por la búsqueda de los textos primitivos que remiten a una infancia de la cultura. Desde 1960, la erudición se puso al servicio de la cultura popular con una perspectiva marxista o populista, realizando la utopía de otra forma de relación política entre las masas y la elite. Este gesto de los intelectuales⁵ sigue obedeciendo a los mecanismos que retiran al pueblo y lo ofrecen para los aficionados como ruinas. Al interés actual por lo popular subyace el mismo gesto violento anterior, sólo que vestido esta vez de voyerismo y pedagogía, donde el pueblo sigue siendo el buen salvaje: «en la reafirmación cultural puede acontecerle la reserva o el museo» (De Certeau, 2004: 56).

Si revisamos algunas corrientes teóricas clásicas –romanticismo, anarquismo, marxismo– vemos que en su afán por rescatar lo popular más bien han contribuido a su negación. Como lo señala Martín-Barbero (1987), en el romanticismo se concreta el imaginario, en el cual aquello que procede del pueblo, es decir, la cultura, adquiere un estatus. Este imaginario se consolida con la nueva ciencia: *folklore*, que percibe dos movimientos: el rural, cargado de oralidad, creencias y arte ingenuo; el urbano, territorio de escritura, secularización y arte definido. El uso romántico de *peuple* se refiere a la sociedad constituida por el

⁴ Según Thompson (1990), en el siglo XVIII la palabra «costumbre» era operativa: designaba tanto los usos consuetudinarios como las reivindicaciones de nuevos derechos consolidados por las protestas populares. La costumbre cumplía una función racional, se ofrecía como retórica de legitimación para cualquier uso. La racionalización del trabajo en el proceso capitalista violentaba las pautas de trabajo y ocio afianzadas por los derechos de la costumbre.

⁵ Para Bourdieu (1988), los intelectuales y los agentes oficiales -la religión, la medicina, etc.- acentúan las diferencias entre las prácticas legítimas y las del pueblo. Por un lado, lo popular negativo, «vulgar», se define como obstáculo en la expansión de la legitimidad; por el otro, el mercado en aras a superar el obstáculo, crea la necesidad de lo popular positivo (la pintura «ingenua», la música «flok»); invirtiendo el signo dominado por los especialistas, se empeña en una rehabilitación o ennoblecimiento de las prácticas. Se trata de diferentes posiciones ocupadas en relación con el pueblo, que en el caso de los intelectuales se debe, bien sea a la quiebra de sus empresas o bien al fracaso en la integración al grupo intelectual dominante. Igualmente, para escapar al etnocentrismo de clase y a su forma inversa, el populismo, a veces se hace desaparecer los efectos de la dominación: «interesándose en mostrar que “el pueblo” no tiene nada que envidiar a los “burgueses” en materia de cultura y de distinción» (Bourdieu, 1988: 155). En la reivindicación de la lengua popular así como de la cultura popular permanece el gesto de la rehabilitación.

campesinado y las masas obreras como universo de sufrimiento y miseria. Y en estos imaginarios, que aún alimentan las políticas conservadoras, el pueblo se convierte en una entidad no analizable, pues responde a una identidad invulnerable al movimiento y a los conflictos sociales:

Si los románticos rescatan la actividad del pueblo en la cultura, en el mismo movimiento en que ese hacer cultural es reconocido, se produce su secuestro: la originalidad de la cultura popular residiría esencialmente en su *autonomía*, en la ausencia de contaminación y de comercio con la cultura oficial, hegemónica. Y al negar la circulación cultural, lo de veras negado es el *proceso histórico de formación de lo popular y el sentido social de las diferencias culturales*: la exclusión, la complicidad, la dominación y la impugnación. Y al quedar sin sentido histórico, lo rescatado acaba siendo una cultura que no puede mirar sino hacia el pasado, cultura-patrimonio, *folklore* de archivo o de museo en los que conservar la pureza original de un pueblo-niño primitivo (Martín-Barbero, 1987:11).

Se trata de un movimiento que opera tanto hacia afuera en la dicotomía civilizados/bárbaros, como hacia adentro en la oposición entre cultura hegemónica/ culturas subalternas. De igual manera, la negación del pueblo no logra ser superada por los anarquistas y los marxistas, quienes a lo largo del siglo XIX politizan la idea de pueblo⁶.

Los anarquistas se mueven entre la afirmación romántica y la negación marxista; si bien el pueblo se define por su lucha contra la burguesía, no se identifica con la concepción marxista del proletariado. Para el anarquismo, la lucha no se da en relación con los medios de producción sino con todas las formas de opresión; el sujeto de la acción política mantendrá rasgos románticos, aunque desde un significado diferente: «la verdad y la belleza *naturales* que los románticos descubrieron en el pueblo se transforman ahora en las “virtudes naturales” que son su “instinto de justicia”, su fe en la Revolución como único modo de conquistar “su dignidad”» (Martín-Barbero, 1987: 14). Esta dinámica de opresión y resistencia se concreta en la cotidianidad, en la que la cultura no sólo es un espacio de manipulación sino de conflicto, es posibilidad de transformación y de liberación. Por su parte, el marxismo ortodoxo niega la validez teórica y política de la concepción anarquista. El proletariado se define como clase; la opresión y la lucha se sitúan en el plano económico, en el de las relaciones de producción. De nuevo tenemos la negación de lo popular, pues el marxismo ortodoxo, al explicar la diferencia cultural por la diferencia de clase, relaciona todos los conflictos con la lógica interna de la lucha de clases y desconoce la especificidad de los conflictos y los modos de lucha que articula la cultura.

⁶ La idea de «pueblo» se fue tornando en la izquierda en el concepto «clase social» y en la derecha en el de «masa».

La clase obrera: entre la teoría de la reproducción y la teoría de una dialéctica de la lucha cultural

Uno de los exponentes asiduos de la teoría de la reproducción es Bourdieu⁷ (1979, 1988), quien define las clases populares, y más precisamente la clase obrera, desde la noción de *habitus*; la coherencia de las elecciones de un *habitus* corresponde al sistema de necesidades. La clase obrera es modelada por la necesidad, incluso en sus formas de rebelión contra la necesidad; el *habitus*, en las clases populares, es necesidad hecha virtud, necesidad que denota la privación de los bienes necesarios: «La necesidad impone un gusto de necesidad que implica una forma de adaptación a la necesidad y, con ello, de aceptación de lo necesario, de resignación a lo inevitable» (Bourdieu, 1979: 379). De ahí, que el gusto sea el producto de condiciones económicas en las que funciona. Las clases populares no pueden ponerse en el lugar de otros situados en el extremo social opuesto: la prodigalidad se vincula a los gastos de primera necesidad. Empero, la eficacia propia del *habitus* funciona cuando existen ingresos iguales y consumos diferentes, es decir, principios de selección diferentes; se trata de una estilización de la vida, una disposición estética desplegada con respecto al mundo de los otros, que en las clases populares se presenta como sumisión a la necesidad, dando lugar a una estética pragmática y funcional, la cual remite a la renuncia de beneficios simbólicos inaccesibles; de ahí el gusto de las clases populares por los sustitutos en rebaja, las fantasías y las baratijas.

La única norma explícita del gusto popular consiste en el principio de conformidad: realizar elecciones razonables impuestas por las condiciones objetivas, rechazando por solidaridad de condición la ambición de distinguirse, identificándose con otros grupos. La determinación de las condiciones objetivas inciden en las prácticas y preferencias culturales de las diferentes clases; este universo de lo posible en las clases populares es cerrado⁸. En la relación de las

⁷ Los conceptos «reproducción» y «hegemonía» han permanecido de manera problemática en la teoría social. Para García (1984), Bourdieu representa la teoría de la reproducción más radical, al negar la cultura popular como diferencia y disenso y que la apropiación de la cultura es desigual en la lucha por la distinción entre las clases; en este sentido, se considera la cultura popular como eco de la dominante. Por su parte, los neogramscianos ven, no un espacio de distinción sino de conflicto entre las clases en lucha por la hegemonía. Según García (1984), estos últimos también ignoran los procesos de interpenetración y mezcla que escapan a las clasificaciones hegemónico/subalterno, moderno/tradicional. Ambas visiones reflejan la tensión metodológica entre deductivistas e inductivistas; mientras unos hablan de rasgos impuestos por el modo de reproducción, por ejemplo la manipulación de la industria cultural, otros hablan de propiedades intrínsecas de las clases subalternas, poder que sería la base de la resistencia.

⁸ Según Grignon y Passeron (1991), esta concepción es etnocéntrica y/o dominocéntrica y se alimenta del enfoque del miserabilismo y del populismo: excluye a las clases populares de la esfera de la cultura. Tomando como eje el gusto y particularmente la alimentación, lo conciben como punto de encuentro entre la vida material y la vida simbólica, tanto en la clase popular como en la dominante. Lo que significa que no existen oposiciones entre lo «material» y lo «simbólico», no existe discontinuidad entre el espacio social y el espacio simbólico. Frente al dominocentrismo, los autores proponen presupuestos para pensar la relación entre los aspectos prácticos y estilísticos de la cultura popular: 1) las clases dominantes como las dominadas comportan un «estilo de vida para sí»; 2) el modo de vida de ambas clases constituye «un estilo de vida en sí»; 3) las oposiciones en estilo de vida de ambas clases no es homóloga a la oposición entre «gusto de necesidad» y «gusto de libertad»; y 4) no es sostenible la idea, según la cual mientras la libertad decrece el estilo desaparece, pues sería pensar en una automatización mecánica de un programa repetitivo en las prácticas populares.

clases populares con los productos culturales de «masa», se evidencia el reconocimiento de la privación, es decir, «la *relación social* que se encuentra en la base de la experiencia obrera del mundo y que hace que el trabajo y el producto del trabajo, *opus proprium*, se presente ante el trabajador como *opus alienum*» (Bourdieu, 1979: 393). Los trabajadores, al carecer del capital cultural legítimo objetivado en los productos técnicos, «están dominados por las máquinas y por los instrumentos a los que sirven más que de los que se sirven, y por los que poseen los medios legítimos, es decir, *teóricos* para dominarlos» (Bourdieu, 1979: 395). En definitiva, cuando se habla de cultura popular no se trata de una contracultura, pues en la dominación cultural puede coexistir tanto la legitimidad como la protesta y, a veces, la toma de conciencia política simpatiza con la empresa de rehabilitación de la dignidad cultural de la clase popular, tendencia que expresa la sumisión a los valores dominantes sobre los cuales se funda la dominación.

Desde otra mirada, Stuart Hall (1984) explica las transformaciones de la clase obrera en el periodo 1880-1920, momento de la inserción activa y en masa del público obrero en un nuevo tipo de prensa comercial y popular. En este contexto se da una reorganización capitalista de la industria cultural, con la utilización de nuevas tecnologías, la cualificación de los procedimientos de trabajo y los nuevos tipos de distribución de los mercados culturales de masas. En este periodo surge el interés por la cultura popular y se presenta una transformación cultural importante, una reconstrucción de las relaciones políticas y culturales entre las clase dominante y dominada, un cambio de relación entre el pueblo y la expansión y monopolización de los nuevos aparatos culturales imbricados con revoluciones tecnológicas -revoluciones que no son puramente técnicas.

El periodo elegido por Hall (1984) revela las transformaciones culturales a partir de la lucha de las clases obreras en la transición hacia el capitalismo:

Los cambios de equilibrio y de las relaciones de fuerzas sociales durante la citada historia se manifiestan, una y otra vez, en las luchas en torno a las formas de la cultura, las tradiciones y estilos de la vida de las clases populares (Hall, 1984: 94).

Las formas culturales no son completas ni coherentes: son profundamente contradictorias. No es posible recoger en una sola categoría todas las cosas que hace el pueblo. Las formas culturales son móviles, aunque asistidas por la relación estructurante de formaciones dominantes y subordinadas.

Existe un poder en la implantación cultural que se manifiesta en las industrias culturales al reconfigurar constantemente lo que representan, «no hay *ninguna* “cultura popular” autónoma, auténtica

y completa que esté fuera del campo de fuerza de las relaciones de poder cultural y dominación» (Hall, 1984: 100), y las personas corrientes reconocen las formas en que la vida de la clase obrera se reorganiza según el modo en que se representen. De ahí la existencia de una dialéctica de lucha cultural. En este sentido, la cultura popular comercial no es puramente manipuladora:

junto con los atractivos falsos, los escorzos, la trivialización y los cortocircuitos, hay también elementos de reconocimiento e identificación, algo que se aproxima a la recreación de experiencias y actitudes reconocibles, a las cuales responden las personas (Hall, 1984: 101).

El proceso mediante el cual se articulan las formaciones y se eligen las preferencias, da cuenta de desiguales relaciones de fuerza que definen el campo de la cultura; se trata de la lucha cultural, de la relación cultura/hegemonía.

Lo que cuenta en el estudio de la cultura popular «es la lucha de clases en la cultura y por la cultura» (Hall, 1984: 104), y la lucha puede tomar varias formas: incorporación, tergiversación, resistencia, negociación, recuperación. Las culturas de clase se cruzan y coinciden en el mismo campo de lucha; lo popular, entonces, indica esta alianza de clases y fuerzas. Esta definición se extiende a la cultura del bloque de poder y la noción de pueblo tampoco tiene un contenido fijo. La cultura, por su parte, es el terreno en el cual se polariza la contradicción: «clase contra clase», o la lucha cultural, que para el autor es la base de una fuerza cultural popular-democrática. En suma, la historia de las clases populares pasa por su relación constante con las instituciones de producción cultural.

La cultura de masas y la industria cultural. Esfera de producción y consumo

La fuerza del folletín clásico como expresión de la narrativa de masas es un terreno ideal para la investigación de las relaciones entre la industria cultural, la ideología del consuelo y la técnica de la novela de consumo. Umberto Eco (1995) estudia la narrativa del consumo, la retórica y la ideología de la novela popular, a partir de la obra de Eugenio Sue⁹, la cual ilustra

[...] ciertos elementos de la sensibilidad social decimonónica y sus raíces, y [sirve] como clave que nos ayuda a entender las estructuras de la narrativa de masas, o las relaciones existentes entre las condiciones de mercado, la actitud ideológica y la forma narrativa (Eco, 1995: 38).

⁹Eugenio Sue, escritor francés (1804-1857), es uno de los creadores de novelas por entregas publicadas en los diarios. Autor, entre otras, de *Los misterios de París*, *El judío errante*, *Les mystères du peuple*.

La obra de Sue logra un efecto seguro, devela una vocación popular o populista que predica la religión del pueblo, utilizando el código de las masas populares¹⁰. A pesar de la crítica oficial, la burguesía también se apasiona con su obra, la cual es de gusto general: «Se da perfectamente cuenta de cuál es la ley inexorable por la cual se rige la comunicación de masas, y ve que los códigos de los lectores son fatalmente distintos del que tiene el autor» (Eco, 1995:43). Esta narrativa de consuelo se caracteriza por la presencia de elementos de tensión, cuyo medio resolutorio es de tipo fantástico; aunque imaginable, es el terreno del «superhombre del folletín» –héroe consolatorio–. En el componente narrativo, la intriga se caracteriza por elementos de redundancia, hecho que permite la identificación del lector con las situaciones de partida y de llegada. Se trata de una *estructura sinusoide*: tensión/desenlace, nueva tensión/nuevo desenlace, etc., es decir, golpes de escena que se repiten a intervalos regulares. En la novela consolatoria se provoca el efecto de dos maneras, de un lado llamando la atención sobre lo que viene después y, la otra, recurrir al *kitsch*.

En la novela popular dominada por la sombra del consuelo mistificador, se ofrece una relación entre estructura narrativa e ideología; según Eco (1995), la tranquilidad o forma de consuelo que caracteriza la novela de consumo, como reiteración de lo esperado, corresponde ideológicamente a la reiteración del orden, a la estabilidad de los significados. Por esta razón, la ideología y la estructura narrativa se funden coherentemente.

Las publicaciones de masas afectan todas las capas de la sociedad. Richard Hoggart (1990) analiza escenarios y actitudes, particularmente el estilo de habla, de un grupo homogéneo de personas de la clase obrera de zonas urbanas del norte de Inglaterra de los años veinte y treinta. Sin desconocer los matices y diferencias del grupo, estudia las constantes y encuentra que las mismas sirven de fuente de motivación de los publicistas de masas. En el análisis de las actitudes, encuentra tres expresiones: actitudes viejas de una generación que no experimentó los mensajes culturales transmitidos por radio, prensa, cine o televisión, éstas de origen inmemorable, forman el telón de fondo en la vida de los jóvenes; otras han cambiado poco y se han ido transmitiendo de la Inglaterra rural a la urbana, y otras actitudes son el resultado de la urbanización.

Hoggart (1990) concluye que la clase obrera en la cultura de masas no corresponde a la visión romántica del obrero traicionado o degradado por un sistema que lo controla; en su estudio de las publicaciones de masas, encontró que no se dirigen a una clase específica. Al rastrear el cambio cultural de la clase obrera con el surgimiento de la cultura urbana de masas, encuentra que:

¹⁰ En *Los misterios de París*, Sue consolida una protesta política, es una epopeya del trabajador desgraciado digno de redención; en *Les mystères du peuple* desde una perspectiva maniquea se plantea la existencia y la necesidad de la lucha de clases.

los estímulos de quienes controlan los medios masivos de comunicación son ahora, por muchas razones, más insistentes, eficaces, globales y centralizados que antes; que estamos yendo hacia la creación de una cultura de masas: que los residuos de lo que era, por lo menos parcialmente, una cultura urbana popular, están siendo destruidos (Hoggart, 1990: 35).

Una de las transformaciones importantes se ubica en la recurrencia de medios simbólicos para escapar del peso de la autoridad; si antes solía ser a través del arte que se satirizaba y desmitificaba, ahora se disminuye esta expresión a causa de la variedad de diversiones que ofrecen los medios y que restan posibilidad en los consumidores de hacer protestas irónicas.

La narrativa popular –folletín televisivo– renueva haciendo mezclas estilísticas de recursos provenientes de la poética culta. En este contexto no se da un modelo de producción ni de recepción. Para Beatriz Sarlo (1987, 2001), los productos de la cultura popular rehúsan la circunscripción en modelos; incluso los rasgos de los serializados de la industria cultural son variables, aunque algunos tópicos se reiteren dando lugar al género. Los rasgos que caracterizan el folletín televisivo, expresan tradiciones estéticas como la redundancia y el maniqueísmo en la producción de los personajes; los límites entre lo popular y lo culto son difusos. En la dupla innovación/repetición se excluye el dinamismo en la construcción de materiales lingüísticos provenientes tanto de lo popular como de lo culto. Se trata de innovaciones y préstamos multidireccionales que inciden en la retórica de lo popular, es decir, la narrativa popular renueva haciendo mezclas estilísticas de recursos proveniente de la poética culta.

No es posible estandarizar la producción cultural popular ni homogenizar lo popular, ni tampoco es posible pensar en un modelo de recepción o consumo popular ni un modelo de lector culto. Se cuestiona la hipótesis de la manipulación que privilegia la función del emisor y el mensaje, pues no existe un modelo de recepción. Los modos de consumo son diferentes, el público está fragmentado según la estratificación cultural, que se relaciona con las destrezas adquiridas para el manejo de textos y artefactos; se trata de un capital simbólico diferenciado, por ejemplo, por las opciones escolares y el acceso a bienes culturales, que da cuenta de las condiciones objetivas y subjetivas para el manejo de los discursos: «la desigualdad económica y social impone sus clivajes»¹¹ (Sarlo, 1987: 160).

¹¹ Esta afirmación también la hallamos en García (1984), los espacios de la cultura hegemónica y de la cultura popular están interconectados; los espacios de trabajo y la televisión se comparten, aunque la cultura popular se halle en un lugar subordinado de la producción, circulación y consumo. Ambas clases generan decodificaciones distintas ante lo que le ofrece la televisión, pues las opciones económicas y culturales los diferencian: «las culturas populares son resultado de una *apropiación desigual* del capital cultural, una *elaboración propia* de sus condiciones de vida y una *interacción conflictiva* con los sectores económicos» (García, 1984:63). De ahí que entender las culturas populares implique considerarlas en conexión con los conflictos entre las clases sociales y con las condiciones de explotación en que producen y consumen.

La lectura como el consumo se constituyen en actos de creación, de producción, «artes de hacer». De Certeau (1996) encuentra semejanza entre la lectura y el consumo; en ambos actos se realiza una cacería furtiva, no es un procedimiento pasivo ni domesticado; los actores tienen un papel histórico. Cuando se privilegia la producción escritural en el análisis, se niega la creatividad de la lectura y del proceso de consumo. Empero, tanto el libro como la publicidad son efecto o construcción del lector, quien «combina sus fragmentos y crea algo que desconoce en el espacio que organiza su capacidad de permitir una pluralidad indefinida de significaciones» (De Certeau, 1996: 182). La idea de consumo cultural privilegia la concepción según la cual la institución social sobredetermina la relación con el texto que define la obra por una intención o la actividad del autor. Contrario a esta concepción, pasa algo diferente con el lector y el televidente. Lo que el consumidor cultural fabrica en el uso es una producción, una *poiética* oculta, frente a la producción televisiva, urbanística o comercial; la otra producción de consumo es astuta y se concreta en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante.

La diferencia entre los dos tipos de producción se relaciona con la distinción entre tácticas y estrategias. La estrategia es un cálculo de relaciones de fuerzas que ejerce un sujeto de voluntad y de poder aislable (una empresa, un ejército, una ciudad, una institución científica), postula un lugar propio y desde allí moviliza sus relaciones con una exterioridad distinta de metas o de amenazas (los clientes o competidores); corresponde a una racionalidad institucionalizada que insta una censura entre un lugar propio y el ajeno. Por su parte, la táctica es un cálculo que no cuenta con un lugar propio ni con frontera para distinguir al otro como una totalidad, se insinúa fragmentariamente.

Mientras la táctica astuta se encuentra determinada por la ausencia de poder, la estrategia se encuentra organizada por el principio de un poder. De esta manera, se establece una homologación entre producción/consumo y escritura/lectura, también entre producción/escritura y consumo/lectura, que permite reconocer que en el consumo, al igual que sucede en la lectura, se da una actividad o producción: el texto se convierte en un apartamento rentado; la propiedad del otro es tomada prestada por un transeúnte no pasivo. Los consumidores –como el televidente– fabrican algo totalmente diferente de la producción racionalizada que se les impone; lo hacen funcionar en otro registro:

[...] el consumidor no sabría identificarse o calificarse conforme a los productos periodísticos o comerciales que asimila: entre él (que se sirve de ellos) y estos productos (signos del «orden» que se impone), hay una distancia más o menos grande del uso que hace de ellos (De Certeau, 1996: 39).

En la contemporaneidad, la expansión de la racionalidad tecnocrática crea entre las mallas del sistema, un desmoronamiento y una pululación de prácticas que anteriormente eran reguladas por unidades locales estables, en este contexto los consumidores se transforman en inmigrantes.

Las prácticas operan como el lenguaje ordinario; en la morfología del uso se dan diferentes modos de funcionamiento cotidiano, que dependen de reglas pragmáticas circunscritas a formas de vida. Los usos no se reducen a respuestas disciplinadas. En las «maneras de hacer» subyacen mecanismos tácticos en los que los usuarios se reapropian de la producción sociocultural: «ingeniosidades del débil para sacar ventaja del fuerte, desembocan entonces en una politización de las prácticas cotidianas» (De Certeau, 1996: xlviii). La marginalidad no se refiere a pequeños grupos, sino a una marginalidad masiva, cuya actividad cultural no tiene firma y no es homogénea. Al igual que las prácticas, los proverbios populares son espacio de tácticas, están marcados por los usos, por los procesos de enunciación y modalizaciones coyunturales. Las jugadas son proporcionales a las situaciones: a cada juego le corresponde un relato de la partida que contiene reglas y jugadas que son repertorios de esquemas de acciones entre socios que cuentan con el elemento sorpresa. Los relatos populares se acogen a esta regla: «se da cuenta de las jugadas no de las verdades». Una lectura de los cuentos populares permite reconocer los discursos estratégicos del pueblo, el privilegio en los cuentos por la simulación/disimulación y por la presencia de figuras de estilo, las inversiones y juegos de palabras, giros de la lengua –tácticas- que caracterizan el *arte del habla* popular.

Posmodernidad: formas híbridas de existencia de lo popular

Desde mediados del siglo XIX, la cultura de la modernidad se ocupó de la relación entre el arte culto y la cultura de masas. A partir de una estrategia de exclusión se presagiaron los peligros de la contaminación de la cultura de masas, consumista y opresiva, en el arte culto. El dogma que realiza la distinción categórica entre arte elevado y cultura de masas, y concibe la cultura de masas como elemento negativo se ha vuelto estéril e impide entender los actuales fenómenos culturales. Frente a esta dificultad, Andreas Huyssen (2002) plantea la existencia de un nuevo paradigma, en el cual el modernismo, la vanguardia y la cultura de masas entran en el marco de relaciones mutuas y configuraciones discursivas que constituyen lo posmoderno.

Varios autores coinciden en afirmar que la cultura de masas es impensable sin la tecnología del siglo veinte. En la vanguardia, la tecnología jugó un papel importante en el intento de conjugar el arte y la vida; en contra de la obra maestra y los museos, la estética anarquista estuvo a favor de un arte en situación, un concepto político que alude a un acción directa, a

un arte utilitario, espontáneo e imaginativo que no se limita a expresar la subjetividad individual sino la voz colectiva. No obstante, si inicialmente la vanguardia cultural pretendió una cultura de masas liberadora bajo el socialismo, sus técnicas han sido absorbidas por la cultura de masas occidental, mediada por industrias e instituciones:

Fue la industria cultural y no la vanguardia la que consiguió transformar la vida cotidiana durante el siglo veinte. Y sin embargo las utopías de la vanguardia histórica aparecen preservadas, aunque bajo una forma distorsionada, en este sistema de explotación llamado eufemísticamente cultura de masas (Huyssen, 2002: 39).

Se trata de una experiencia estética que transforma la vida cotidiana, mientras la producción de mercancías hace que la cultura de masas atraviese públicos de todas las clases; la cultura popular, al confrontarse con la cultura mercantilizada, produce una variedad de formas híbridas.

La industria cultural pone en cuestión la distinción marxista entre economía y cultura, teoría del libre mercado y autonomía de la cultura, pues el capitalismo del siglo XX subsume lo cultural en lo económico, reorganiza los significados simbólico-culturales ajustándolos a la lógica de la mercancía. Para Horkheimer y Adorno (1988), este círculo de manipulación se fortalece cada vez más, pues en la industria cultural los entes culturales típicos, como el arte, devienen mercancías, imagen, representación, espectáculo. Sin embargo, no es pensable que la función y el uso estén totalmente determinados, y que el valor de cambio haya sustituido el valor de uso, pues sería reducir al consumidor en un estado de pasiva regresión. Los productos culturales no son sólo mercancías, cumplen además, una función en los procesos de reproducción ideológica.

Mientras el modernismo se apegó a la idea de un arte autónomo (Adorno), por su parte, la vanguardia unía el arte y la vida, entendida como promesa mesiánica (Benjamín), desmitificó el discurso del arte elevado de la sociedad europea y la cultura del museo, la galería, la sala de concierto, etc. Por su parte, el posmodernismo contemporáneo opera:

[...] en un campo de tensión entre la tradición y la innovación, entre la cultura de masas y el arte elevado, en el cual los segundos términos no pueden arrogarse privilegio alguno sobre los primeros, un campo de tensión que no puede concebirse en términos de progreso versus reacción, izquierda versus derecha, presente versus pasado, modernismo versus realismo, abstracción *versus* representación, vanguardia *versus* kitsch (Huyssen, 2002: 373).

En esta misma línea que relaciona el posmodernismo con formas híbridas está García Canclini (1990). Para este autor, las industrias culturales y el populismo político¹² fueron corrientes que pusieron en escena lo popular como algo «construido». También jugó un papel importante el folclor, el cual no pudo responder por las condiciones de la cultura posmoderna; desde un análisis descontextualizado, desconoció las redefiniciones que instauraban las sociedades industriales y urbanas, y las interacciones de lo popular con la nueva cultura hegemónica; en la fascinación por los productos descuidó los procesos y agentes; no se reformuló el objeto según el desarrollo de las sociedades donde los hechos culturales:

Ni son producidos manual o artesanalmente, ni son estrictamente tradicionales [...] ni circulan en forma oral de persona a persona, ni son anónimos, ni se aprenden y transmiten fuera de las instituciones o de programas educativos y comunicacionales masivos (García, 1990:198).

Contrario a lo que piensa el folclorismo, en *Culturas híbridas* García (1990) propone seis refutaciones:

a) El desarrollo moderno no suprime las culturas populares tradicionales. Las culturas tradicionales se han desarrollado transformándose; b) las culturas campesinas y tradicionales ya no representan la parte mayoritaria de la cultura popular. Las tradiciones se resitúan en un sistema interurbano e internacional de circulación cultural; c) lo popular no se concentra en los objetos: «el arte popular no es una colección de objetos, ni la ideología subalterna un sistema de ideas, ni las costumbres repertorios fijos de prácticas: todos son dramatizaciones dinámicas de la experiencia colectiva» (García, 1990: 204); d) lo popular no es monopolio de los sectores populares, se configura en procesos híbridos y complejos con elementos procedentes de diversas clases y naciones; e) lo popular no es vivido por los sujetos populares como complacencia melancólica con las tradiciones; f) la preservación pura de las tradiciones no es siempre el mejor recurso popular para reproducirse y reelaborar su situación.

En estas afirmaciones subyace una hipótesis central, según la cual, en algunas manifestaciones de la cultura popular urbana se destaca una búsqueda de lo moderno. Para García (1990), en México y América Latina, a excepción de algunos grupos de indígenas, se da una relación fluida de grupos tradicionales con la modernidad. Los sectores populares son un conglomerado de tradiciones reformuladas con intercambios modernos y actores múltiples: «las tecnologías comunicativas y la reorganización industrial de la cultura no sustituye las tradiciones,

¹² El populismo es una forma de usar la cultura para edificar el poder; hace del folclor el fundamento del orden y ve en el pueblo un mero espectador. La fuerza del populismo fue lograr interacciones entre los sectores populares y la modernidad vía el Estado. El populismo político se vinculó a la industria cultural al perfilar el pueblo como masa.

ni masifican homogéneamente, sino que cambian las condiciones de obtención y renovación del saber y la sensibilidad» (García, 1990: 244). Un ejemplo es la producción artesanal, en la cual se desdibuja la frontera entre el arte culto y el popular, lo moderno y lo tradicional, arte y artesanía, y el privilegio de la forma o lo bello sobre función y utilidad. Lo artístico y lo artesanal, el arte en general, hoy, se vincula con el mercado y las industrias culturales. Algunos grupos indígenas reproducen en su interior el desarrollo capitalista; otros, populares, admiten la remodelación que los dominadores hacen de su cultura, incorporan como proyecto propio los cambios modernizadores, establecen formas híbridas de existencia de lo popular.

En las sociedades latinoamericanas, lo popular carece de un sentido unívoco; más bien corresponde a un valor ambiguo de una noción teatral, «acción y actuación, expresión de lo propio y reconstitución incesante de lo que se entiende por propio en relación con la leyes más amplias de la dramaturgia social, como también reproducción del orden dominante» (García, 1990: 260). Para discernir la cultura urbana, el autor recurre al término *hibridación*, que se funda en tres procesos:

quiebra y mezcla de las colecciones que organizaban los sistemas culturales, la desterritorialización de los procesos simbólicos y la expansión de los géneros impuros. [...] las articulaciones entre modernidad y posmodernidad, entre cultura y poder (García, 1990: 264).

La reestructuración de la cultura urbana reposa en el protagonismo del espacio público cedido a las tecnologías de comunicación, reino de la mediatización social.

La pérdida del vínculo de la cultura con territorios geográficos y sociales, las nuevas producciones simbólicas, la alteración radical de los escenarios de producción y consumo, impide seguir pensando el enfrentamiento con naciones geográficamente constituidas y cuestiona la relación de lo popular con lo nacional y la oposición de lo nacional con lo internacional. La novedad de la hibridez posmoderna¹³ consiste en que: «[e]l posmodernismo no es un estilo sino la copresencia tumultuosa de todos, el lugar donde los capítulos de la historia del arte y del folclor se cruzan entre sí y con las nuevas tecnologías culturales» (García, 1990: 307). No obstante, se reconoce que siempre ha existido la expresión de lo híbrido por efecto de colonialismos y conquistas históricas; circulaban géneros híbridos como el grafiti y la historieta, expresiones de intersección de lo culto y lo popular, lo visual y lo literario.

¹³ Esta corriente -para algunos post- es fuertemente criticada por Grüner (2005) para quien con términos como *hibridez*, *multiculturalismo*, *diferencia* o *desterritorialización* se cae en la trampa del «fetichismo de la diversidad abstracta» y se desconoce relaciones actuales y concretas de poder y violencia *intercultural*.

Conclusión

Sin pretender agotar los términos del debate histórico conceptual, resulta útil volver sobre las preguntas y las definiciones de Sarlo (1987: 152):

[...] cuando se dice popular, ¿se está designando un tipo particular de discurso, objeto, representación simbólica, un tipo particular de práctica, un público, una modalidad de consumo? ¿Nos referimos a la cultura producida *por* los sectores populares o *para* ellos? ¿A la «espontaneidad» cultural del pueblo o a la planificación de la industria cultural?

Interrogantes que nos sitúan de nuevo en la complejidad del concepto «popular» y que descartan en principio una designación unívoca para definirlo.

El recorrido del concepto «cultura popular» nos sitúa en la problemática de las definiciones a partir de operadores basados en oposiciones esencialistas. La hipótesis de circulación cultural nos permitió cuestionar el concepto de «cultura popular» ligado a los conceptos de «folklore», «pueblo», «costumbre», «clase» y «dialéctica cultural». En el ámbito de la cultura de masas y de la industria cultural, la hipótesis de la manipulación fue rebatida con las narrativas populares que buscan estabilidad de los significados sociales, que aunque inspiradas en las actitudes de la clase obrera se dirigen a todas las clases, o que, como en el folletín televisivo, presentan mezclas estilísticas desdibujando las fronteras entre lo culto y popular. El consumidor cultural fabrica en el uso una producción de tácticas que escapan a la imposición. En la cultura posmoderna, las relaciones entre la tecnología, la cultura de masas y la industria cultural, producen formas híbridas, mezcla de los sistemas culturales e interrelación con las nuevas tecnologías culturales. En suma, encontramos que lo popular se caracteriza por la mezcla de influencias y redes comunes, tanto en la tópica como en la retórica, en los procedimientos y los materiales ideológicos, en las modalidades de consumo y de producción.

Bibliografía

Bajtín, Mijaíl. 1987. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Madrid, Alianza.

Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.

Bourdieu, Pierre. 1988. *Cosas dichas*. Barcelona, Gedisa.

De Certeau, Michel. 1996. *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana.

- De Certeau, Michel con Julia Dominique y Jacques Revel. 1999. «La belleza del muerto: Nisard», en Michel De Certeau, *La cultura en plural*. Buenos Aires, Nueva visión.
- Eagleton, Terry. 1988. *Walter Benjamin o hacia una crítica revolucionaria*, Madrid, Cátedra.
- Eco, Umberto. 1995. *El superhombre de masas*. Barcelona, Lumen.
- García Canclini, Néstor. 1984. *Las culturas populares en el capitalismo*. México, Nueva Visión.
- García Canclini, Néstor. 1990. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo.
- Ginzburg, Carlo. 2001. *El Queso y los Gusanos. El Cosmos según un Molinero del Siglo XVI*. Barcelona, Península.
- Gramsci, Antonio. 1961. *Literatura y vida nacional*. Buenos Aires, Lautaro.
- Gramsci, Antonio. 1972. *Cultura y Literatura*. Barcelona, Península, 1972.
- Grignon, Claude y Jean-Claude Passeron. 1991. *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Grüner, Eduardo. 2005. *El fin de las pequeñas historias*. Buenos Aires, Paidós.
- Hall, Stuart. 1984. «Notas sobre la deconstrucción de lo popular», en Ralph Samuel (ed.), *Historia popular y teoría socialista*. 185-198. Barcelona, Crítica.
- Huyssen, Andreas. 2002. *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Argentina, Adriana Hidalgo.
- Hoggart, Richard. 1990. *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México, Grijalbo.
- Horkheimer, Max y Theodor Adorno. 1988. *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires, Sudamericana.
- Martín-Barbero, Jesús. 1987. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Sarlo, Beatriz. 1987. «Lo popular como dimensión: tópica, retórica y problemática de la recepción», en *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. 152-161. México DF, Felafacs-Gustavo Gili.
- Sarlo, Beatriz. 2001. *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Thompson, Edward Palmer. 1990. *Costumbres en común*. Barcelona, Crítica.
- Thompson, Edward Palmer. 1989. *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Barcelona, Crítica.