

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

Lo popular y lo masivo en la ciudad letrada

Quién representa la cultura popular en la cultura masiva,
desde la mirada de los intelectuales

Una cartografía de las principales posiciones con respecto a lo popular y lo
masivo dentro del campo de la comunicación y la cultura en Argentina y
América Latina, entre fines de los sesenta y principios de los noventa

TESIS DE GRADO

Tesista: Natalia Barrio

Directora: Lic. Verónica Vidarte Asorey

Índice

	Páginas
1- Datos de la alumna y de la tesis	3
2- Carta aval de la directora	5
3- Introducción	6
4- Marco teórico-metodológico	11
5- Análisis de fuentes e itinerarios intelectuales	20
5.1- La política como dadora de sentidos	20
5.2- Un proyecto nacional-popular	39
5.3- Lo popular desde las resistencias y las mediaciones	62
5.4- Lo popular en los noventa, ¿no sirve para pensar?	75
6- Conclusiones	88

1- Datos de la alumna y de la tesis

Nombre de la alumna: Natalia Andrea Barrio.

Número de legajo: 12107/0.

Domicilio: calle 67 N° 527, departamento “A”, entre 5 y 6.

Teléfono: (0221) 15 54 42113.

Correo electrónico: natalia_barrio@hotmail.com

Sede de la facultad en la que cursó la carrera: La Plata.

Título de la tesis: “Lo popular y lo masivo en la ciudad letrada. Quién representa la cultura popular en la cultura producida por los medios masivos de comunicación, desde la mirada de los intelectuales”.

Directora: Lic. Verónica Vidarte Asorey.

Programa de investigación en el cual se enmarca: “Comunicación, periodismo y medios”.

Fecha de presentación: diciembre de 2010.

Resumen de la tesis: En el trabajo indagamos en cómo conciben los intelectuales la relación entre lo popular y lo masivo, entre fines de los sesenta y principios de los noventa. Para ello cartografiamos las principales posiciones (cristalizadas para el análisis) que adoptan los agentes del campo de los estudios de la comunicación y la cultura en Argentina en particular, y en América Latina en general, frente al problema de las representaciones de la cultura popular en la cultura masiva producida por los medios de comunicación. Buscamos reflexionar cómo desde la

intelectualidad (un sector en permanente tensión con el poder y que, según el momento histórico, alcanza con respecto a éste diferentes grados de autonomía), se piensan las inclusiones/exclusiones de los sectores populares en la vida política argentina.

Los posicionamientos de los intelectuales en el campo los comprendemos a partir de la propuesta metodológica que plantea Altamirano (2005) sobre la praxis de la historia intelectual. Ésta implica una hermenéutica de las fuentes (principalmente mediante herramientas del análisis literario) y el trabajo sobre los itinerarios políticos, sociales y profesionales de los intelectuales (definidos a partir de la sociología de la cultura).

Palabras clave: intelectuales, campo de la comunicación y la cultura, cultura popular, cultura masiva, medios de comunicación.

2- Carta aval de la directora de la tesis

La Plata, 07/12/2010

Al Honorable Consejo Directivo

Por la presente, y en mi calidad de Directora de la tesis de grado de la alumna Natalia Barrio, avalo la presentación del trabajo “Lo popular y lo masivo en la ciudad letrada. Quién representa la cultura popular en la cultura masiva, desde la mirada de los intelectuales”, y a la vez garantizo que cumple con los requerimientos planteados en el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social y con la reglamentación vigente.

El trabajo propone un recorrido sistemático por los principales debates teóricos sobre lo popular y lo masivo dentro del campo de estudios en comunicación y cultura que se sostuvieron, a lo largo de tres décadas, tanto a nivel nacional como en América Latina en su conjunto.

La tesis no sólo es pertinente con relación a la comunicación social, sino que además es destacable el hecho de que se haya elegido una pregunta teórica, fundacional del campo, como disparador del proceso de investigación y del ejercicio último integrador de los saberes adquiridos en la carrera. Por otro lado, la exhaustividad metodológica, la profundidad crítica del análisis y la capacidad de hacer síntesis de los de los densos y complejos debates, hacen de este texto un aporte útil para estudiantes, docentes e investigadores en comunicación, tanto esta casa de estudios, como otras del país y de la región.

Por todo esto, pero sobre todo porque he comprobado la calidad humana y el compromiso que la tesista tuvo con su propio proceso de aprendizaje, presento con ella esta tesis de investigación científica realizada en el marco de la facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata con el objetivo de lograr el título de Licenciatura, lo que le permitirá en el corto plazo profundizar su formación académica, en el marco de su auspicioso futuro.

Los saluda muy atte.

Lic. Verónica Vidarte Asorey

3- Introducción

En esta tesis delineamos las principales posiciones que adoptan los agentes del campo de los estudios de la comunicación y la cultura en Argentina en particular, y en América Latina en general, frente al problema de lo popular y lo masivo. A partir de la década del sesenta el campo intelectual necesita interpretar lo que está sucediendo en el campo popular con los medios masivos de comunicación. Y es que los bienes del mercado cultural irrumpen hacia finales del siglo XIX con los folletines y la prensa popular, pero experimentan un gran salto cualitativo en los treinta y cuarenta con la radio, y en los cincuenta con la televisión. Lo que luego se ha dado en llamar la “cultura mediática”, se presenta ante algunos agentes de la cultura letrada, los intelectuales, como un espacio que necesitan pensar, organizar. Porque en ese nuevo sitio se está configurando una cultura que escapa de las lógicas de las máquinas culturales (Sarlo, 1998) ya conocidas (la religión, el Estado, la escuela, la cultura culta). Y es que el mercado cultural¹ encuentra sus propios dispositivos culturales para configurar representaciones, discursos, que llegan a vastos sectores de la ciudadanía. Los intelectuales se preguntan: ¿cómo se articulan los discursos del mercado cultural con el campo político?, ¿cómo se articulan con el poder? Y es que, como dice Ángel Rama (1984), los intelectuales organizan los sentidos en la ciudad:

Desde la remodelación de Tenochtitlan, luego de su destrucción por Hernán Cortés en 1521, hasta la inauguración en 1960 del más fabuloso sueño de urbe de que han sido capaces los americanos, la Brasilia de Lucio Costa y Oscar Niemeyer, la ciudad latinoamericana ha venido siendo básicamente un parto de la inteligencia, pues quedó inscrita en un ciclo de la cultura universal en que la ciudad pasó a ser el sueño de un orden y encontró en las tierras del Nuevo Continente el único sitio propicio para encarnar (Rama, 2004 [1984]: 35).

El tema de los medios masivos de comunicación abordados por los intelectuales, nos pone en el camino de pensar cómo desde un sector subordinado del poder (porque no otra cosa son los intelectuales, ya nos lo recuerdan Pierre Bourdieu -1983, 1988b, 1999- y Ángel Rama -1984-), se piensan las inclusiones/exclusiones de los sectores populares en la vida política argentina y el problema de las identidades nacionales. Y la pregunta ¿quién representa lo popular en lo masivo?

¹ Tomamos el sintagma “mercado cultural” antes que “industria cultural” siguiendo a M. T. Rodríguez, ya que aquel: “permite diferenciar los distintos dispositivos de producción y los ámbitos de circulación de los productos, muchos de los cuales no provienen, en sentido estricto, de la industria cultural” (Rodríguez, 2008: 312- 313).

nos pone sobre la pista de poder ubicar, en el mapa de la ciudad letrada, las posiciones intelectuales sobre los sujetos populares en relación a la cultura masiva producida por los medios de comunicación. La pregunta por el sujeto de acción, el quién, está determinado de ante mano. Los discursos hegemónicos de cada momento histórico son diferentes, y están contruidos en base a las relaciones posibles entre diferentes dispositivos. Estos dispositivos construyen discursos masivos, sobre lo que decimos más arriba: las inclusiones y exclusiones de los sujetos populares en el campo político, y las identidades nacionales. Entre los más importantes, reconocemos el discurso religioso, el estatal, el intelectual, el jurídico, el científico, y, ya entrados en el siglo XX, el de los medios masivos de comunicación. Y el sujeto popular, allí: en su ámbito que es el de lo cotidiano, lo anónimo, lo oral. Solapado en la red de los discursos sociales, hablado por la *doxa*, la *episteme*, la religión, la política, el medio de comunicación. Y es que el sujeto subalterno, en tanto problema teórico, existe en tanto es puesto en relación a la cultura dominante (Gramsci, 1972; Ginzburg, 1981; Martín-Barbero, 1987; Bourdieu, 1988; Grignon y Passeron, 1991; Chartier, 1995, De Certeau, 1999).

Entonces, el problema de los medios de comunicación y los sectores populares abordado por los intelectuales, nos posiciona estratégicamente para poder dar cuenta de ciertos discursos sociales que han cristalizado en determinados momentos históricos. Discursos producidos por un sector subordinado del campo de poder, que refractan las relaciones imaginadas por la cultura dominante con los sujetos subalternos. Qué representaciones construyen los intelectuales y con qué grados de conflictos socio-culturales imaginan las comunidades (centralmente urbanas) de las que son parte. Pero la relación de los intelectuales con el poder no es estanca ni determinada, sino que mantiene un estado de tensión permanente entre la autonomía y la dependencia. En ciertos períodos el discurso intelectual cumple las funciones culturales del poder. En otras, parece alejarse y pensarse desde la *episteme*, o desde sus propias especificidades.

Los primeros abordajes de la cultura masiva son textos ensayísticos sobre la sociedad de masas, entre los que se destacan *La rebelión de las masas* (1930) de Ortega y Gasset y *La cabeza de Goliath* (1946) de Ezequiel Martínez Estrada. Y se considera que el primer estudio que toma la relación entre los medios de comunicación masiva y el público argentino, desde una modernidad sociológica con pretensiones de científicidad es *Sociología del público argentino* (1956) de Adolfo Prieto (Grimson; Varela, 2002). Las ciencias sociales hasta este período tienen un carácter pre-sociológico; sólo el funcionalismo norteamericano y la escuela de Frankfurt desarrollan antes alguna teoría sobre estos sentidos. Contemporáneos al libro de Prieto son dos artículos de la revista *Sur* de su número 237 de 1956: “La planificación de las masas por la propaganda” de Guillermo Torre y “L’illusion comique” de Jorge Luis Borges. Los dos tematizan sobre los medios de comunicación a partir del

funcionamiento de las masas desde una postura intelectual anti peronista (Alabarces, 2008: 263). También se destaca la investigación de Regina Gibaja (1964) sobre el público asistente a una exposición de pintura moderna en el Museo Nacional de Bellas Artes realizada en 1961. Entre la bibliografía de las ciencias sociales institucionalizadas del país, es una de las pioneras en problematizar sobre la televisión y la cultura masiva. Y si bien todo gesto inaugural es arbitrario, seguimos a Grimson y Varela (2002) para decir que el campo se funda hacia fines de los sesenta y principios de los setenta con la aparición de las revistas *Comunicación y cultura*, *LENGUAjes*. y *Crisis*. Período a partir del cual iniciamos el recorrido en esta tesis. También consideramos que desde los ochenta resulta importante la gravitación de algunos intelectuales del campo latinoamericano. Y el ciclo iniciado en los sesenta, se cierra en la primera mitad de los noventa. Esto es porque la pregunta por lo popular en lo masivo, cae en un vacío de sentido para los agentes del campo.

Si nos replanteamos porqué esta tesis y no otra, debemos decir que un lugar más recorrido por las tesis de grado de comunicación, es el de las representaciones de lo popular en los medios. De hecho, este camino lo emprendimos por ahí. En el 2009 nos preguntamos por las representaciones sobre la marginalidad en la revista *Veintitrés*. Pero luego, el concepto marginalidad nos acercó a un terreno apasionante: el de la cultura popular y todo sobre lo que ella se teoriza. Pero cuando comprendimos que la cultura popular no es un concepto teórico trasladable sin más a diferentes contextos, sino que es una respuesta articulada a los problemas concretos de una cultura, pensamos que lo mejor era buscar las preguntas y las respuestas que se hacen los teóricos de por acá, los argentinos y los latinoamericanos. Pero nos sigue interesando lo que nació con nuestras preguntas sobre la revista *Veintitrés*: lo popular en lo masivo. Porque creemos que allí, en la intersección, está el problema del poder en relación a la cultura masiva y la popular: el de los procesos de producción y reproducción social de sentidos. Y sobre esto, deducimos que alguien debe haberlo pensado antes. Y, ¿quiénes han pensado más fuerte en la cultura de las ciudades latinoamericanas? Los intelectuales. Así es que llegamos a indagar en las preguntas y respuestas que se hacen los agentes del campo intelectual, en relación a la cultura popular y los medios de comunicación. Y nos dimos cuenta de que, en realidad, nos estamos preguntando por nuestra propia tradición, con la que nos identificamos, la del campo de los estudios de la comunicación y la cultura.

Bien; luego de dar de baja el plan de tesis que proponía el análisis de la revista *Veintitrés*, presentamos otro. Allí nos preguntamos y decimos:

¿Podrían los protagonistas de las crónicas rojas que vemos en los medios representarse a sí mismas?, ¿sí?, ¿no?, ¿cómo? Y si no es el sujeto popular, ¿quién construye las representaciones de la cultura popular en la cultura masiva? El sujeto enunciador, ¿pertenece a la cultura popular, a la letrada o es un engranaje de la

cultura masiva?, ¿cómo lee la cultura popular y en qué condiciones lo hace?, ¿qué control sobre las representaciones que construye tiene?

Estas no pretenden ser preguntas sobre nombres propios, sobre los dueños reales de los medios de comunicación, sino que se trata de una pregunta por una mediación entre las culturas. Nos preguntamos por el sujeto que en la trama de las culturas -popular, masiva y letrada- toma la palabra para construir representaciones de lo popular. Y es que el estudio de estas narraciones y representaciones puede arrojar alguna luz sobre los procesos que viven nuestras modernidades: latinoamericanas y específicamente argentinas, heterogéneas y periféricas respectivamente (Barbero: 2002; Sarlo: 1988).

Para este problema y estas preguntas hay toda una tradición de estudios latinoamericanos y argentinos sobre los conceptos de *cultura popular* y *cultura masiva* en el campo de las ciencias sociales de América Latina y específicamente la Argentina, que discute, intenta encontrar respuestas y claves de lectura, alejada de las visiones totalizantes y apocalípticas de los medios de comunicación, desde hace más de cuatro décadas (Barrio, 2010).

Hoy, con esta tesis, refrescamos la pregunta, pero esta vez imbuidos de la certeza de que un mapeo histórico por el campo nos puede otorgar pistas para leer los discursos del poder. Pero dejamos en claro: no se trata de un mapeo de todo el campo de los estudios en comunicación y cultura, sino de aquellos lugares que consideramos ineludibles en relación a la problemática de lo popular y lo masivo. Nos ocupamos de las fundaciones, las originalidades, los deslizamientos y las rupturas. Luego, nos interesa dejar en claro que pretendemos construir un discurso científico sin dejar de lado una lectura política sobre los discursos. Nos interesa pensar los discursos letrados y académicos en relación a lo popular, porque la pregunta por lo popular nos introduce en el terreno del conflicto socio-cultural de los sujetos populares. Porque parte de nuestra identidad está construida en relación a la cultura letrada pero, también, a la popular y la masiva. Y también, que estamos convencidos que sólo teniendo en cuenta las diferentes concepciones sobre lo popular y lo masivo del campo de la comunicación y la cultura, podemos ejercer una vigilancia epistemológica sobre nuestros saberes letrados. Nos permitimos parafrasear a Terry Eagleton (1983), para decir que: la hostilidad a los saberes, por lo general, equivale a una oposición hacia los saberes de los demás y al olvido de los propios. Uno de los fines de esta tesis consiste en suprimir esa represión para que podamos recordar².

² La frase de Eagleton en el prefacio a *Introducción a la teoría literaria* es: “La hostilidad a lo teórico, por lo general, equivale a oposición hacia la teoría de los demás y al olvido de las propias. Uno de los fines de este libro consiste en suprimir esa represión para que podamos recordar (Eagleton, 1998 [1983]: 10).

La condición de posibilidad de toda producción es colectiva. Pero aquí cambio el lugar de enunciación para agradecer a todas las personas que colaboraron de una u otra forma con esta tesis. Y en particular, le agradezco a mi hermano Daniel, por avisarme -primero que todos- que la experiencia universitaria es (entre otras cosas, pero sobre todo) liberadora.

Bibliografía:

Alabarces, Pablo -en colaboración con Valeria Añón- (2008). “Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina”, en Alabarces, P. - Rodríguez, M. G. (comp). *Resistencias y mediaciones*, Buenos Aires, Paidós.

Barrio, Natalia (2010). *Plan de tesis*, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Borges, Jorge Luis (1956). “L'illusion comique”, en *Sur*, Buenos Aires, N° 237.

Bourdieu, Pierre (1983). “Campo intelectual, campo de poder y habitus de clase”, en *Campo de poder y campo intelectual*, Buenos Aires, Folios.

----- (1999). *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba.

----- (1988b). “Los usos del pueblo”, en *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa.

Eagleton, Terry (1998 [1983]). *Introducción a la teoría literaria*, México, Fondo de Cultura Económico.

Gibaja, Regina (1964). *El público de arte*, Buenos Aires, Eudeba.

Grimson, Alejandro - **Varela**, Mirta (2002). “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, en Mato, D. (coord). *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) Y CEAP, FACES, Universidad central de Venezuela.

Martínez Estrada, Ezequiel (1968). *La cabeza de Goliath*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

Ortega y Gasset, José (1976 [1930]). *La rebelión de las masas*, Madrid, Espasa Calpe.

Prieto, Adolfo (1956). *Sociología del público argentino*, Buenos Aires, Leviatán.

Rama, Ángel (2004 [1984]). *La ciudad letrada*, Santiago, Tajamar.

Torre, Guillermo (1956). “La planificación de las masas por la propaganda”, en *Sur*, Buenos Aires, N° 237.

4- Marco teórico-metodológico

Esta tesis de grado de la carrera de Comunicación Social es una investigación científica que, como tal, es una práctica metodológica sobre-determinada por condiciones sociales de producción y que igualmente como práctica, posee una autonomía relativa (Vasallo de Lopes, 1999). La ciencia es una construcción social que, al igual que otras formas de conocer, “depende tanto de las creencias y valores de los científicos como de su apego estricto a métodos y medidas abstractos. El mundo ‘objetivo’ de la ciencia no constituye más que una interpretación del mundo, resultado de la experiencia inmediata, que no es sino subjetiva” (Angen, citado en Vasilachis de Gialdino, 2008: 197). Ante la realidad a investigar nos posicionamos a partir del enfoque metodológico cualitativo, que estudia la asociación o relación entre variables en contextos estructurales y situacionales (Palazzolo y Vidarte Asorey, 2008). Palazzolo y Vidarte Asorey explican que “La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica, produciendo datos que comúnmente se los caracteriza como más ‘ricos y profundos’, no generalizables en tanto están en relación con cada sujeto, grupo y contexto, con una búsqueda orientada al proceso.” Y con Angona decimos que la producción de sentidos “se trata de una perspectiva de investigación en la cual se busca *hacer sentido* a partir del reconocimiento de los elementos y las relaciones que constituyen el entramado (discursivo) del objeto de estudio” (Angona, 2008: 17).

Nuestra investigación, de tipo cualitativa, comparte los supuestos del paradigma interpretativo. Al respecto, Vasilachis de Gialdino dice que los métodos cualitativos y el análisis lingüístico de textos orales y escritos presuponen y realizan los (cuatro) supuestos del paradigma³ interpretativo (Vasilachis de Gialdino, 1993b: 153). A esos supuestos les corresponden sus (cuatro) tesis, referidas al espacio de confluencia entre ambas estrategias. La primera de esas tesis considera al lenguaje como un recurso y como una creación, como una forma de reproducción y de producción del mundo social⁴ (Vasilachis de Gialdino, 1993b: 153). Partimos de esa consideración del lenguaje para recortar una porción de realidad y transformarla en objeto de estudio. Recordamos con Vidarte Asorey que “la construcción del objeto de estudio implica la elección, definición y puesta en marcha de procedimientos de índole teórica y metodológica que permitan establecer la arquitectura de esas

³ Vasilachis de Gialdino (1993a) define a los paradigmas como “los marcos teórico-metodológicos utilizados por el investigador para interpretar los fenómenos sociales en el contexto de una determinada sociedad”.

⁴ De acuerdo a nuestros objetivos tomaremos el primero de ellos, ya que los otros están relacionados a investigaciones de acciones del mundo social (Vasilachis, 1993b: 153-154).

redes relacionales entre el referente empírico –que forma parte de la realidad- y el referente conceptual –parte de la teoría social-“ (Vidarte Asorey, 2008). Y consideramos a la realidad como una construcción discursiva, teniendo en cuenta que, si bien al margen del lenguaje está lo material, el desplazamiento hacia la interpretación implica reconocer que no hay objeto sin lenguaje (Angona, 2008). O “En palabras de Jorge Lulo, significa ‘una reeducación de la mirada del científico social que debe desplazarse desde la manifestación visible del fenómeno social -el ‘hecho social’ de los positivistas- a su manifestación como ‘objeto textual’, para después dirigirse a los procesos de construcción de tales objetos, procesos en los cuales el lenguaje desempeña un papel vital’. Ya lo decía Orozco Gómez, ‘el *lenguaje*, en toda investigación cualitativa, es herramienta de trabajo y es objeto de estudio en sí mismo” (Angona, 2008: 17). Y es que el lenguaje no es un elemento neutral, ni los métodos ni las técnicas, “pues son conceptualizaciones: vienen impregnadas de supuestos que no provienen del acercamiento del investigador a su objeto de estudio, sino que subyacen a cualquier acción del investigador en tanto sujeto social” (Vidarte Asorey - Palazzolo, 2008: 9).

Por último, consideramos que el campo que construye la especificidad de nuestros saberes es el de la “comunicación/cultura” (Schmucler, 1997). Que, como dice Sergio Caggiano (2007), Schmucler lo define así para evitar la “y”, y eludir los efectos disyuntivos de la conjunción, suponiendo el abandono de (y la vigilancia contra) las clausuras disciplinares (Caggiano, 2007: 10). Y es que este campo, es no disciplinar: “La constitución del campo de estudios de ‘comunicación/cultura’ se da tras un proceso de largo aliento de retroalimentación entre la comunicación y otras disciplinas sociales. En términos generales puede señalarse un doble movimiento que enlazó los conceptos de comunicación y cultura” (Caggiano, 2007: 10-11). Por un lado aparecen, desde los años cincuenta del siglo XX, concepciones comunicacionales de la cultura. Y, por otro, desde el último cuarto de siglo, una culturalización de los estudios de la comunicación (Caggiano, 2007). Pero como este concepto es, de alguna forma, un punto de llegada en el campo – lo cual a todas luces es contingente, sin poder ser otra cosa-, a lo largo de esta tesis, donde pensamos el devenir histórico del campo, lo nominamos con una fórmula más general y clásica: “campo de la comunicación y la cultura”.

Acerca de cómo delinear un mapa de posiciones intelectuales, en el campo de la comunicación y la cultura argentino y latinoamericano, en relación a lo popular y lo masivo

La herramienta central para delinear el mapa del campo de la comunicación y la cultura es la historia de ese campo. Y es que no se puede entender el objeto propuesto, sin atender a los modos en que se constituye. Entendemos que el campo de la comunicación y la cultura forma parte del campo intelectual. Y que Argentina participa del debate teórico de la comunicación en el campo latinoamericano, por lo menos, desde la década del setenta y crecientemente en los últimos años (Grimson y Varela, 2002: 162). Específicamente, los estudios en comunicación son pensados a partir de los aportes de Alejandro Grimson y Mirta Varela (2002), Varela (2010), Florencia Saintout y Natalia Ferrante (2004), María Imacolatta Vasallo de López (1999), Pablo Alabarces (2008). Las condiciones de los intelectuales en América Latina las reflexionamos a partir de Carlos Altamirano (2002, 2005), Renato Ortiz (1996) y Ángel Rama (1984a y 1984b). La relación intelectual/sectores populares para el caso argentino, la entendemos con Altamirano (2005), Maristella Svampa (1997, 2006), Beatriz Sarlo (2001), Ana Wortman (2002) y Ricardo Piglia (1993, 2001). La categoría intelectuales es conceptualizada a partir de los aportes de Antonio Gramsci (1972b), Pierre Bourdieu (1983, 1999) y Altamirano (2002). Entendemos que las disputas acerca de las relaciones entre intelectuales y pueblo son en todas partes disputas entre intelectuales (Bourdieu, 1988b), y que “la cultura popular no era identificada por el pueblo sino por los otros” (Williams, 1983).

Específicamente, los posicionamientos de los intelectuales en el campo los comprendemos a partir de la propuesta metodológica que plantea Altamirano (2005) sobre la praxis de la historia intelectual. Ésta implica una hermenéutica de las fuentes (principalmente mediante herramientas del análisis literario) y el trabajo sobre los itinerarios políticos, sociales y profesionales de los intelectuales (definidos a partir de la sociología de la cultura). Para Altamirano el término “historia intelectual” implica más un campo de trabajo que una disciplina constituida. Luego, dice que su asunto es el trabajo del pensamiento en el seno de experiencias históricas. Esta es una trama que se torna accesible sólo en los discursos, “como hechos de discurso, producidos de acuerdo con un cierto lenguaje y fijados en diferentes tipos de soportes materiales” (Altamirano, 2005: 10-11).

También tomamos el concepto “hegemonía discursiva” de Marc Angenot (2010) para pensar el modo en que una sociedad dada se objetiva a sí misma en los discursos, estableciendo legitimidades e ilegitimidades. Además, entendemos con Raymond Williams (1980) el concepto formación intelectual: “los movimientos y tendencias efectivos, en la vida intelectual y artística, que tienen una influencia significativa y a veces decisiva sobre el desarrollo activo de una cultura y que presentan una relación variable y a veces solapada con las instituciones formales” (Williams, 1980:

139). Y la coexistencia de significados, valores y prácticas “dominantes”, “emergentes” y “residuales”, así: “ningún modo de producción y por lo tanto ningún orden social dominante y por lo tanto ninguna cultura dominante verdaderamente incluye o agota toda la práctica humana, toda la energía humana y toda la intención humana” (las cursivas son de Williams); por “emergente” se entienden los nuevos significados, valores, relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente; lo “residual” se forma en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro del proceso cultural presente (Williams, 1980: 145-147).

Los textos⁵ y los itinerarios intelectuales, explícita e implícitamente, se trabajan sobre dos ejes simultáneos y complementarios: uno de ellos endógeno –que supone recortes temporales sujetos a las lógicas del campo- y otro exógeno, relativo a las series políticas. Esta decisión metodológica supone que las series de los campos y las series políticas no son autónomas entre sí (Alabarces, 2001). En determinadas ocasiones las series políticas se erigen en dominantes en tanto sus lógicas ordenan todas las prácticas, por ejemplo el caso de las dictaduras de las décadas de los setenta y ochenta-. Y en otros casos, las series del campo se imponen como dominantes, como por

⁵ Nuestras fuentes primarias son: AA.VV. (julio/1973). “Editorial”, en *Comunicación y cultura*, Chile, Nº 1; AA.VV. (abril/1974). “Presentación. Medios masivos y política cultural: teoría, estrategia, tácticas”, en *LENGUAjes.*, Buenos Aires, Nueva Visión, Nº 1; Mattelart, Armand (1973). “El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural. ‘Plaza Sésamo’: prólogo a la telerepresentación del año 2000”, en *Comunicación y cultura*, Chile, Nº 1; Mattelart, Michèle - Piccini, Mabel (noviembre/1975). “La televisión y los sectores populares”, en *Comunicación y cultura*, Chile, Nº 2; Schmucler, Héctor (1975). “La investigación sobre comunicación masiva”, en *Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, Galerna, Nº 4; Verón, Eliseo (abril/1974). “Acerca de la producción social del conocimiento: el ‘estructuralismo’ y la semiología en Argentina y Chile”, en *LENGUAjes.*, Buenos Aires, Nueva Visión, Nº 1; Ford, Aníbal (1985). “Cultura dominante y cultura popular”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo: *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa; Ford, Aníbal (1985 [1971]). “Homero Manzi en el umbral de F. O. R. J. A.”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo: *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa; Rivera, Jorge (1967). *Eduardo Gutiérrez*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina; Rivera, Jorge (1968a). *El folletín y la novela popular*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina; Romano, Eduardo (1973). “Apuntes sobre cultura popular y peronismo”, en AA.VV. *La cultura popular del peronismo*, Buenos Aires, Cimarrón; Romano, Eduardo (1985 [1981]). “Cortez y Serrat: ¿cantautores de consumo o auténticos poetas?”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo: *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa; Romano, Eduardo (1985 [1976]). “¿Existió el ‘escritor’ de radioteatro?”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo: *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa; Sarlo, Beatriz (julio-agosto/1984). “Argentina, 1984: la cultura en el proceso democrático”, en *Nueva sociedad*, Caracas, Nº 73; Sarlo, Beatriz (1988). *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión; Sarlo, Beatriz (agosto/1996). “Retomar el debate”, en *Punto de vista*, Buenos Aires, Nº 55; Sarlo, Beatriz (1997). *La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas*, Buenos Aires, Ariel; Sarlo, Beatriz (2001). “Historiadores, sociólogos, intelectuales”, en *La batalla de las ideas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel; Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, México, Gustavo Gili; García Canclini, Néstor (junio/1987). “Ni folklórico ni masivo, ¿Qué es lo popular?”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, Nº 17; García Canclini, Néstor (1984). “¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?”, en *Punto de Vista*, Buenos Aires, Nº 20; García Canclini, Néstor (junio/1991). “El consumo sirve para pensar”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, Nº 30. Disponible en: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/30-01NestorGarcia.pdf; García Canclini, Néstor (1992). “Entrada” y “Artistas, intermediarios y público: ¿innovar o democratizar?”, en *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Sudamericana; Landi, Oscar (1992). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, que hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta; Sarlo, Beatriz (noviembre/1992). “La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión”, en *Punto de Vista*, Buenos Aires, nº 44.

ejemplo la aparición de *De los medios a las mediaciones* (1987) y el surgimiento de Jesús Martín-Barbero como intelectual-faro del campo en América Latina.

Luego, estamos advertidos sobre los riesgos de formular abstracciones transhistóricas durante el establecimiento de relaciones comparativas en la diacronía. Así es que, con el fin de distinguir continuidades y rupturas en los elementos del campo, se respeta la especificidad histórica de cada contexto enunciativo (Skinner, 2000; Altamirano, 2005). No contraponemos las ideas, conceptos y teorías producidas en países centrales, a las del campo latinoamericano y argentino. De lo contrario, se concebirían a estas últimas como encarnaciones desviadas respecto de las primeras. Tendremos en cuenta el problema de la "importación" de ideas y las apropiaciones activas por la cultura local periférica, a la luz de la polémica sostenida por Carvalho Franco (1976) y luego por Elías Palti (2004), frente a la concepción ya clásica de las "ideas fuera de lugar" planteada por Schwarz (1973). Las ideas que circulan en campos culturales-políticos diferentes a su lugar de origen, son refuncionalizadas según las necesidades propias de los nuevos contextos (Bourdieu, 1999).

Ahora bien; ¿qué entendemos por campo? Pierre Bourdieu en un artículo de 1966 introdujo el concepto *campo intelectual*. Más adelante retoma la idea y particulariza los ámbitos de la producción cultural en tanto "campo literario", "campo científico", "campo artístico". Sobre esto, Sergio Pastormelo dice: "Cada campo, producto histórico de un proceso de diferenciación interna a través del cual se fueron separando distintas esferas de prácticas, se puede pensar como un pequeño mundo social en el cual se desarrolla un juego particular, con sus leyes específicas" (Pastormelo, 2009: 93). El concepto de campo sería una respuesta metodológica al problema de la mediación entre cada una de las esferas y la sociedad. Y como explica Carlos Altamirano, el concepto "permite pensar los condicionamientos sociales que obran en el universo de la producción cultural, sin ignorar lo que ésta tiene de específico" (Altamirano, 2002: 9).

Entendemos con Bourdieu (1988b) y Williams (1983) que hablar sobre cultura popular es hablar una lengua intelectual. Y Ana María Zubieta (2004), lo entiende en el mismo sentido cuando dice: "no podemos olvidar que popular implica e instituye un lugar de enunciación, que es una palabra que abre el discurso; la palabra pueblo es una palabra que aquellos a quienes designan no usan. Lo culto y lo popular, lo nacional y lo extranjero, se presentarán al final de este recorrido como construcciones culturales. No tienen ninguna consistencia como estructuras 'naturales', inherentes a la vida colectiva. Su verosimilitud se logró históricamente mediante operaciones de ritualización de patrimonios esencializados" (Zubieta, 2004: 39). Lo popular se introduce en los pliegues e intersticios de las voces legítimas (Bourdieu, 1988b). El recorrido histórico del concepto "cultura popular" en la historiografía clásica y en América Latina lo entendemos, principalmente, con Martín-Barbero (2002) y Ortiz (1989). Por su parte, Roger Chartier (1995) dice que las culturas populares

están siempre inscriptas en un orden de legitimidad que les impone una representación de su propia dependencia. Y en la discusión sobre lo popular se reconocen dos tipos de dispositivos: mecanismos de dominación simbólica y lógicas específicas que operan sobre los modos de apropiarse de lo que es impuesto (Chartier, 1995). Luego, el consumo como práctica es pensado a partir de Michael De Certeau (1996). Por su parte, Bourdieu en *Meditaciones pascalinas* (1997) muestra que las diferentes disposiciones con respecto al mundo natural, social, están recompensadas de modo muy desigual en el seno de una sociedad, según la posición ocupada en el espacio social. La relación dinámica entre las culturas dominante y dominada, y las posiciones legitimistas y relativistas adoptadas frente al objeto “cultura popular”, se definen especialmente a partir de la tesis de Grignon y Passeron (1991).

Para esta investigación, “cultura popular” y “cultura masiva” son conceptos que permiten englobar, organizar los significados políticos, culturales y sociales de un texto, pero que producen sentidos sólo cuando son puestos en relación. De allí que nuestra pregunta de investigación es ¿quién representa a la cultura popular en la cultura masiva? En este sentido, recuperamos a María Graciela Rodríguez (2008) cuando dice que un primer análisis de la cultura popular está dado por el gesto de captura, ya que “El lugar de producción, el quién, está socialmente determinado, lo cual indica que el campo de representaciones es un campo relativamente controlado donde se legislan los modos en que un grupo se va a ver a sí mismo, así como las posiciones que se ocupan en el orden social”, y luego: “De allí que este primer nivel de análisis, el del gesto de captura, va a señalar por estas vías los procesos de naturalización que se producen en el entramado representacional que compone el imaginario social de una cultura concreta” (Rodríguez, 2008: 314). Cuando indagamos en los sujetos que, para los intelectuales del campo de la comunicación y la cultura, representan lo popular en lo masivo, nos preguntamos por las representaciones surgidas dentro del campo intelectual político-cultural en relación a lo popular y lo masivo. Nos preguntamos e intentamos responder sobre las ideas que los intelectuales producen sobre los discursos sociales y dispositivos culturales que no pertenecen a (o que escapan de) la lógica de la cultura letrada. Ideas que, al mismo tiempo, producen imágenes de los mismos intelectuales. Hablamos, en ese sentido, de “figuras” de intelectuales, que son las ideas que los intelectuales tienen respecto de su lugar en el campo y en la “sociedad” (Gramuglio, 1992).

Bibliografía:

Alabarces, Pablo (2001). *Fútbol y Patria: deporte, narrativas nacionales e identidades en la Argentina, 1920-1998*, Tesis doctoral, Mimeo, Inglaterra, University of Brighton.

----- - Rodríguez María Graciela -comps.- (2008). *Resistencias y mediaciones*, Buenos Aires, Paidós.

----- -en colaboración con Valeria Añón- (2008). “Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina”, en Alabarces, P. - Rodríguez, M. G. (comp). *Resistencias y mediaciones*, Buenos Aires, Paidós.

Altamirano, Carlos –dir.- (2002). *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.

----- (2005). “Intelectuales y pueblo”, en *Para un programa de historia intelectual y otros ensayos*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Angenot, Marc (2010). *El discurso social*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Angona, Juan Pablo (2008). *Imágenes de la desolación*, Tesis de grado, Mimeo, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Bamonte, Virginia (2006). “El folletín de Gutiérrez desde Rivera: dos gestos similares”, en Bueno, M. – Taroncher, M.. *Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Bauman, Zygmund (1998). “Guardabosques convertidos en jardineros”, en *Legisladores e Intérpretes*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Bourdieu, Pierre (1983). “Campo intelectual, campo de poder y habitus de clase”, en *Campo de poder y campo intelectual*, Buenos Aires, Folios.

----- (1999). *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba.

----- (1988b). “Los usos del pueblo”, en *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa.

Caggiano, Sergio (2007). *Lecturas desviadas sobre Cultura y comunicación*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata.

Carvalho Franco, Silvia (1976). “As idéias estão no lugar”, en *Cadernos de Debate*, San Pablo, N° 1.

Chartier, Roger (1995). “‘Cultura popular’: retorno a un concepto historiográfico”, en *Sociedad y escritura en la edad moderna*, México, Instituto Mora.

De Certeau, Michael (1996). “Introducción”, “Culturas populares” y “Valerse de: usos y prácticas”, en *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana.

----- -en colaboración con Dominique, Julia y Revel, Jacques- (1999). “La belleza del muerto: Nisard”, en *La cultura plural*, Buenos Aires, Nueva Visión.

----- - **Giard, Lucien** (1999). “Envío”, en De Certeau, M. - Giard, L. - Mayol, P.. *La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar*, México, Universidad Iberoamericana.

Gramsci, Antonio (1972a). *Cultura y literatura*, Barcelona, Península.

----- (1972b). *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Gramuglio, María Teresa (1992). “La construcción de la imagen”, en Tizón, H. - Rabanal, R. - Gramuglio, M. T.. *La escritura argentina*, Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral, De la Cortada.

- Grignon, Claude – Passeron, Jean Claude** (1991). *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Grimson, Alejandro - Varela, Mirta** (2002). “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, en Mato, D. (coord). *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) Y CEAP, FACES, Universidad central de Venezuela.
- James, Daniel** (1990). “El peronismo y la clase trabajadora, 1943-1955”, en *Resistencia e integración. El peronismo y la clase trabajadora argentina 1946-1976*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Ludmer, Josefina** (2000). *El género gauchesco. Un tratado sobre la patria* (ed. rev.), Buenos Aires, Perfil.
- Martín-Barbero, Jesús** (2002). “Culturas populares”, en Altamirano, Carlos (dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.
- Martuccelli, Danilo - Svampa, Maristella** (1997). *La plaza vacía*, Buenos Aires, Losada.
- Ortiz, Fernando** (1940). *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*, Caracas, Biblioteca Ayacucho.
- Ortiz, Renato** (marzo/1989). “Notas históricas sobre el concepto de cultura popular”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, N° 23.
- (1996). “Cultura, comunicación y masa”, en *Otro territorio*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Palti, Elías** (2004). "El problema de 'las ideas fuera de lugar revisitado. Más allá de la 'historia de las ideas'", México, UNAM.
- Pastormelo, Sergio** (2009). “Campo literario”, en Amícola, J - de Diego, J. L. (dirs.). *La teoría literaria hoy: conceptos, enfoques, debates*, 2da. ed., La Plata, Al Margen.
- Piglia, Ricardo** (1993). *La Argentina en pedazos*, Buenos Aires, De la Urraca.
- (23/12/2001). “¿Qué va a ser de tí?”, en *Radar, Página/12*.
- Rama, Ángel** (1977). “Prólogo”, en Rivera, Jorge –sel.-. *Poesía gauchesca*, Caracas, Biblioteca Ayacucho.
- (2004 [1984]). *La ciudad letrada*, Santiago, Tajamar.
- (2007 [1984]). *Transculturación narrativa en América Latina*, Buenos Aires, El andariego.
- Rivera, Jorge** (1987). *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Buenos Aires, Puntosur.
- Rodríguez, María Graciela** (2008). “La pisada, la huella y el pie”, en Alabarces, P. - Rodríguez M. G. (comps.). *Resistencias y mediaciones*, Buenos Aires, Paidós.
- Saintout, Florencia - Ferrante, Natalia** (nov.-dic./2004). “Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos”, en *Estudios de recepción*, Boletín Temático ALAIC, N° 20.
- Sager, Valeria** (2009). “Culturas populares”, en Amícola, J. - de Diego, J. L., dirs. *La teoría literaria hoy: conceptos, enfoques, debates*, 2da. ed., La Plata, Al Margen.
- Sarlo, Beatriz** (1988). *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- (2007 [1998]). *La máquina cultural*, Buenos Aires, Seix Barral.
- (2001). “Historiadores, sociólogos, intelectuales”, en *La batalla de las ideas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel.

- Schmucler**, Héctor (1997). “La investigación (1992): un proyecto comunicación/cultura”, en *Memoria de la comunicación*, Buenos Aires, Biblos.
- Schwarz**, Roberto (2000 [1973]). “Las ideas fuera de lugar”, en Garramuño, F. – A. Amante. *Absurdo Brasil*, Buenos Aires, Biblos.
- Skinner**, Quentin (2000). "Significado y comprensión de la historia de las ideas" en *Prismas. Revista de historia intelectual*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, N° 4.
- Sonderéguer**, María –comp.- (2008). “Presentación”, en *Revista Crisis 1973-1976: antología: del intelectual comprometido al intelectual revolucionario*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Svampa**, Maristella (2006). *El dilema argentino: civilización o barbarie*, Buenos Aires, Aguilea, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Todorov**, Tvetan (1991). *Nosotros y los otros*, México, Siglo XXI.
- Varela**, Mirta (2010). “Intelectuales y medios de comunicación”, en Altamirano, Carlos (dir.). *Historia de los intelectuales en América Latina, t II. Los avatares de la “ciudad letrada” en el siglo XX*, Buenos Aires, Katz.
- Vasallo de López**, María Inmacolata (1999). “La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, N° 56.
- Vasilachis de Gialdino**, Irene – Forni, Floreal – Gallart, María Antonia (1993). *Métodos cualitativos*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- (2008). “Los fundamentos epistemológicos de la investigación cualitativa”, en Néstor C. - Piovani J. I. (comp.). *La metodología de la investigación en debate*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata.
- Vidarte Asorey**, Verónica (2008). “Referente empírico”, Apunte de cátedra *Seminario de tesis*, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- - Palazzolo, Fernando (2008). “Métodos y Técnicas”, Apunte de cátedra *Seminario de tesis*, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Williams**, Raymond (1980). *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península.
- (2003 [1983]). *Palabras claves. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Wortman**, Ana (2002). “Vaivenes del campo intelectual político cultural en la Argentina”, en Mato, Daniel (coord.). *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.
- Zubieta**, Ana María (marzo/2004). “La cultura popular”, en *Tram(p)as*, La Plata, N° 3.

5- Análisis de fuentes e itinerarios intelectuales

5.1- La política como dadora de sentidos

Introducción

El campo de estudios en comunicación y cultura en Argentina comienza a delinearse a partir de finales de la década del sesenta y principios de la del setenta a partir de la aparición de las revistas *Comunicación y cultura*, *LENGUAjes.*, y *Crisis* (Grimson y Varela, 2002). En este capítulo nos dedicaremos en especial al debate político, teórico e ideológico que se genera entre intelectuales de las dos primeras (en el siguiente, nos abocamos a intelectuales de *Crisis*). Estas revistas se preguntan: ¿Cuál debe ser la especificidad de los estudios sobre medios masivos?, ¿Cómo se los debe estudiar en relación a los sujetos?, ¿Desde qué proyectos político culturales?, y ¿con qué lugar para el intelectual? Lo que primero cabe decir es que, en consonancia con el clima intelectual y político de la época, el acuerdo tácito que se establece entre las revistas es que hay que destapar, desovillar, esclarecer los mecanismos de la ideología impuesta por la clase dominante que impiden la liberación de los pueblos latinoamericanos. Esta perspectiva, que puede llamarse crítica ideológica, es la que funda el campo de la comunicación y la cultura en Argentina y América Latina. Y tiene una manera particular de concebir a los mensajes de la cultura “masiva”: supone que todos vehiculizan ideología. A partir de allí, veremos cómo serán sus matices, derivaciones, concepciones y aplicaciones según las líneas del campo.

En primer lugar, encontramos que los conceptos sobre lo popular y lo masivo tienen matices y contradicciones hacia el interior de las mismas fuentes. Pero no buscaremos definiciones de manual ahistorizantes, sino que nos interesan los conceptos como cristalizaciones para poder reflexionar las imbricaciones de las formaciones intelectuales con la política y la cultura. La selección de las editoriales de los primeros números de *Comunicación y cultura* y *LENGUAjes.* como fuentes primarias privilegiadas, parte de considerar que allí se establecen los programas de intervención del grupo intelectual en el campo. Y aunque centramos el análisis en las primeras editoriales, tomamos también lo que necesitamos del debate completo entre las revistas, que puede ser reconstruido a partir del primer número de *LENGUAjes.* (editorial, firmado por el Comité editorial; “Una historia de fantasmas. (A propósito del libro de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, *Para leer al Pato Donald*)”

de Paula Wasjman; “Acerca de la producción social del conocimiento: el ‘estructuralismo’ y la semiología en Argentina y Chile” de Eliseo Verón, y la respuesta de Héctor Schmucler “La investigación en comunicación masiva” en el cuarto número de *Comunicación y cultura* en 1975.

En *Comunicación y cultura* convergen itinerarios intelectuales de diferentes formaciones y orígenes nacionales. La publicación nace en el Chile del gobierno popular allendista de 1973, bajo la dirección del semiólogo argentino Héctor Schmucler⁶ (1931), el sociólogo belga Armand Mattelart (1936) radicado en Chile entre 1962 y 1973, y el brasileño Hugo Assman (1933-2008), considerado uno de los fundadores de la teología de la liberación en Latinoamérica. La revista sufre varios exilios: luego de la caída del gobierno popular de Salvador Allende se muda a Buenos Aires, y después del golpe militar de 1976, a México, donde se continúa publicando hasta 1985. En el marco de nuestro trabajo, se recorta especialmente el itinerario de Schmucler en el campo argentino: estudia letras en la Universidad de Córdoba y semiología en Francia con Roland Barthes, es parte de la fundación de varias revistas culturales, y se destaca como investigador sobre la comunicación. Crea en los años previos a la dictadura del '76 la cátedra *Introducción a los medios masivos de comunicación* en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, y tras el retorno democrático, el *Seminario de Informática y Sociedad* en la misma institución. Y a nivel latinoamericano, emerge en el campo de la comunicación como una figura importante, Armand Mattelart⁷, a partir de la cual se consolida por aquellos años una línea de investigación cuyo primer objetivo es la denuncia del modo en que las empresas, la tecnología y los mensajes norteamericanos invaden Latinoamérica (Varela, 2010: 764).

Entre el primer número de *Comunicación y cultura* y el de *LENGUAjes*, hay catorce meses de distancia. *LENGUAjes* sale a la calle en abril de 1974, en diciembre de 1974 y en abril de 1976 con Ediciones Nueva Visión, reconociéndose como “Publicación de la Asociación Argentina de Semiótica”⁸ y anunciándose como “Revista de lingüística y semiología”. Su cuarto y último número sale en mayo de 1980 con la editorial Tierra Baldía. El comité editorial está compuesto por Eliseo Verón (1935), Juan Carlos Indart (1943), Oscar Steimberg (1936) y Oscar Traversa (1940). La figura más importante que emerge del grupo, por el alcance de su obra, es la de Verón⁹, sociólogo,

⁶ Su obra bibliográfica está compuesta por: *América latina en la encrucijada telemática* (junto a Armand Mattelart, 1983); *Sobre Walter Benjamin: vanguardias, historia, estética y literatura, una visión latinoamericana* (junto a Nicolás Casullo y otros, 1993); *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo* (junto a Alicia Entel y otros, 1997); *Memoria de la comunicación* (1997); *Neoliberalismo, comunicación y después* (junto a Marita Mata y otros, 2000); *Ciencia, periodismo y sociedad* (Varios autores, 2001); *Del estrado a la pantalla: las imágenes del juicio a los ex comandantes en Argentina* (junto a Claudia Feld, 2002); traducción de *Mitologías*, de Roland Barthes (1980).

⁷ Obra bibliográfica más importante: *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo* (1971)⁷ (que luego recibirá de crítica de Paula Wasjman en el primer número de *LENGUAjes*), *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites* (1972) y *La cultura como empresa multinacional* (1974).

⁸ Creada en 1970, año durante el cual se realizó el primer congreso internacional de semiótica.

⁹ Obra bibliográfica: *Conducta, estructura y comunicación* (1968); *Imperialismo, lucha de clases y conocimiento: 25 años de sociología en la Argentina* (1974); *A produção de sentido* (1980); *Construire l'événement* (1981); *Construir el acontecimiento*

semiólogo y antropólogo que realiza estudios en Francia con Roland Barthes y Lévi-Strauss. Su sistema teórico se nutre del estructuralismo y del modelo ternario del signo de Charles Peirce. Es docente de grado y posgrado de varias universidades argentinas y del extranjero, fundador y presidente de la Asociación Argentina de Semiótica entre 1970 y 1978. Luego, Steimberg¹⁰ se desarrolla en el campo de la semiótica y la poesía, y su aporte principal al campo de la comunicación es el trabajo sobre los géneros. Traversa¹¹, desde su lugar como docente e investigador en varias instituciones académicas argentinas, también aporta al campo de la comunicación desde la semiótica (trabaja como discípulo de Christian Metz), y principalmente a partir de sus trabajos sobre medios y estética. Finalmente, nos encontramos con Oscar Indart, sociólogo, semiólogo y psicoanalista, quien se dedica, sobre todo, a la investigación de esta última disciplina.

Campo intelectual

Para entender las líneas hegemónicas presentes en el campo intelectual, y en particular en el área de la comunicación y la cultura entre los sesenta y setenta, necesitamos plantear las tendencias nacionalistas y populistas de izquierda presentes desde 1930. Y es que habrá que esperar hasta esa década para que el consenso intelectual sobre el papel de las elites letradas en la historia nacional (el distanciamiento entre elites y pueblo a partir de la dicotomía Civilización-Barbarie planteada por Sarmiento), se modifique. Las palabras del ensayista Ramón Doll en un reportaje de 1931 se transforman en el manifiesto fundante de una generación (Altamirano, 2005). Dice Doll:

(1983); *Perón o muerte: los fundamentos discursivos del fenómeno peronista* (en colaboración con Silvia Sigal, 1986); *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (1988); *Espaces du livre* (1989); *Semiosis de lo ideológico y del poder* (1995); *Esto no es un libro* (1999); *Efectos de agenda* (1999); *El cuerpo de las imágenes* (2001); *Espacios mentales. Efectos de agenda 2* (2002); *Fragmentos de un tejido* (2004); traducción de *Antropología estructural* de Lévi-Strauss.

¹⁰ Obra bibliográfica: *Cuerpo sin armazón* (1970); *Leyendo Historietas. Estilos y sentidos de un arte menor* (1977); *La recepción del género: Una investigación sobre juicios de calidad acerca de los medios* (1988); *El fanzine anarco juvenil: una utopía del estilo* (1993); *Semiótica de los medios masivos: el pasaje a los medios de los géneros populares* (1993); *Utopías* (junto a Vita Fortunati y Luigi Volta, 1994); *Estilo de época y comunicación mediática* (junto a Oscar Traversa, 1997); *Cultura infantil y multinacionales: la construcción de la identidad en la infancia* (Co-autor, 2000); *El viaje y la utopía* (junto a Hebe Clementi, Vita Fortunati, Andrea Battistini, 2001); *Figuraciones 1-2. Memoria del arte. Memoria de los medios* (junto a Oscar Traversa, 2004); *El volver de las imágenes* (con Marita Soto y Oscar Traversa, 2009). Poesía: *Majestad, etc.* (1980); *Gardel y la zarina* (1995); *Figuración de Gabino Bettinotti* (1999); *El pretexto del sueño* (2005); *Posible patria y otros versos* (2007).

¹¹ Obra bibliográfica: Cine: *el significante negado* (1984); *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa, 1918-1940* (1997); *Estilo de época y comunicación mediática* (junto a Oscar Steimberg, 1997); *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa, 1940-1970* (comp. 2007); *Comer, beber, hablar* (junto a Gustavo Aprea y Gastón De Lazzari, 2000, inédito); *Figuraciones 1-2. Memoria del arte. Memoria de los medios* (junto a Oscar Steimberg, 2004); *El volver de las imágenes. Buenos Aires* (junto a Marita Soto y Oscar Steimberg, 2009).

Para mí la historia de la inteligencia argentina es una historia de deserciones, de evasiones. Jamás, en país alguno, las clases cultas viven y han vivido en un divorcio igual con la sensibilidad popular, es decir, con su propia sensibilidad. Habría que hacer un día no la historia de las ideas argentinas, como Ingenieros lo intentó, ni de la literatura argentina, como lo ha hecho Rojas, ni menos aún de las ideas estéticas; habría que iniciar la historia de la traición y de la deserción de la inteligencia argentina respecto a la vida, a la tierra, a las masas nacionalistas, gauchas o gringas. Nuestra cultura ha vivido siempre desasida, desprendida del país; se desliza, se desentiende, no se arraiga, ni se nutre de las savias nacionales (Doll, 1930).

Así, se debate la idea de que la nación es sólo una realización acabada del proyecto y la acción de los miembros de la generación de 1937 (Sarmiento, Alberdi). Pero ¿qué lleva a que las declaraciones de este intelectual tengan un sentido y repercusiones en su época? A grandes rasgos -y para refrescar un estado de época, más que para analizar mediante causas consecuencias-, podemos enumerar: el sufragio universal desde 1916, la guerra en Europa, la Revolución Rusa, el fascismo en Italia. Un dato que parecía confirmarse con cada acontecimiento: la caída del liberalismo y un llamado a encontrar en los nacionalismos la clave de la salvación.

Sobre la corriente de pensamiento que propone Doll, dice Altamirano: “Moldeado en los años treinta con recursos de la cultura de derecha, el tema se alojaría en la cultura de izquierda unas décadas después, proporcionándole, al menos a una parte de ella, la clave para describir e interpretar la marginalidad política de todas las variantes, reformistas o radicales, del socialismo” (Altamirano, 2005: 73-74). Pero otra irrupción también marca un quiebre en el debate político y cultural, la de Juan Domingo Perón en la década del cuarenta. El peronismo, como una de las manifestaciones más claras del populismo latinoamericano, no hace más que revitalizar la querella y “ayudó a que la tesis alcanzara su forma general, que podría resumirse así: no sólo el siglo pasado, sino también en el siglo XX, cada gran irrupción del pueblo argentino se hizo con la oposición de los ilustrados y bajo la guía de los caudillos. Toda la historia nacional, desde 1810 hasta el presente, debía leerse con arreglo a ese esquema” (Altamirano, 2005: 70). Perón convierte, desde el Estado, a las “masas” en “Pueblo”.

Luego, tras la caída del peronismo en el '55, y de la mano de una izquierda nacionalista y popular, la tesis toma la forma de que el pueblo -con su núcleo en la idea del proletariado, depositario de la idea de nación-, es portador de una verdad que los doctos han ignorado y de la que deben aprender. Hacerse portavoz de ese pueblo y de esa “verdad ignorada” se transforma en una posición políticamente ventajosa en los debates ideológicos, y dota a quienes saben ocuparla de una autoridad que otros recursos intelectuales no pueden igualar. La querella *élites-masas* al insertarse en la izquierda, contribuye a reemplazar la figura del intelectual perteneciente a la oligarquía (entendida como clase cultural, no económica) por la del intelectual de clase media. El intelectual no es más un

consumidor de los debates y modas de la cultura europea, sino que se trenza en una alianza con la cultura política del pueblo.

Luego, el panorama latinoamericano que obliga a tomar partido a los intelectuales es la Revolución cubana de 1959, la llegada a Chile del gobierno popular de Salvador Allende, hasta que en 1973 se produce su caída en manos de la dictadura de Pinochet. Y a nivel nacional, el ascenso y la organización de la lucha de las clases obreras, luego de que la caída del gobierno peronista en 1955 abre el escenario donde intelectuales y políticos debaten sobre las relaciones entre elites/masas, letrados/pueblo, pares enfrentados, según el revisionismo, desde el nacimiento de la Nación (Sarlo, 2001: 80). Según Sarlo, hasta 1976, con la caída del gobierno democrático en manos de la dictadura militar, los intelectuales, académicos, escritores y artistas se dan a la tarea de reconciliar esos dos universos mutuamente hostiles o incomprensibles (Sarlo, 2001). Para Altamirano, el período iniciado en 1930 se cierra con la presidencia “del más populista de los peronistas”: Carlos Menem (Altamirano, 2005: 76).

En esa coyuntura, el debate filosófico que se da en el campo intelectual en la década del sesenta está marcado por la dicotomía *conciencia* o *estructuralismo* (Sarlo, 2001). La figura del “intelectual comprometido” –pergeñada por Sartre– surge con fuerza en los cincuenta, y queda refractada en el grupo nucleado en torno a la revista *Contorno*: David e Ismael Viñas, Oscar Massota, Carlos Correa, Noé Jitrik, y otros. Esta figura, sinónimo de compromiso con las causas públicas, se radicaliza políticamente con el correr de los años. A partir de la relación con las luchas armadas se fragua la idea del intelectual revolucionario, un papel representado paradigmáticamente por Rodolfo Walsh.

La otra línea que toma fuerza en el campo intelectual de los sesenta es la del estructuralismo marxista, introducido por Eliseo Verón y Oscar Masotta. Tiene su auge en esa década, hasta convertirse –según el primero– en una ideología de moda en el campo intelectual (Verón, 1974: 124). La genealogía de esta vertiente puede ser rastreada en Verón (1967, 1969) a partir de un trabajo sobre la violencia política en los medios escritos, y en la introducción a un volumen sobre comunicación social: el “giro copernicano” de *El capital*, los estudios de Freud sobre la histeria, el *Curso* de Saussure, Troubetzkoy, Hjelmslev, Jakobson, Chomsky, la operación de Lévi-Strauss que vincula la antropología a la lingüística, Bateson, la herencia que recibe Lévi-Strauss de la sociología francesa clásica, la semiología de Umberto Eco y la crítica de Barthes. A partir de esos trabajos nos encontramos con un Verón que entiende que la lectura semiológica es la condición para el estudio de la ideología en las sociedades contemporáneas, tal como ella es producida por los aparatos de difusión masiva (Sarlo, 2001: 97). Y, como en la época, todo debate cultural debe poder ser traducido en términos políticos, el marxismo estructuralista –descartado el dialéctico– se presenta

como una herramienta alternativa y nueva para la izquierda, ante la necesidad de considerar y estudiar las trampas ideológicas del “discurso burgués”.

Entonces, la dicotomía filosófica *conciencia* o *estructuralismo* se resuelve con lo que puede denominarse “crítica ideológica”. Y la genealogía establecida por Verón se convierte, unos años después, en parte de los bienes de una zona de la intelectualidad de izquierda, renovada. Por ejemplo, la revista *Los libros*, fundada por Héctor Schmucler en 1969 (luego de sus estudios de semiología en Francia bajo la tutela de Roland Barthes, entre 1966 y 1969) tiene como sustento teórico para el estudio de la sociedad y la política, la semiología, la lingüística, el psicoanálisis y el marxismo, con la teoría de Althusser como matriz de pensamiento. Así fue que en esta época, de la mano del estructuralismo y la crítica barthesiana, se produce la ruptura con las distinciones tradicionales de la crítica y de la estética. Ante la necesidad de aprehender los productos de la industria cultural, la literatura, y las relaciones del pueblo con ellos, se encuentran otras definiciones. Ya no son sólo los bienes de la cultura culta los que proporcionan saberes sobre la sociedad. El juego se abre hacia el estudio de los folletines, los radioteatros, las telenovelas, los panfletos políticos, las historietas, los dibujos animados. En fin, los objetos relacionados con la cultura de “masas” o “masiva”.

Un proyecto político

El programa de intervención de *Comunicación y cultura*, planteado en el primer editorial, encuentra su forma en un proyecto político cultural latinoamericanista¹², donde la cultura es pensada como un campo de batalla. Desde allí el intelectual concibe la cultura de los sectores obreros como elemento clave por contener “gérmenes” de resistencia y embate contra la cultura dominante. A la vez, y por oposición, la cultura dominante es pensada como un componente externo y enemigo a las luchas latinoamericanas. Y uno de los dispositivos culturales de este enemigo es la industria cultural foránea, quien construye las representaciones de lo popular en la cultura masiva.

¹² Tomamos la definición de “político cultural” de Wortman (2002): “(con este término se pretende dar cuenta) de un clima de época que instala ciertas ideas en torno a valores sobre la cultura, no sólo en su sentido específico, los productos culturales, sino también a una dimensión simbólica, representacional de la política, que hace que ciertas acciones tengan un sentido determinado según el contexto histórico.” (Wortman, 2002: 330). Y entendemos que el término “proyecto político cultural” está ligado a políticas públicas, relacionadas siempre con algún espacio del Estado.

La que recién delineamos es la idea central de esta formación intelectual, pero encontramos matices si nos detenemos a analizar la cultura popular, desde la matriz gramsciana¹³. Por ejemplo en la nota de Armand Mattelart “El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural. ‘Plaza Sésamo’: prólogo a la telerepresión del año 2000”, publicada en el primer número, el análisis se concentra en las herramientas de dominación del enemigo, y encontramos que la clase popular tendría muy poco poder organizativo. Luego, en el editorial del primer número, se concibe lo popular como un campo de acción potencial para el intelectual. Y como en una progresión, en la nota de Michèle Mattelart y Mabel Piccini sobre recepción de televisión en sectores populares, vemos una cultura popular concebida como realmente existente:

Al hablar de lo *popular* nos referimos al pueblo que no sólo participa de la evolución, sino que se apodera de ella, la impone, la condiciona. Pensamos en un pueblo que hace historia, que transforma al mundo y se transforma a sí mismo. Pensamos en un pueblo luchador y, por lo tanto, vemos implicaciones combativas en el concepto *popular* (Mattelart - Piccini, 1975: 3).

Como hipótesis, proponemos que lo popular, desde esta revista, es concebido desde el deseo. Lo popular como el punto de llegada, destino utópico de los intelectuales de la revista, proyección hacia un futuro. A la vez que estos intelectuales se autorrepresentan como elementos de la lucha cultural, como intelectuales orgánicos que cumplen el rol de difusores e intermediarios que comunican diversas partes inconexas. Pero la denominación que hace mejor sistema con esta formación – interpelando al título de la revista- es la de comunicadores¹⁴. Comunicadores en tanto transmisores y generadores de un espacio común:

La función que se propone cumplir *Comunicación y cultura* es la de establecerse como órgano de vinculación y de expresión de las diversas experiencias que se están gestando en los países latinoamericanos, en el campo de la comunicación masiva. Evidentemente, no se trata de asumir cualquier experiencia, sino las que favorecen a los procesos de liberación total de nuestras sociedades dependientes (*Comunicación y cultura*: 1973: 3).

¹³ Cultura como concepción del mundo elaborada por intelectuales orgánicos a una clase social con capacidad organizativa propia.

¹⁴ Raymond Williams (2003) en *Palabras clave* ubica a “comunicación” entre “común” y “comunidad”. Allí los usos de “comunicación” refieren, por un lado, a “hacer en común”, “compartir” y por otro, “impartir”, “transmitir”. Dice Williams: “En las controversias sobre los sistemas y la teoría de la comunicación, a menudo es útil recordar la gama no resuelta del sustantivo de acción original, representada en sus extremos por *transmitir*, un proceso unidireccional, y *compartir* (cf. **comuni**ón y especialmente **comunicante**), un proceso común o mutuo. Los sentidos intermediarios –hacer común a muchos e impartir- pueden leerse en una u otra dirección, y la elección de ésta es con frecuencia crucial. De allí el intento de generalizar la distinción en expresiones tan contrapuestas como **comunicación (iones) manipulara (s)** y **comunicación (ones) participativa (s)**” (Williams, 2003:75).

Como dijimos, la cultura es concebida como un campo de batalla, donde hay posiciones estratégicas que se pueden conquistar o perder. *Comunicación y cultura*, en el primer número, manifiesta que le interesa pensar los medios de comunicación masivos desde una perspectiva histórica. Entiende que son una institución privilegiada de la cultura dominante para vehiculizar ideología. Parte de la tarea intelectual es develar los mecanismos del orden burgués que impiden que el dominado tome conciencia de su condición y de sus intereses de clase. Aquí aparece la teoría de la dependencia sumado al modelo althusseriano del “aparato ideológico masivo del capitalismo” (éste dice que hay un conjunto de instituciones -escuela, iglesias, familia y medios de comunicación- que actúan en la esfera privada, y que, junto con el aparato represivo, asegurarían la reproducción de las relaciones de producción).

Como parte del diagnóstico hecho sobre los “sectores subalternos”, el espacio de la cultura popular es el de la cotidianeidad y el consumo, donde se registran desvíos, resistencias a la cultura dominante. Pero desde esta perspectiva, donde los subalternos consumen, no producen sus propias representaciones en la cultura “masiva”. La cultura masiva, en este sistema, está organizada por la cultura dominante a partir de la industria cultural como su brazo culturalista. Entonces, una de las batallas que se debe librar es la constitución de clases e individuos en una fuerza cultural popular socialista. Esto es, colaborar a que las clases populares construyan una “cultura popular” donde puedan producir sus propias representaciones, por ejemplo, a partir del desarrollo de una prensa obrera.

Y las formaciones intelectuales orgánicas a las luchas populares batallan con un arma: los lenguajes sociales. Con ese instrumento, los agentes de la revista se proponen redefinir simbólicamente los lugares de los sectores populares:

Si bien la revista escoge la “comunicación masiva” como punto de partida específico, presupone que esta noción debe superar los límites del sentido que le confirieron, de modo unilateral, la ciencia empirista y el aparato ideológico masivo del capitalismo. [...] Al manifestar la íntima articulación de la lucha ideológica con las otras instancias del proceso de liberación, una redefinición debe tomar en cuenta la multitud de respuestas que los sectores dominados ofrecen en su práctica cotidiana orientada a resistir el viejo sistema para construir el orden nuevo (*Comunicación y cultura*: 1973: 3-4).

El comité editorial ve que hay un problema con el término “comunicación masiva”: que tiene un sentido dominante en la cultura, y que su uso colabora en la reproducción del sistema. Pero que caerá en desuso una vez que se modifique el lenguaje, como consecuencia inevitable de la imposición de un nuevo orden. Hay aquí una concepción teleológica de la historia.

En este punto es interesante recordar que la aparición del término cultura de “masas” se origina en los Estados Unidos entre el final de la década del treinta y el fin de la Segunda Guerra Mundial (Ortiz, 1996). Surge con las investigaciones sobre comunicación a partir de la necesidad de comprender el impacto de los mensajes en las audiencias y los públicos. Ortiz dice que esto llevó a identificar equivocadamente la cultura de “masas” con americanismo (cultura norteamericana). Los intelectuales de *Comunicación y cultura* están pensando en que es necesario que las clases populares dejen de estar influenciadas por la cultura de “masas” foránea y que pasen a constituir una cultura popular democrática, local, conciente y comprometida con la lucha por la liberación. Están viendo que es necesario que las clases populares comiencen a escribir su propio recorrido, que construyan sus propias representaciones y sean sujetos de la historia. Y, en el contexto del gobierno socialista presidido por Salvador Allende, les están pidiendo a las clases populares chilenas que acompañen el proceso revolucionario.

También es interesante rescatar un elemento recurrente en la bibliografía sobre comunicación “masiva” (en contextos entendidos como de dominación cultural): que la comunicación “masiva” profundizaría la des-localización de las personas (Ortiz, 1996). Con esto podemos entender mejor porqué los intelectuales de *Comunicación y cultura* piensan en los sectores populares como un elemento que puede resistir a la cultura dominante en sus prácticas cotidianas: porque son entendidos como los portadores de signos tradicionales, comunitarios, étnicos, con lazos más estrechos que, por ejemplo, los sectores medios que comparten sin mayores resistencias los ideales de la clase dominante. En esta interpretación de lo masivo, los medios de comunicación son entendidos como un vehículo privilegiado de socialización. Como lo explica Ortiz: “(la cultura de ‘masas’) representa el pasaje desde una sociedad, en la cual las relaciones sociales estaban contenidas en los grupos primarios (familia, asociaciones religiosas, vecindario), hacia otro tipo de organización, en la cual las relaciones secundarias (el anonimato de las grandes ciudades) se tornan preponderantes. La esfera de la comunicación emerge, así, como un espacio de disputa cultural y política. En ella son engendrados valores, ideologías y creencias” (Ortiz, 1996: 102). Y con esto aparece una idea que está contenida en la anterior, y es que el individuo se desvanece en el interior de la cultura de “masas”. La “cultura de masas”, trabajada por Theodor Adorno y Max Horkheimer (1944) en el concepto de “industria cultural”, no es la expresión espontánea de las voluntades individuales. Esto es retomado por la corriente crítica latinoamericanista, específicamente en este caso, por la revista *Comunicación y cultura*.

En el análisis decidimos incluir también los artículos de Armand Mattelart: “El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural. ‘Plaza Sésamo’: prólogo a la telerepresión del año 2000”, publicado en el N° 1 de la revista, y “La televisión y los sectores populares” de Michèle

Mattelart y Mabel Piccini en el N° 2. Estos artículos refuerzan las dualidades, contradicciones y progresiones que encontramos en el editorial del primer número de *Comunicación y cultura*.

El artículo de Armand Mattelart trabaja sobre las condiciones de producción del “imperialismo cultural” y su objetivo es “desenmascarar su aparato ideológico”. La cultura masiva es una herramienta de dominación cultural. Y en ese marco, los medios sólo interesan en tanto son transportes de una ideología contraria a los intereses de la lucha revolucionaria:

Como lo hemos demostrado en varias oportunidades en situaciones tan concretas como la lucha ideológica en Chile, es imposible concebir las “técnicas de comunicación” fuera de sus condiciones concretas de producción. Estas técnicas en sí son no sólo un modo de producir la comunicación, la televisión y la educación sino que corresponden a un modo total de producir la vida de un sistema social: estas técnicas participan de una estructura, arrastran una “memoria colectiva”, la caja de resonancia social que otorga al mensaje un sentido acorde con la mantención (sic) de las relaciones sociales de dominación que han inspirado la producción de estas ‘técnicas’ (Mattelart, 1973: 184).

Lo popular, en Mattelart, aparece caracterizado a partir de la pasividad como elemento dominante, donde la cultura popular todavía es un proyecto. Por ello, quien produce las representaciones de lo popular en la cultura masiva, es el aparato de la cultura dominante. El punto más débil de este tipo de trabajos es la relación causal establecida entre propiedad de los medios e ideología (Varela, 2010: 763). Pero lo interesante es que nos permite registrar que, en 1973, esta intelectualidad ve un cambio, una ruptura que se produce en la cultura de “masas” por la acción del productor. Esto es: el aparato cultural imperialista perfecciona sus estrategias y provoca un cambio “superador”: una “cultura masiva tradicional” por otra. Se sectoriza al público con la intención de ampliar la capacidad de inserción. El autor tiene en mente la industria cultural de Adorno y Horkheimer, pero se adelanta a las concepciones de transnacionalización de la cultura, hibridación cultural y mundialización del mercado, sistematizadas por Jesús Martín-Barbero (1987), Néstor García Canclini (1992, 1995) y Renato Ortiz (1996). Por su parte, estos investigadores descartan como herramienta epistemológica para los estudios de la cultura y la comunicación, a la ideología.

Por otro lado, Mabel Piccini y Michèle Mattelart en “La televisión y los sectores populares” conciben lo popular como un elemento potencialmente revolucionario, y al sujeto popular como protagonista del momento histórico. Los medios siguen siendo difusores del discurso de la clase dominante, como en A. Mattelart, pero las autoras registran que los medios ejercen diversos efectos en los sectores populares, según los grados de politización alcanzados por estos. Y sobre la relación entre las culturas, entienden que:

Entre el ámbito denominado de la cultura de masas y el de la cultura popular, concebido no como un sustituto formal del primero sino como una práctica cuantitativamente diferente, media la distancia que separa un sistema que funda su legitimidad en la manipulación de las conciencias de aquel otro en que las mayorías dejan de ser los espectadores sumisos de una representación que contradice sus intereses para convertirse en sujetos activos de una experiencia cultural no disociada de su proyecto de liberación (Mattelart, Piccini, 1975: 7).

“La televisión y los sectores populares” es un estudio de recepción en los setenta¹⁵, un trabajo de campo sobre la posibilidad de autorepresentación de las clases populares. Este es un agenciamiento de los sectores más pobres que, a partir de la mitad de la década del ochenta, la intelectualidad encuentra obturado. El nuevo dato será el de la crisis y la pérdida del valor relativo de las instituciones modernas de formación del ciudadano (la escuela pública y los partidos políticos), con respecto a las industrias culturales reguladas por el mercado.

Balance

El itinerario latinoamericano de *Comunicación y cultura* y el de sus integrantes, por Chile, Argentina y México, puede pensarse como paradigmático de los caminos que recorren muchos otros intelectuales durante los setenta en el Cono Sur, en el marco de la censura de los regímenes dictatoriales.

Pero antes, la confianza en la política, el deseo de transformación a partir de la revolución. Durante la creciente lucha armada en Argentina, la figura del intelectual pasa del intelectual comprometido al intelectual revolucionario. Esto es, entre finales de la década del sesenta y principios de la del setenta, la izquierda ya casi no se plantea la “cuestión intelectual” como cuestión específica: se ha resuelto –disuelto– en la política (Sarlo, 2001: 104). En medio de estas dos figuras encontramos al intelectual que encarnan los agentes de *Comunicación y cultura*, el que pretende ser orgánico a las luchas latinoamericanas por la liberación de los países. Y del que entendemos que emerge la figura del comunicador, el que concibe a la cultura popular como el espacio común donde poder desarrollar un proyecto político cultural, y el que difunde el plan.

Es interesante recordar que Sarlo (2001) relaciona al escritor y periodista Rodolfo Walsh con el paradigma del sujeto de clase media empobrecida trabajador de la industria cultural que,

¹⁵ Apuntémoslo, porque la recepción será motivo de disputas en los ochenta y los noventa entre los agentes que se consagrarán en el campo (Martín-Barbero, García Canclini), y quienes manifestarán que los estudios de recepción no son una novedad, pretendiendo reintroducir el debate por los medios masivos y lo popular mediante elementos de análisis estructurales.

fascinándose con el mundo de lo popular a partir de las luchas del movimiento obrero, progresivamente pasa de ser un escritor, a un intelectual comprometido y luego revolucionario. Walsh es, como dijo Ricardo Piglia (2001), alguien que llevó al límite la noción de responsabilidad civil del intelectual. Walsh puso su escritura al servicio de la lucha revolucionaria, y la carta de 1976 a la junta militar, es, según Sarlo, algo así como el cierre de un ciclo histórico (Sarlo, 2001: 104).

Resulta sugestivo pensar que para la figura del intelectual revolucionario *cultural* concebido por la formación de *Comunicación y cultura*, el mundo de lo popular es destino, un lugar de llegada (como lo fue para Walsh, según Piglia en el análisis de “Esa mujer” -1966-). Que se tienen indicios de lo que puede llegar a ser, pero hasta que no se realice la revolución cultural no se lo puede nombrar con otras palabras que no sean “masa”, “clases populares”. Pero estos intelectuales perciben el inconveniente, y lo manifiestan como un problema del lenguaje. Y es que las dos figuras más importantes de la revista, Schmucler y A. Mattelart, están pensando el lenguaje como un instrumento legítimo en la batalla ideológica. Pero intuimos que (principalmente) Schmucler, percibe que, para un intelectual, lo social está en el lenguaje. Esto ya estaba claro desde hacía varios años, para los intelectuales de la otra formación nucleada en torno de la revista *LENGUAjes*.

Un proyecto teórico

Dentro del debate en esta zona del campo intelectual (en las luchas contra la dependencia de los países latinoamericanos), la revista *LENGUAjes*. hace en su primera intervención una crítica abrasiva hacia la perspectiva -teórica, metodológica e ideológica- de los intelectuales de *Comunicación y cultura* y hacia el lugar que ocupaban éstos en el campo. Llevan esa crítica hacia una especie de manifiesto intelectual. *LENGUAjes*. plantea que hay que terminar con el misticismo, el oportunismo intelectual y los reduccionismos (contenidismo, esteticismo, economicismo y tecnologicismo). Y como contrapropuesta plantea la necesidad de insertarse en la lucha política por un lado, y de producir conocimiento científico, por otro. Si podemos afirmar que *LENGUAjes*. no comparte la misma visión del campo que *Comunicación y cultura*, nos preguntamos desde allí, si se pueden encontrar diferentes concepciones sobre la relación entre los sujetos populares y los medios de comunicación masiva.

Los cuatro números de la revista pueden ser pensados como una búsqueda por diseñar un aparato teórico-metodológico sólido. En el editorial del primer número, la cuestión de los medios se inserta en la problemática de una teoría de la producción de los discursos, que parte a su vez de

una teoría general del funcionamiento de las formaciones sociales. Queda planteado que los discursos sociales cobran forma a través de la materia del lenguaje, y se dice que el campo de interés es aquel que la burguesía denominó “cultura”, intentando apartarse de esa denominación. Entienden que el fenómeno de la “cultura”, aun cuando se lo especifique en relación con la transmisión masiva a través de los medios de comunicación, se presenta como un todo, articulado en una multitud de niveles heterogéneos y contradictorios. Consecuentemente, para *LENGUAjes.*, no hay un sujeto en particular que represente la cultura popular en la cultura masiva, sino que será el todo social¹⁶ el dador de sentidos:

En cuanto al campo específico, es el definido (en forma provisoria, y a todas luces insuficiente) por la expresión lenguajes sociales. Nuestro campo de trabajo será pues el de la producción social de la significación, ese campo que la ideología burguesa llama “la cultura”. Daremos además una importancia particular a las llamadas “comunicaciones masivas” (*LENGUAjes.*, 1974: 8).

Es necesario tomar nota de la tipografía utilizada para presentarse al mundo: *LENGUAjes.*, “lengua” en mayúsculas y el punto hacia el final. Con ese gesto interpretamos varias cosas: la intención de distinguirse del resto de las producciones intelectuales, de delimitar un terreno superador de las contingencias inmediatas, y de ubicarse metadiscursivamente. Ellos no utilizarían tradicionalmente el lenguaje como medio para comunicar ideas sino que reflexionan sobre él (en este caso produciendo una desnaturalización del término “lenguaje”). En segundo lugar, en la especificación que acompaña al título (“Revista de lingüística y semiología”) establecen un lazo con la lingüística y la semiótica francesas. También los cuatro colores utilizados para las tapas de los ejemplares (verde, naranja, marrón, y la última, unos años después, otra vez verde -pero distinta de la primera, más brillante) sugiere la vitalidad de un tiempo productivo para la maduración de un proyecto teórico que, como veremos, queda inconcluso en la revista pero que tendrá su realización por fuera. En el estilo de escritura, se alejan del discurso político de otros intelectuales del campo, y producen un discurso más cercano al científico, al analista que observa desde afuera, al experto.

Bien; teniendo en cuenta esos lugares en el campo (esquemáticamente: el del político y el del científico), tratamos de pensar qué se entiende en *LENGUAjes.* por crítica ideológica. Si se acerca o se aleja de la concepción de *Comunicación y cultura*, y del paradigma dominante en los setenta, la política. Dicen:

(una vez plantado el campo de acción)... en cuanto a la modalidad, subrayamos a la vez la necesidad de la inserción en la estrategia de las luchas populares contra la explotación externa e interna, y la necesidad de la

¹⁶ Luego especificado como la semiosis social (Verón, 1987).

producción de teoría, de conocimiento. Ambas necesidades son a nuestro juicio igualmente prioritarias: si soslayamos la primera, nos instalamos automáticamente en el ciclo bien conocido por buena parte de la producción “intelectual” latinoamericana: marginación creciente de la lucha política, orientación creciente hacia los centros internacionales de producción de conocimientos, disociación completa de la realidad nacional. Si desconocemos la segunda, no tenemos más que elegir entre dos caminos también bastante transitados: la mistificación intelectual o el oportunismo político (*LENGUAjes.*, 1974: 8).

La “mistificación”, nombrada en la última oración, conduce a pensar en el “mito” y en una posible referencia a *Mitología* de Roland Barthes (1957). ¿Cómo define Barthes, en ese libro, la crítica ideológica que realiza? En el prólogo a la edición de 1970 dice: “dar cuenta en detalle de la mistificación que transforma la cultura pequeño burguesa en naturaleza universal” (Barthes, 1970: 5), y en el prólogo a la primera edición: “sufría al ver confundidas constantemente naturaleza e historia en el relato de nuestra actualidad y quería poner de manifiesto el abuso ideológico que, en mi sentir, se encuentra oculto en la exposición decorativa de lo *evidente - por - sí - mismo*” (Barthes, 1970: 6). Si bien no se nombra a Barthes, la palabra “mistificación” sugiere que hay, en su uso, una cita indirecta y una alineación intelectual (recordamos que Verón, así como Schmucler, estudian semiología en Francia con Barthes). *LENGUAjes.* dice que los estudios sobre los medios de comunicación están sostenidos por lugares y sentidos comunes que contribuyen a crear imágenes de intelectuales mistificados y sostenidos por/en su relación y apelación constante al pueblo. Y al proponer una práctica social responsable, el comité editorial subraya la búsqueda de un equilibrio entre intervención política y producción de teoría. A partir de allí, se defiende el lugar del científico, alejado de las disputas políticas coyunturales y de la posibilidad de formar parte de una “elite intelectual”. Uno de los requerimientos de la nueva ciencia, además de alejarse de la política como matriz dadora de sentidos, es practicar una disección de la totalidad: la semiótica veroniana se encargará de hacer notar que sólo es posible analizar objetos particulares, y que no se necesita recurrir a paradigmas totalizadores de la realidad.

Bien; cuando el comité editorial acusa a los estudios sobre “comunicaciones masivas” por reducir el problema de los medios a una mera cuestión de ideología, Verón piensa en el problema de la generación de conocimientos en un contexto de dependencia cultural. En “Acerca de la producción social del conocimiento: el ‘estructuralismo’ y la semiología en Argentina y Chile”, publicado también en el primer número, profundiza su reflexión: la política tiene un camino, y la producción de conocimientos, otro. Verón advierte esto desde su crítica a los intelectuales que tienen, como referente, la figura de Armand Mattelart: en Chile y Argentina, aunque se estén leyendo las mismas fuentes, el estructuralismo y la semiología se insertan en los dos países de manera diferente. En Chile, la tradición saussureana se articula bien con la marxista porque se trata de incluir

una lectura estructuralista en una fuerte tradición marxista, y en un contexto ventajoso: el del gobierno popular allendista. Lo que se hace en Chile, dice Verón, es desarrollar una estrategia de análisis de la prensa burguesa en el marco de un proyecto político más amplio. En cambio, en Argentina no hay una tradición marxista fuerte, a lo que se suma la precariedad de la institucionalización de las ciencias sociales, pues luego de la “Noche de los bastones largos” de Onganía, se obtura la posibilidad de desarrollar investigaciones en la universidad, y se forman grupos de estudio asistemáticos. Entonces, para Verón existe una contradicción que es necesario resolver: para la lucha política se necesita una teoría (la marxista), pero para el estudio de los medios masivos - o mejor, para estudiar la ideología y superar la relación causal entre propiedad de los medios e ideología -, se necesita otra teoría, que todavía no está completa. Privilegia a esta última, pues acusa al estructuralismo chileno de olvidarse de las contradicciones, de dejar de hacer ciencia para hacer sólo política, ya que:

La realidad no se transforma sólo con buenas intenciones ni tampoco con frases más o menos afortunadas (*LENGUAjes.*, 1974: 8).

Ahora bien; ¿cuál es la idea sobre lo popular que, por contraste, se refracta en este sistema planteado por la intelectualidad de *LENGUAjes.*? Al pretender hacer visibles las contradicciones entre “los llamados ‘intelectuales’ y sus relaciones con los procesos de la movilización popular y de la lucha política por la liberación” en el primer editorial, podemos suponer que hay una posición conjunta respecto a lo popular. La revista piensa lo popular como un bien que se disputan los intelectuales, quienes al pretender ser los portavoces del pueblo corren el peligro de caer en una “mistificación intelectual o el oportunismo político”. Para evitar este lugar, dicen que sólo es posible decir algo sobre algún objeto, partiendo de una teoría sistemática y una metodología comunicable, clara y rastreada a partir de la práctica científica. A partir de una ciencia que permita estudiar los objetos producidos por los medios de comunicación. Así, para este grupo intelectual, lo popular es un ente abstracto, sólo asible por el analista en tanto objeto de estudio.

Frente al debate planteado por *LENGUAjes.* a los intelectuales de *Comunicación y cultura*, y ante la perspectiva de estudiar los mensajes que circulan, defendiendo la autonomía del saber disciplinar sin apelar a las herramientas epistemológicas de la política, hay reacciones. Héctor Schmucler en “La investigación sobre comunicación masiva” (1975), responde diciendo que *LENGUAjes.* sostiene una falsa oposición entre ciencia e ideología, y acusa a sus miembros de un cientificismo que intenta alejarse de las contingencias históricas. Si éstas fueran consideradas, *LENGUAjes.* tendría que reconocer que, para terminar de darle sentido a un mensaje, es necesario considerar la circulación y la recepción del mismo. Así, Schmucler realiza, solapadamente, una

reivindicación culturalista; reclamando indirectamente el mundo de lo popular como el ámbito privilegiado de circulación de los mensajes en los medios de comunicación. Dicho de otro modo: cuando Schmucler le dice a *LENGUAjes*. que la significación de un mensaje puede indagarse a partir de las condiciones histórico-sociales en que circula, está diciendo que, para completar el sentido de un objeto cultural, hay que estudiar las condiciones de producción y recepción, y que ese último es el lugar de lo popular. Schmucler ve que los intelectuales de *LENGUAjes*. estudian los mensajes sólo en producción y, principalmente, que nos les interesa un acercamiento al “pueblo” desde la “intelectualidad”. A los de *Comunicación y cultura* sí les importa, ya que el estudio de lo popular los acerca al campo del que pretenden participar como intelectuales orgánicos.

Pero Verón, entre julio y agosto de 1975 se encuentra escribiendo “Fundaciones”, que luego formará parte de *La semiosis social*. Allí desarrolla una teoría de la institución del sentido en la sociedad, diferenciando las condiciones de producción de un discurso, de las de recepción. Determina dos niveles de análisis de un conjunto textual: “la del proceso de producción (generación) del discurso y la del consumo, de la recepción de ese mismo discurso” (Verón, 1987: 18-19). Este sistema teórico no impide una vinculación con lo político cultural, ya que se ocupa del sentido social, pero sí su marco de interés aparece como –por lo menos- divergente respecto del de los intelectuales de *Comunicación y cultura*. En 1994, Verón dice que el grupo que componía *LENGUAjes*. ve el problema en los setenta, pero que por esa época no hacen estudios de recepción porque no cuentan con los recursos económicos. Esto es, para la semiótica veroniana la recepción implica siempre el trabajo de campo, y se diferencia de la recepción “inmanentista”, al estilo de Umberto Eco en *Lector in fabula*. Verón dice que el primer estudio de recepción lo puede hacer en París en 1980 (Verón, 1994: 16).

Bien; aquí se diferencian otra vez las dos revistas en el campo comunicacional: mientras *Comunicación y cultura* se acerca al modelo del intelectual orgánico y moderno, *LENGUAjes*. puede ser pensado desde el intelectual intérprete (Bauman, 1998) dentro del paradigma posmoderno. Esto es, el que abandona las explicaciones y ambiciones universalistas, pero mantiene una “autoridad meta-profesional” para legislar sobre “reglas procedimentales”. Aquí se puede aplicar también otra característica desarrollada por Bauman para este tipo de intelectual: el intérprete traduce enunciados provenientes de una tradición (la incipiente sociosemiótica), para que puedan ser entendidos en el sistema de conocimiento basado en otra tradición (en este caso, el campo intelectual dependiente de la política). Sobre la práctica de los intelectuales en América Latina, al grupo de *LENGUAjes*. le interesa que en el contexto presente de dominación cultural, no se contribuya a reforzar las modas teóricas y a reproducir las teorías centrales (recordamos que es Verón uno de los primeros en recepcionar el marxismo estructuralista en Argentina). Así, el primer rol es el de interpretación:

Es nuestra convicción de que la tarea inicial e ineludible consiste en darnos las condiciones para enfrentar dichas contradicciones (las que definen la posición de los llamados “intelectuales” y sus relaciones con los procesos de movilización popular y de la lucha política por la liberación) con la mayor claridad posible. Enfrentar significa aquí ponerlas ante nosotros, tornarlas visibles (*LENGUAjes.*, 1974:).

Aunque, al pensar en la generación de conocimientos desde un país periférico, también se genera un posicionamiento político:

Esta revista se aventura entonces en un camino peligroso, doblemente peligroso en un país donde la producción de palabras es con mucha frecuencia una simple reproducción: la mayoría de esas palabras han sido trabajadas en los países centrales, que parecieran detentar el privilegio de la verdadera producción del saber y de la ciencia (*LENGUAjes.*, 1974: 7).

Si para Schmucler y los Mattelart, *Comunicación y cultura* forma parte de un proyecto político-cultural, para Verón, Traversa, Steimberg y –en menor medida- Indart, *LENGUAjes.* forma parte de un proyecto teórico y a largo plazo académico: Así, emerge la figura del intelectual “experto” (Neiburg y Plotkin, 2004).

Balance

El aporte de la formación intelectual de *LENGUAjes.* al campo de la comunicación y la cultura es un proyecto teórico y académico, y luego, el oficio de contralor de otros agentes. En los setenta, cuando la política es la dadora de sentidos en todos los campos, defienden la posibilidad de posicionarse políticamente pero desde su especificidad: la ciencia. No hay un lugar a-político.

En un número especial de la revista *Foul-táctico*, heredera de la impronta de *LENGUAjes.*, Verón dice:

LENGUAjes. no fue expresión de una ‘capilla’ o grupo, no fue retorno a algún pasado, no fue contra-propuesta, pero tampoco fue proclama vanguardista. *LENGUAjes.* estaba en un presente, pero ese presente no era el de su contexto (Verón, 2004).

Cuando Verón dice que fueron parte de una “anomalía histórica” en el campo argentino, entendemos que tiene que ver con que el elemento dominante por los sesenta y setenta es la figura

del intelectual comprometido con las luchas históricas del pueblo latinoamericano, no aquel que procura ser un experto científico.

Fuentes primarias:

AA.VV. (julio/1973). “Editorial”, en *Comunicación y cultura*, Chile, N° 1.

AA.VV. (abril/1974) “Presentación. Medios masivos y política cultural: teoría, estrategia, tácticas”, en *LENGUAjes.*, Buenos Aires, Nueva Visión, N° 1.

Mattelart, Armand (1973). “El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural. ‘Plaza Sésamo’: prólogo a la telerepresión del año 2000”, en *Comunicación y cultura*, Chile, N° 1.

Mattelart, Michèle; **Piccini**, Mabel (noviembre/1975). “La televisión y los sectores populares”, en *Comunicación y cultura*, Chile, N° 2.

Schmucler, Héctor (1975). “La investigación sobre comunicación masiva”, en *Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, Galerna, N° 4.

Verón, Eliseo (abril/1974). “Acerca de la producción social del conocimiento: el ‘estructuralismo’ y la semiología en Argentina y Chile”, en *LENGUAjes.*, Buenos Aires, Nueva Visión, N° 1.

Fuentes secundarias:

Adorno, Theodor; **Horkheimer**, Max (1987 [1944]). *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires, Sudamericana.

Altamirano, Carlos (2005). “Intelectuales y pueblo”, en *Para un programa de historia intelectual y otros ensayos*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Bauman, Z. (1998). “Guardabosques convertidos en jardineros”, en *Legisladores e Intérpretes*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Bourdieu, Pierre (1988b). “Los usos del pueblo”, en *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa.

De Certeau, Michael (1996). “Introducción”, “Culturas populares” y “Valerse de: usos y prácticas”, en *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana.

----- -en colaboración con Dominique, Julia y Revel, Jacques- (1999). “La belleza del muerto: Nisard”, en *La cultura plural*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Ginzburg, Carlo (1981). “Prefacio”, en *El queso y los gusanos*, Barcelona, Muchnick.

Grimson, Alejandro; **Varela**, Mirta (2002). “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, en Mato, D. (coord): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) Y CEAP, FACES, Universidad central de Venezuela.

- Ortiz**, Renato (1996). “Cultura, comunicación y masa”, en *Otro territorio*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Piglia**, Ricardo (23/12/2001). “¿Qué va a ser de ti?”, en *Radar*, *Página/12*.
- Sarlo**, Beatriz (2001). “Historiadores, sociólogos, intelectuales”, en *La batalla de las ideas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel.
- Varela**, Mirta (2010). “Intelectuales y medios de comunicación”, en Altamirano, Carlos (dir.). *Historia de los intelectuales en América Latina, t II. Los avatares de la “ciudad letrada” en el siglo XX*, Buenos Aires, Katz.
- Verón**, Eliseo (1969). “Introducción: hacia una ciencia de la comunicación social”, en AA.VV. *Lenguaje y comunicación social*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- (1987). *La semiósis social*, Buenos Aires, Gedisa.
- (1994). “Entrevista”, en *Causas y azares*, Buenos Aires, N° 1.
- (19/04/2004). “Una histórica anomalía”, en *Foul-táctico*, Buenos Aires, N° 8-9. Disponible en: <http://www.foultactico.com.ar/sumario8-9.html>
- Williams**, Raymond (2003 [1983]). *Palabras claves. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Buenos Aires, Nueva Visión.

5.2- Un proyecto nacional y popular

Introducción

En este capítulo abordamos concepciones sobre sectores populares urbanos, cultura masiva y medios de comunicación en trabajos de Aníbal Ford (1934-2009), Eduardo Romano (1938) y Jorge B. Rivera (1935-2004), elaborados entre las décadas del sesenta y setenta. A esta producción la reconocemos como parte de la revista *Crisis*¹⁷, recordando que Grimson y Varela (2002) ubican a esta revista como partícipe de la fundación del campo de la comunicación y la cultura entre finales de los sesenta y principios de los setenta junto con *Comunicación y cultura* y *LENGUAjes*. Pero entendemos que al mismo tiempo la excede. Como vimos, el objeto de estudio de las otras dos revistas es la comunicación masiva, en cambio en *Crisis* sus dos vertientes principales son las (re)lecturas de la historia argentina y una redefinición de las jerarquías simbólicas de la comunicación y la cultura popular. Y según Sonderéguer (2008), las revistas que comparten el campo con *Crisis* son *Los Libros*, *Opinión cultural*, y el diario *Noticias* (Sonderéguer, 2008: 20).

Si bien los trabajos de Ford, Rivera y Romano resultan paradigmáticos de la lectura que hizo *Crisis* en cuanto al eje comunicación y cultura, hay espacios que exceden ese ámbito. Como por ejemplo la participación en experiencias editoriales que buscan la llegada a un público amplio (como la de Ford en la fundación de Eudeba junto a Boris Spavicow, y luego en la del Centro Editor de América Latina¹⁸, donde también participan en varias colecciones Rivera y Romano). Estos tres

¹⁷ *Crisis* nace con su primera publicación en mayo de 1973, editada en Buenos Aires, y con cuarenta números en la calle, hasta 1976. El proyecto incluyó una serie de cuadernos y un proyecto editorial: las Ediciones Crisis, con distintas colecciones. El núcleo inicial estaba compuesto por: Ernesto Sábató, Abel Posse, Ernesto Epstein, Jorge Romero Brest, Roger Pla, Víctor Masuh, Ricardo Molinari y Julia Constenla. Su primer director editorial: Eduardo Galeano, director ejecutivo: Federico Vogelius (Sonderéguer, 2008: 9). Hubo una segunda etapa a partir de abril de 1986, pero según Claudia Patiño: “tal vez no haya otro ejemplo más claro que la aparición de la segunda época de *Crisis* para demostrar la imposibilidad de reproducir un clima intelectual como el de los sesenta” (citada en Saítta, 2004: 242).

¹⁸ “El Centro Editor de América Latina es sinónimo de política cultural y cultura popular, de literatura por entregas y de entrega a la literatura. Y también, inequívoco sinónimo de su creador, Boris Spivacow”, así dice la bajada a una reseña publicada en “Radar” de *Página/12* sobre del libro *Capítulos de una historia*, donde se recrea el itinerario del CEAL. Rescatamos además estos párrafos: “Los autores proponen así una perspectiva múltiple para enfocar ‘un objeto complejo que desde el ámbito privado diseña una política cultural’. Y el método se explica: una historia como la del Centro Editor requiere ser contada y analizada a través de un trabajo en equipo.

Boris Spivacow (1915-1994) (...) en 1958, designado gerente general de Eudeba, planeó una editorial que, contra lo que podía pensarse, en vez de reducirse al ámbito universitario saldría a ganarse al gran público. El lema ‘Libros para todos’ sintetizó ese objetivo (...).

Después de la intervención militar en la universidad, con la Noche de los Bastones Largos (julio de 1966) Spivacow renunció a su cargo, con la mayoría de los miembros de su equipo. En septiembre de ese mismo

intelectuales, que provienen de la crítica literaria y, en el caso de Ford y Rivera, de la carrera de letras de Universidad de Buenos Aires (U.B.A.), se conocen en el ámbito de la educación para adultos. Ford, en los sesenta, luego de dictar cursos de Extensión universitaria de la U.B.A., se traslada a Estados Unidos y consulta archivos y materiales sobre educación de adultos. Rivera y Romano, por su parte, hacia fines de la década, dan cursos de educación para adultos en el Ministerio de Obras Públicas, y, al enterarse de la formación de Ford, van en su búsqueda (Alabarces, 2008: 265-266). A partir de allí, se arma un colectivo que produce en sus trabajos críticos, una lectura particular sobre los sectores populares, el peronismo¹⁹ y los bienes de la industria cultural.

Por otra parte, en Beatriz Sarlo (1942) hay una interlocutora de esta formación, una figura intelectual que se posiciona críticamente –y no necesariamente en términos dualistas o de opuestos- hacia los discursos populistas y que dialoga productivamente con Ford, Rivera y Romano a partir de las reivindicaciones que efectúa sobre intelectuales mediadores de la cultura popular. Analizamos *Eduardo Gutiérrez* (1967) y *El folletín y la novela popular* (1968a), de Jorge B. Rivera²⁰, editados en una colección fascicular por el Centro Editor de América Latina. Además consideramos el texto de Aníbal Ford²¹ “Cultura dominante y cultura popular” (1985 [1972])²². Y de Eduardo

año anunció el proyecto del CEAL y en mayo de 1967 comenzó a publicarse la primera colección que salió a los kioscos, Los cuentos de Polidoro, integrada por ochenta fascículos que recreaban clásicos de la literatura infantil. Esas circunstancias inscribieron una marca de origen fuerte: al integrar su redacción con especialistas en su mayoría expulsados o virtualmente prohibidos en las universidades, preservando un espacio democrático en medio de ambientes hostiles y sobre todo al proponer versiones de la historia signadas por la crítica y el pluralismo, el CEAL fue un símbolo de la resistencia a las sucesivas dictaduras militares” (*Página/12*, 2006).

¹⁹ Entendemos al peronismo como un modelo nacional-popular, y desde la perspectiva de Svampa: “El peronismo ha sido considerado como una de las ilustraciones más acabadas del modelo nacional-popular. Por modelo nacional-popular comprendemos el ‘estado’ del sistema político propio de una época de industrialización que busca hacer viable el crecimiento hacia adentro, a través de la incorporación política de los sectores populares y el esfuerzo por movilizar las masas de manera ‘organizada’ (esto es, canalizar las demandas sociales a través del aparato político-institucional)”, (Svampa-Martuccelli, 1997: 25) confirmar, hay una cita en ese párrafo.

²⁰ Obra bibliográfica: *Beneficio de inventario* (1963); *La primitiva literatura gauchesca* (1968); *El folletín y la novela popular* (1968); *Los bohemios* (1971); *El general Juan Facundo Quiroga* (1974); *Madri y la vanguardia argentina* (1976); *La historia del tango: sus orígenes* (junto a José Gobello y Blas Matamoro, 1976); *Poesía gauchesca* (1977); *Asesinos de papel. Ensayos sobre narrativa policial* (junto a Jorge Lafforgue, 1977); *Medios de comunicación y cultura popular* (junto a Eduardo Romano y Aníbal Ford, 1985); *Roberto Arlt: los siete locos* (1986); *El relato policial en la Argentina: Antología crítica* (1986); *La investigación en comunicación social en la Argentina* (1986); *Claves del periodismo argentino actual* (junto a Eduardo Romano, 1987); *El cuento popular* (1987); *Panorama de la historieta en la Argentina* (1992); *Postales electrónicas: ensayos sobre medios, cultura y sociedad* (1994); *El periodismo cultural* (1995); *Comunicación, medios y cultura: líneas de investigación en la Argentina: 1986-1996* (1997); *El escritor y la industria cultural* (1998); *Territorio Borges y otros ensayos breves* (2000).

²¹ Obra bibliográfica: *Sumbosa* (1967); *Homero Manzi* (1970); *Medios de comunicación y cultura popular* (junto a Eduardo Romano y Jorge B. Rivera, 1985); *Ramos generales* (1986); *Los diferentes ruidos del agua* (1987); *Desde la orilla de la ciencia: Ensayos sobre identidad, cultura y territorio* (1987); *Navegaciones: comunicación, cultura y crisis* (1994); *La marca de la bestia: identificación, desigualdades e infoentrenamiento en la sociedad contemporánea* (1999); *Oxidación* (2003); *30 años después: 1973. Las clases de introducción a la literatura y otros textos de la época* (2003); *Resto del mundo. Nuevas mediaciones en las agendas críticas internacionales* (2005); *Del orden de las coníferas* (2007).

Romano²³ “Apuntes sobre cultura popular y peronismo” (1973), publicado junto a textos de Norman Briski, Marta Speroni, Elida Stantic y Abel Posadas, en *La cultura popular del peronismo*, editado por Cimarrón. Este último libro, en el que conviven textos de intelectuales –en el sentido clásico del letrado- y artistas, funciona como ejemplo de los acercamientos por parte de la intelectualidad del peronismo hacia los sectores populares en actividades comunitarias.

De Beatriz Sarlo²⁴ tomamos sus concepciones sobre lo popular, lo masivo y el rol de la intelectualidad a partir de: *Una modernidad periférica* (1988), *La máquina cultural* (1997), el capítulo “Historiadores, sociólogos, intelectuales”, en *La batalla de las ideas (1943-1973)* (2001) y los artículos: “Argentina, 1984: la cultura en el proceso democrático” (1984) publicado en *Nueva sociedad*, “Retomar el debate” (1996) y “La teoría como chatarra, tesis de Oscar Landi sobre la televisión” (1992). Estos dos últimos, publicados en la revista *Punto de Vista*, que Sarlo fundó y dirigió entre 1978 y 2008.

Campo intelectual

El contexto político y la situación del campo intelectual son contemporáneos a los que operan en las producciones de *Comunicación y cultura* y *LENGUAjes*; la política es el lugar desde el que se piensan los procesos culturales. Tenemos que ubicarnos otra vez en un tiempo que se abre a partir de la década del '30 con la crisis de la hegemonía liberal en la cultura política argentina y que culmina con la presidencia de Carlos Menem, según Altamirano (Altamirano, 2005: 76) o con el cierre de “la cuestión intelectual” a partir de la dictadura de 1976, según Sarlo (Sarlo, 2001: 104-105). Ford, Rivera y Romano se diferencian por conformar una intelectualidad que supera (o no trabaja con) la problemática ciencia e ideología en que están ancladas aquellas dos. Y su ámbito de acción se acerca

²² Luego de aparecer publicado en *Medios de comunicación y cultura popular* (1985) fue recogido por Sarlo en la antología de textos *La batalla de las ideas (1943-1973)* (2001).

²³ Obra bibliográfica: *Análisis de Don Segundo Sombra* (1967); *El teatro del siglo XX* (junto a Jorge Lafforgue, 1978); *Sobre poesía popular argentina* (1983); *Medios de comunicación y cultura popular* (junto a Jorge B. Rivera y Aníbal Ford, 1985); *Claves del periodismo argentino actual* (junto a Jorge Rivera, 1987); *Las huellas de la imaginación* (1990); *Voces e imágenes en la ciudad. Aproximaciones a nuestra cultura popular urbana* (1992); *Revolución en la Lectura* (2005); *Haroldo Conti, alias Mascaró, alias la vida* (2008); *18 poemas* (1961); *Entrada prohibida* (1963); *Misbiadura* (1978); *Doblando el codo* (1986); *Entre sobrevivientes y amores difíciles* (2008).

²⁴ Obra bibliográfica: *El imperio de los sentimientos* (1985); *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930* (1988); *La imaginación técnica* (1992); *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina* (1994); *Martín Fierro y su crítica* (1994); *Ensayos argentinos. De Sarmiento a la vanguardia* (1997); *La Máquina cultural: maestras, traductores y vanguardias* (1998); *Borges, un escritor en las orillas* (1998); *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina, 1917-1927* (2000); *La batalla de las ideas. 1943-1973* (2001); *Tiempo presente* (2001); *La pasión y la excepción* (2003); *Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo* (2005); *Escritos sobre literatura argentina* (2007); *La ciudad vista. Mercancías y cultura urbana* (2009).

más al de los “intelectuales de la literatura”, aquellos provenientes del ámbito de las letras y la crítica literaria que encuentran en las herramientas legadas por la literatura una clave para entender procesos socio-políticos particulares (Aguilar, 2010). Por otra parte, estos abordajes están muy alejados de las lecturas que conciben a la cultura de masas como un mecanismo de formación del “gusto mediocre”. Uno de los trabajos que marca en ese sentido el campo de la comunicación latinoamericano es *Comunicación y cultura de masas* (1963) del venezolano Antonio Pasquali: una recepción de la Escuela de Frankfurt y de *El hombre unidimensional* de Marcuse. Ese libro, más el artículo de Dwight Mac Donald “Mass y midcult” y la circulación de “La industria cultural” de Max Horkheimer y Theodor Adorno -desprendida de su contexto original en *Dialéctica del iluminismo*-, dejan una huella en los estudios de comunicación en toda América Latina (Varela, 2010: 766).

En Argentina, además de la Revolución Cubana -que otorga la posibilidad de pensar al peronismo desde una clave revolucionaria-, los otros cambios en la escena político-cultural que se traducen de distinta manera para esta intelectualidad son: las transformaciones introducidas por el Concilio Vaticano II en 1962, la fractura de la central obrera en 1966 y, particularmente, la emergencia de una Universidad contestataria en 1968, luego de que se produjera la “Noche de los bastones largos” y la intervención en las Universidades públicas con la renuncia masiva de docentes. En el ámbito de las ciencias sociales este espacio empieza a ser ocupado por intelectuales ligados al peronismo y a la izquierda nacional. Entre 1968 y 1971 se forman las “cátedras nacionales”. Luego, el Cordobazo en 1969 marca el fin de una época y la radicalización ideológica. Por su parte, Sarlo, así describe el lugar de los intelectuales ligados al peronismo hasta mediados de los años setenta: “tanto la izquierda como las tendencias radicalizadas del peronismo, mantenían un sistema de lazos lábiles pero relativamente estables con sectores populares: corrían los años en que los grupos teatrales independientes se proponían su camino hacia el pueblo con representaciones en las villas miseria, en que los artistas plásticos organizaban acontecimientos en sindicatos o sedes partidarias [...] se había impuesto el ideal de un intelectual vinculado estrechamente con los sectores populares. Esta trama compleja y también conflictiva, fue destruida por la dictadura militar en 1976” (Sarlo, 1984: 79).

Como vimos, en la fundación del campo de la comunicación y la cultura en Argentina, las opciones las dan *Comunicación y cultura* desde una concepción latinoamericanista, *LENGUAjes*, desde la propuesta de fundar una ciencia nueva que no incluye a la ideología como herramienta epistemológica (a lo que se agrega una relectura del peronismo como posibilidad revolucionaria, que le concede a la crítica de signo nacionalista una nueva eficacia simbólica). Sobre esta última dice Sonderéguer: “entre las décadas de 1950 y 1960 toma forma una izquierda de raíz nacional que pretende formular una teoría y una estrategia para la revolución social a partir del análisis del

peronismo y de los rasgos específicos de la sociedad argentina a partir de su irrupción. Como esta particular evolución del pensamiento de izquierda debe confrontarse con una realidad marcada por la identidad peronista del movimiento obrero, la revisión de la historia, la liquidación de los mitos liberales y su sustitución por nuevos héroes nacionalistas, la tradición nacionalista será recuperada desde una perspectiva que procura relacionarla con la estructura y la lucha de clases.” (Sonderéguer, 2008: 15).

La crítica señala que el aporte original de los trabajos de Ford, Rivera y Romano al campo de la intelectualidad y luego al de la comunicación y la cultura, comprende la puesta en vigencia de ciertos elementos que estaban en retirada, como la genealogía de Raúl Scalabrini Ortiz, Fermín Chávez, Arturo Jauretche y Juan José Hernández Arregui. Pero principalmente, un estudio de los objetos producidos por la industria cultural desde una perspectiva no semiológica, histórica, teorizándolos como portadores de una cultura popular-nacional que las élites, tanto como la izquierda, habrían pasado por alto (Sarlo, 2001: 99). Los nuevos objetos de análisis de la “cultura de masas” definen un campo cultural donde se han quebrado los límites tradicionales de la crítica y la estética.

En el campo de la literatura, lugar del que provienen Ford, Rivera y Romano, encontramos en Uruguay una figura que en algún punto se acerca a esta formación: a Ángel Rama (1926-1983). Redactor y director de la sección “Literarias” del semanario *Marcha* entre 1959 y 1969, es definido por Gonzalo Aguilar (2010) como un “intelectual de la literatura”. Como “ese intelectual que desempeñándose originariamente como crítico literario se proyectó como figura pública legitimado por su capacidad para interpretar con un método y un arsenal conceptual sofisticados los textos literarios, y darles una significación social, cultural y eventualmente política” (Aguilar, 2010: 687). Rescatamos estas palabras de Ángel Rama al respecto de la cultura de los setenta: “como corresponde a períodos de brusca emergencia, se comprueba el avance registrado por la cultura dominada al asaltar las concepciones historicistas de sus señores, invirtiéndoles el signo: ha comenzado a construir antepasados ilustres propios, sacados de la nación, ha articulado un Parnaso, ha esbozado una ideología y hasta una escuela artística literaria, acciones que delatan el vigor con que trata de derrumbar las estructuras culturales del oficialismo” (Rama, 1983). Esta nueva generación de críticos construyen un canon literario alternativo e instalan la pregunta por la relación entre literatura y poder.

Particularmente con Ford, Rivera y Romano, tenemos una valorización novedosa en cuanto a los productos de la cultura masiva, ya no sólo con respecto a los géneros de la literatura popular, sino también a partir de los estudios sobre radioteatro, cine, tangos (estudiados por Romano y Ford). Hay algunas lecturas que hacen hincapié y coinciden en señalar que los estudios

sobre los objetos producidos por los medios masivos de comunicación son “inventados” en la Argentina a partir del trabajo de estos tres intelectuales. Que con el estudio de algunos géneros tradicionales de la cultura popular, estos autores se preocupan por otorgarles a esos objetos entidad autónoma y legítima (Sager, 2009: 166), tras haberse planteado como objetivo “la recuperación de una industria cultural considerada como parte de un patrimonio cultural propio que había sido menospreciada por la cultura de elite” (Rivera, 1987: 46-52), y según Alabarces (2008), en una clave populista y peronista –centralmente- jauretcheana (Alabarces, 2008). Que inauguran una concepción historiográfica a partir de incorporar como objetos de estudios algunos productos de la cultura masiva, reivindicando la construcción de una identidad propia y un patrimonio ignorado, una memoria histórica popular (Grimson y Varela, 2002: 157). Y que, desde esta perspectiva, los públicos no son vistos como receptores aislados, sino que se los piensa históricamente, como un colectivo²⁵ (Saintout, Ferrante, 2004). También, que la perspectiva de estos autores permite analizar y comprender los conflictos socioculturales, que resultan esquivos a las teorías hipodérmicas y de la manipulación, en ocasiones revitalizadas por una izquierda “bienpensante”. Desde esos lugares, al perder de vista el conflicto, se invisibilizan los actores sociales y su agenciamiento político (Grimson y Varela, 2002: 157).

Resulta provocativa la idea que proponen Grimson - Varela (2002) y Alabarces (2008) de que los estudios de Ford, Rivera y Romano son contemporáneos al nacimiento de los Estudios Culturales en Europa²⁶. Alabarces sostiene que con ellos se puede constatar una fundación anacrónica y periférica de los *cultural studies* pero: “sin su formalización, sin su repertorio de citas, como parte del clima intelectual extendido que incorporaba a Gramsci, simultáneamente, en las academias argentina e inglesa; sin las comodidades y la autonomía –y los financiamientos- de la academia anglosajona; pero con los mismos objetos [...] y los mismos sujetos; hipótesis similares; e inclusive, con trayectorias biográficas e intelectuales parecidas a las de los protagonistas ingleses” (Alabarces, 2008: 275). La situación periférica de las ciencias sociales de Argentina y América Latina en relación a los centros de estudios europeos, la denostación de *populistas* a estos trabajos, habrían determinado su olvido y que en América Latina en la década de los noventa se consolide la idea de

²⁵ De estos abordajes, *Neoliberalismo y comunicación de masa* de Heriberto Muraro (1974), es considerado por parte de la crítica como el trabajo más sistemático entre sus pares (Grimson y Varela, 2002; Saintout y Ferrante, 2004). Este autor revisa la teoría de la manipulación y discute los presupuestos de Paul Lazarsfeld y la *mass communication research* dentro de la sociología norteamericana, a partir de la experiencia política argentina respecto de la utilización de los medios. Reivindica una teoría histórica de los medios, discute que al público se lo conceptualice como una masa informe, y dice que los sujetos manipulados suelen tener intereses convergentes con los grandes monopolios. Relaciona el concepto de público con el de nación y clase.

²⁶ En Inglaterra, los Estudios Culturales son creados a partir de los trabajos de Hoggart (1957), Williams (1958), Thompson (1964) y Hall (1964). Su institucionalización data de 1964 a partir de la inauguración del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos en la Universidad de Birmingham.

unos Estudios Culturales Latinoamericanos, como un producto derivado del “original” (anglosajón), olvidando que la incorporación de los Estudios Culturales son contemporáneos al debate local.

Luego, desde otra lectura, encontramos a Beatriz Sarlo, una intelectual crítica que hace una fuerte recepción en Argentina de la Escuela de Frankfurt, maoísta en su juventud, que dice que Ford, Romano y Rivera: “reivindican objetos que parecían monopolizados por el análisis semiológico o la estética pop, para descubrir en ellos prácticas que, incluso cuando simulan responder a las leyes de la industria cultural, hablarían en verdad del pueblo; y ese pueblo, a su vez, hablaría –para quien sepa escucharlo- de la Nación, de la relación entre sectores populares y élites, en fin: del peronismo” (Sarlo, 2001: 99). Lo que se señala es el principio constructivo clásico del populismo: la asociación entre pueblo y Nación. Pero lo que no dice Sarlo²⁷ es que el populismo peronista opera como un mecanismo de inclusión de los sectores populares urbanos²⁸ a un proyecto de Nación. El peronismo completa el proceso iniciado con el irigoyenismo de la construcción de un sujeto político interpelado desde el Estado. Como dice Svampa: “el peronismo creó un lenguaje político capaz de dar expresión pública a la experiencia privada de los sectores públicos, lo que Daniel James siguiendo a Raymond Williams ha denominado ‘estructura del sentir’” (Svampa, 1997: 29). Se pasa de una ciudadanía pública (derecho al voto) a una ciudadanía completa, social (James, 1990). O, como dice Alabarces: “sectores hasta ese momento ilegítimos, vieron ampliada la esfera de su participación política en función de la ampliación de sus derechos y de la construcción social de su representación massmediática.” Y luego: “De esta manera, y aún con titubeos y contradicciones, el nacionalismo peronista se exhibe a la vez como una discursividad fundacional e inclusiva (una ‘nueva’ Nación, un nuevo ‘Pueblo’ que recupera una ‘popularidad’ históricamente determinada – básicamente, el irigoyenismo) y como una política, legible tanto en sus datos estructurales [...] como en sus datos simbólicos: la construcción poderosa de un nuevo ‘nosotros’, de gran eficacia interpeladora, y que no se sostiene, únicamente, en la apelación de los mecanismos de consenso autoritario” (Alabarces, 2001: 110).

Siguiendo el planteo de Alabarces, en tanto sociólogo “heredero” de esta formación intelectual, lo que hacen Ford, Rivera y Romano es reivindicar la industria cultural por considerarla parte de un proyecto productivo inclusivo. Por su parte, Sarlo estaría entendiendo que “la presencia fuerte de las industrias culturales en la vida cotidiana es consecuencia –en parte- de políticas

²⁷ Entendemos que desde su vieja afrenta contra ciertos sectores nacionalistas y líneas duras del Partido Comunista argentino encargados de impugnar el lugar clásico del intelectual (Wortman, 2002: 329).

²⁸ Pretendemos hacer hincapié en “urbanos”, ya que las políticas públicas del peronismo para con los sectores populares rurales y de comunidades originarias han sido desiguales en relación a aquellos –aunque poco estudiadas por la crítica y la historiografía-. Remitimos, por ejemplo, al documental *Octubre Pilagá* (2010), que retrata la matanza de indios Pilagá en Formosa, a manos de la Gendarmería Nacional en 1947.

económicas que tienen consecuencias culturales...” (Wortman, 2002: 334). Esto lo podríamos ver, por ejemplo, en esta cita:

La imprenta y, sobre todo, la alfabetización y constitución de públicos, el desarrollo de la industria editorial y de la prensa, ejercieron un efecto democratizador no sólo respecto de los contenidos culturales contemporáneos a estos fenómenos, sino también del conjunto de la herencia acumulada [...]. Hicieron posible una cultura popular escrita, con sus intelectuales propios... (Sarlo, 1992: 14).

Sarlo hace una reivindicación de los intelectuales orgánicos de las clases populares (como lo hacen Ford, Rivera y Romano en los sesenta y setenta), pero entendiendo que son las empresas las que -en parte- generan políticas culturales, cuando, por ejemplo, en un sentido habermasiano, las políticas culturales son pensadas como políticas públicas (Wortman, 2002: 334).

Un provisorio balance sobre estas lecturas nos deja un lugar firme para indagar en los trabajos de Ford, Rivera y Romano: acerca de la novedad del estudio de los productos de la industria cultural desde una clave historicista y literaria. Y, por otro lado, tenemos un terreno más empantanado, subterráneo en la crítica de Sarlo. La pregunta que queda planteada para todo populismo -señalada por Grignon y Passeron (1989)-, es: hasta dónde una revalorización de las culturas populares no niega su condición de subalternas. Ese populismo es aquel “para quien el sentido de las prácticas populares se cumple íntegramente en la felicidad monádica de la autosuficiencia simbólica” (Grignon y Passeron, 1989: 31). Nos preguntamos a partir de aquí, si Ford, Rivera y Romano, desde su populismo nacionalista, reactualizan solapadamente aquel tipo de populismo.

La literatura como herramienta para pensar una cultura nacional y popular

Rivera

Jorge Rivera (1935-2004) es el único de los intelectuales del campo (que tratamos en esta tesis) que no se forma en una carrera universitaria. Poeta, ensayista, crítico literario, periodista e investigador. Alabarces, por su parte, dice que Jorge Rivera se dedica a abandonar carreras universitarias, a la poesía, “al autodidactismo más desbordante”, y a la enseñanza de adultos (Alabarces, 2008: 266). Como dijimos, esa última experiencia lo encuentra con Romano y Ford, a partir del cual se arma “un

colectivo no demasiado estable, que comienza a aparecer individualmente o de a dos, -jamás firmarán un trabajo de a tres, hasta que juntos editen *Medios de comunicación y cultura popular* en 1985- en las publicaciones del Centro Editor de América latina que Ford ayuda a coordinar: las colecciones Capítulo (Historia de la Literatura Argentina), Biblioteca Básica Universal, Enciclopedia de la Literatura Argentina y Enciclopedia Literaria, Transformaciones en el Tercer Mundo, entre otras” (Alabarces, 2008: 266). Algunos de los objetos de estudio de Rivera son: la literatura gauchesca, el proceso de profesionalización del escritor, el folletín, los orígenes del tango, el humor gráfico, los juegos y fiestas tradicionales, las “literaturas marginales”, el campo de estudios de la comunicación y la cultura en Argentina. También realiza la selección y anotación del volumen *Poesía gauchesca* (1977), prologado por Ángel Rama.

Al folletín de corte nacionalista y la novela popular, Rivera lo estudia en los finales de los sesenta. Éste género, reconocido como el primer objeto cultural del que se apropian los sujetos populares, es menospreciado por la crítica literaria hasta esa década como género literario, dada su circulación en el mundo popular, la “baja calidad artística de su escritura” y la serialización del género, con el consiguiente borroneamiento de la figura del autor. Por su parte, la novela popular es resultado, generalmente, de la compilación de folletines publicados por entregas periódicas. En los países centrales el folletín es estudiado por Antonio Gramsci, Roland Barthes, Edgar Morin, Hauser, y las revistas *Bizarre*, *Cahiers du Sud*, *Communication* y *La Nef*. Rivera hace una recepción y registra para sí estos antecedentes, especialmente en *El folletín y la novela popular* (1968a), donde trabaja principalmente folletines y novelas populares europeas publicados entre 1830 y 1914. Sobre la aparición de estos productos, dice Rivera:

Dentro del esquema general de la cultura burguesa del siglo XIX, una zona en la cual la literatura se despoja de la sacralidad de la fruición estética para sumergirse en la sacralidad del mercado de consumo. La masa de nuevos lectores que irrumpe durante el primer cuarto del siglo como consecuencia de la creciente laicización de la literatura y de las transformaciones socioeconómicas provocadas por el ascenso de la burguesía, encuentra en la confluencia de novela y periodismo –precisamente en la *novela de folletín*- su expresión más propia y genuina (Rivera, 1968b: 10).

En *Eduardo Gutiérrez* (1967), Rivera estudia el folletín a partir de la figura del escritor argentino Eduardo Gutiérrez, escritor de *Juan Moreira* (una novela escrita como folletín entre 1878 y 1880), entre otros. Dice que el folletín manifiesta un conflicto social, un sentimiento nacional humillado por el proyecto oligárquico. Y, como señaló Virginia Bamonte (2006), “tanto Gutiérrez como Rivera plantean una discusión con los sectores que proponen los ‘límites’ entre lo que se

considera literatura y aquello que no lo es” (Bamonte, 2006: 154)²⁹. Encontramos estas reflexiones de Rivera, por ejemplo, aquí:

Gutiérrez decide en gran medida su estilo: comienza satisfaciendo el gusto por lo maravilloso, la necesidad de información, de reflexión, de explicación, de su público, pero como contrapartida significativa concluye ofreciendo también –a través de sus héroes demoníacos y estigmatizados- la visión de un mundo conflictual, de un universo –el de la sociedad argentina que se precipita hacia la crisis del ‘90- escindido entre los polos de la estabilidad y la inestabilidad (Rivera, 1967).

En el recorte del pasado de Rivera hay una reivindicación de las dignidades populares que van a contrapelo de la cultura dominante y, por otro lado, una nostalgia por un género que, al decir de Rivera, todavía persiste en los nuevos medios de comunicación “más aptos para la expresión de necesidades inconfundiblemente epocales” (Rivera, 1968a, 63). En términos de Williams (1982) estaríamos hablando de elementos residuales que conviven en la radio y en la televisión, “señalando la continuidad de una sustancia épica común” (Rivera, 1968a: 63).

Pero Rivera no está solo en la empresa de interpelar a un público más amplio y cuestionar los lugares comunes del imaginario social y los cánones literarios. Es parte de lo que Gonzalo Aguilar denomina “intelectual de la literatura”, un producto de la confluencia de ciertos factores que en América Latina surgieron hacia mediados del siglo XX: “consolidación y modernización de las universidades como productoras de un saber humanístico; crecimiento del mercado de los bienes simbólicos y acceso a la lectura de nuevos grupos sociales; radicalización política de los sectores medios; surgimiento de una disciplina específica –la crítica literaria- con pretensiones de científicidad, y el protagonismo cada vez mayor que desempeñaron las ficciones narrativas en la definición de una identidad latinoamericana” (Aguilar, 2010: 685). Encontramos en el siguiente fragmento de Rivera un ejemplo condensador de lo dicho:

Se nos objetará, tal vez, que este rodeo es ocioso y que lo que llamamos *novela popular* es lisa y llanamente, literatura de segundo o de tercer orden, reducción comercializada y trivial del modelo romántico y, con mayor frecuencia, simplemente mala literatura. Inclusive algún lector en trance de purismo sociológico nos reprochará que el empleo de la palabra popular sólo contribuye a profundizar un equívoco que en nada beneficia a las partes.

Tales objeciones son justas parcialmente, en primer término porque las *jerarquizaciones* están condicionadas al carácter polisémico de la obra y en tal sentido tanto la historia como la sociología de la literatura nos demuestran la inestabilidad fundamental de ciertas prioridades... (Rivera, 1968a: 9).

²⁹ Bamonte por otra parte recupera el trabajo del Centro Editor de América Latina como propuesta que vino a discutir, así como Gutiérrez y Rivera, el lugar de la literatura en relación a los sectores populares.

Hay un desplazamiento del intelectual hacia la búsqueda de un público que ya no es sólo el académico, sino uno más amplio, de origen popular. En este punto, la figura de Rivera se acerca a la del crítico uruguayo: a contrapelo del *status quo*, sin provenir de la academia, trabajan la relación de la literatura y el poder. Y sobre la crítica y el aporte de Rivera con respecto a los cánones literarios, encontramos que es un correlato de lo que Aguilar (2010) llama, para Rama y el brasileño Antonio Cândido, “*construcción de linajes alternativos*” (Aguilar, 2010: 697). Con esto se quiere dar cuenta de “la posibilidad de construir relatos alternativos a los de la formación nacional y darle consistencia a lo que Antonio Gramsci –por entonces muy leído por Rama– denominó ‘historia disgregada y episódica de los grupos sociales subalternos’” (Aguilar, 2010: 697).

Romano

Eduardo Romano (1938) es poeta, periodista, investigador y crítico literario. De los tres, es el que hace la trayectoria académica más sistemática. Egresado de la carrera de Letras de la Facultad de Filosofía y Letras de la U.B.A., allí ejerce la docencia en períodos intermitentes. También da clases en la Universidad Nacional de Rosario, en instituciones de enseñanza media y terciaria. A principios de los setenta indaga sobre poesía popular argentina y cultura popular. En este intelectual, como en Rivera, encontramos una pregunta por lo literario en relación al poder. Romano se pregunta por los géneros literarios populares, pero también utiliza las herramientas de análisis que le provee la literatura para pensar en otros soportes. En los casos que analizamos, abre el campo de estudios a géneros que tienen que ver con la oralidad.

El eje de Eduardo Romano en “La cultura popular del peronismo” es pensar la disputa entre el nacionalismo y la cultura culta, a la luz de la irrupción del peronismo. El elitismo conservadorista es acusado de identificar a *la* cultura con la cultura de la clase dominante, de sostenerse en la legitimidad de la escritura, de copiar “modelos externos” y de procurar mantener un sistema cultural instituido, estanco, fuera de lo cual reinaría la “incultura”. Ese enemigo toma la forma, según el contexto, de “las oligarquías nativas y portuarias”, los “izquierdistas” (socialistas y comunistas), ciertos “profesores de la escuela pública”, y el “gorilismo contrarrevolucionario instaurado a partir de 1955”, heredero intelectual de aquellos guardines y propietarios de la cultura letrada tradicional. Por otra parte, para Romano, la cultura popular es hispanoamericana. Está

compuesta por el mestizaje cultural y biológico de los elementos hispánicos “de carácter folklórico” (que se comunican por “canales de la transmisión oral directa”) y los elementos nativos:

Sobre la base de su saber tradicional (cuentos, poesías, refranes, adivinanzas, prácticas, fórmulas, cantos y danzas, etc.), más numerosos aportes aislados de las agredidas culturas precolombinas, nació y creció el acervo folklórico hispanoamericano, que significó, a lo largo del siglo XIX, el principal frontón contra el cosmopolitismo antihispánico y modernizador de las oligarquías nativas (Romano, 1973: 12)

A partir de ese pasaje es posible advertir que el repertorio de bienes enumerados de la cultura hispánica es más denso y más complejo que el “aporte aislado” de las “culturas precolombinas”. Esto nos pone sobre la pista de que hay una miserabilización de los bienes de las culturas nativas, y que eso está en consonancia con la invisibilización del problema del indigenismo para la intelectualidad del peronismo.

Bien; para entender la disputa entre culturas planteada por Romano, es necesario ir hacia la constitución del “problema” de la cultura tradicional en Argentina. Esto es, cuando la cultura letrada es puesta en crisis ante la llegada masiva de inmigrantes hacia finales del siglo XIX. Entre 1890 y 1930 se registra como uno de los grandes temas de nuestra historia cultural, el desencanto de la clase dominante. En ese período los agentes del campo intelectual -hegemonizado por la literatura-, comienzan a darse la función de preservar la lengua. La figura del escritor pasa a ser la del “guardián del lenguaje” (Piglia, 1993). Por ejemplo, Estanislao Zeballos decía: “nuestra lengua madre es contaminada y el pueblo habla un verdadero dialecto formado por elementos universales” (citado en Piglia, 1993: 30). Cuando Zeballos habla del pueblo está remitiendo a la concepción “elitista” de lo popular; en este caso definida por Martín-Barbero (2002) así: “La invocación al pueblo legitima el poder de la burguesía en la exacta medida en que esa invocación articula su exclusión de la cultura, esto es, la identificación de lo popular con lo inculto. Lo popular se configura así, como la identidad refleja de lo constituido, no por lo que es, sino por lo que le falta” (Barbero, 2002: 49). O, en términos de Pierre Bourdieu (1988): los que deciden lo que es legítimo o ilegítimo son los que tienen el capital legítimo.

Para los nacional-populistas, la figura del intelectual hasta mediados del siglo XIX está relacionada con la del “rentista”, que alude a la relación entre lengua y propiedad de la tierra. El ejemplo que da Romano es el de Esteban Echeverría, un intelectual caracterizado en la historiografía a partir de su anti-rosismo. Romano encuentra su figura entre la del ganadero y el escritor; y dice que es injusto llamar “poeta nacional” a un “protoburgués criollo” y al “primer poeta de la élite portuaria” (Romano, 1973; 13). Por su parte, Piglia (1993) dice que quien mejor representa la función de custodio y propietario del lenguaje en una clave nacionalista -y por ello quien mejor se

configuraría como enemigo de un populismo nacionalista- es Leopoldo Lugones. Este intelectual reivindica hacia comienzos del siglo XX el género gauchesco, y dice: “La posesión del idioma es esencial en la constitución de la patria”, además: “La uniformidad del idioma expresa la solidaridad espiritual de la nación. Me opongo a la demagógica pretensión que atribuye al uso de la plebe una importancia capital en la formación del idioma. Porque no hay tal. Todo idioma es obra de cultura realizada por los cultos. La corrección del idioma figura siempre entre los deberes de la aristocracia porque es un elemento importante del patrimonio nacional” (citado en Piglia, 1993: 31).

Pero también, cambios sociales, políticos y culturales generan, entre otras cosas, la irrupción de la generación del '30, que debate la idea de que la nación es sólo una realización acabada del proyecto y la acción de los miembros de la generación de 1837 (Sarmiento, Alberdi). Desde la perspectiva de Romano, el monopolio de la enunciación de la cultura “letrada” encuentra un rival: una industria cultural beneficiada por la acción alfabetizadora y democratizadora de la escuela pública. Sobre esta situación, Romano dice –también Ford y Rivera-, pioneramente en el campo cultural argentino, que esa industria cultural colabora con la socialización urbana de vastos contingentes de sectores populares, que pluraliza los enunciadores rompiendo con la hegemonía elitista, que fractura la igualación de la cultura con el libro, y con ello, que se abre la legitimación de bienes hacia otras formas culturales.

Hay un conflicto que -solapada o explícitamente- plantea Romano entre la oralidad y la escritura. Este se inicia con la circulación de la “literatura popular oral” a partir de la “poesía gauchesca”, que viene a disputar la legitimidad de la literatura “cultura” para unos pocos. Dice Romano:

La literatura debe ser escrita aunque la *lean* pocos. Contrariamente, sobre el sustrato de nuestra poesía folklórica, una serie de poetas individuales delinean la respuesta adecuada al desplante elitista de sus colegas. Me refiero a esa poesía que no sin mala intención se ha llamado “gauchesca”, para disimular el eje de su contradicción cuestionadora del sistema cultural dependiente en formación. La que se inicia con los Cielitos de Bartolomé Hidalgo, hacia 1813, y culmina con *El gaucho Martín Fierro*, en 1872. Una literatura que, significativamente, no se manifiesta a través del libro, sino mediante hojas sueltas o folletos que luego, en las pulperías, rehacen rápido su camino hacia la comunicación *oral, leídas o recitadas* por algún gaucho alfabeto para todos los demás. Esta contradicción entre literatura popular oral y literatura escrita de la élite, si bien sufre cambios sustanciales a lo largo de un siglo y medio, sigue vigente aún hoy día... (Romano, 1973: 14).

La poesía gauchesca aparece en 1810 como un género literario novedoso, que produce el pasaje de un sujeto político-social a uno cultural. Está compuesta por textos en verso y rimados, con métrica típica de la poesía popular en español (los versos de ocho sílabas), destinados a la agitación política

contra los españoles, inicialmente, y contra los adversarios internos, cuando la guerra de la independencia se transformó en guerra civil (Alabarces, 2001: 82). Josefina Ludmer (2000 [1989]) define a la poesía gauchesca como un *usó* letrado de la cultura popular. Dice: “El escritor del género (gauchesco) usó las posiciones y tonos de la voz del gaucho para escribirlo, y en ese mismo momento le dio la voz al gaucho” (Ludmer, 2000: 9). Y más adelante: “Estas textualidades específicamente latinoamericanas hacen pensar que la literatura, cuando trabaja a dos voces, las funde de modo inmediato. Funde lo político y lo cultural porque funde los lenguajes con relaciones sociales de poder. Y porque no hay relación entre culturas sin política porque entre ellas no hay sino guerra o alianza...” (Ludmer, 2000: 11). Lo que dice Ludmer es que, en la gauchesca, a comienzos del siglo XIX, se da una alianza entre lo culto y lo popular. Alianza que se repite en los populismos del siglo XX.

Luego, la reivindicación de Romano hacia el mundo de la oralidad (como alternativa a la hegemonía de la escritura), reaparece en la celebración que hace Romano hacia los trabajadores y artistas de la radiofonía argentina (que tuvo su momento de mayor éxito entre 1930 y 1955). También lo vemos en otro artículo, “¿Existió el ‘escritor’ de radioteatro?”, pero esta vez introduciendo a la televisión (oralidad, y sobre todo, imágenes), como elemento negativo. Lo vemos en el siguiente pasaje:

No suponemos aún de un mínimo balance de lo que el fenómeno radioteatral significó dentro de nuestra cultura popular, al menos en su momento de mayor auge, entre 1930 y 1955 aproximadamente. Hoy sólo sobrevive en forma esporádica y en algunas radioemisoras del interior. Pero en aquellos años no tuvo de hecho competencia y, antes de que la televisión se inmiscuyera en nuestros hogares, llevó gruesas ondas de fantasía, sentimentalismo y aun enseñanzas hasta la mesa familiar en que compartíamos el almuerzo o la cena, a la modesta mesa de cocina en que los más chicos tomábamos “la leche” y nos emocionábamos con las aventuras de Tarzán y de Simón Templar, “el Santo”. Tan enorme vigencia, como suele ocurrir, alejó en vez de acercar al fenómeno a quienes podían explicarlo y evaluarlo, porque una curiosa ley parece regir nuestros “estudios”: sólo lo que es patrimonio de exclusivas minorías y no excede el circuito “cultivado” es legítimo y digno de mención, reflexión y análisis (Romano, 1985 [1981]: 53)³⁰.

Y en “Cortez y Serrat: ¿Cantautores de consumo o auténticos poetas?” (1985 [1981]) Romano también piensa los contactos y distancias entre literatura y oralidad. Aquí, antes que la nostalgia por un pasado perdido, como sobrevuela en el artículo anterior, hay un esfuerzo de Romano por superar la idea de que la poesía que circula en el mercado, se vulgariza. Al introducir el problema de la industria cultural y el consumo, le resulta más complicado reivindicar el producto masivo en relación

³⁰ Según su autor, escrito en 1976 (Romano, 1985: 53).

al bien letrado. Pero finalmente, dice que, si la poesía escrita circula en los medios masivos a partir de la oralidad, se produce una democratización de los objetos cultos. Y allí, para Romano, juegan un papel importante los intelectuales mediadores de la industria cultural.

Ford

Encontramos en Aníbal Ford a un investigador universitario, escritor de ficción, periodista y militante del partido peronista. A un intelectual cuya principal característica es su doble vinculación entre la cultura del peronismo (tan peleada con la tradición académica) y su vocación letrada. En sus análisis (así como en Romano y Rivera), encontramos la literatura como herramienta interpretativa de procesos sociales, culturales y políticos. Su obra recorre diversas líneas: el análisis de medios, la literatura y la cultura de masas, el proceso de desertización en el oeste pampeano, el problema de la identidad nacional, la comunicación, las nuevas tecnologías de la información y la cultura popular. Se recibe como profesor en Letras en la U.B.A.. Y de la misma institución, es profesor titular de *Introducción a la Literatura* en 1973 y de *Teoría de la comunicación y la cultura* a partir de 1984 (hasta su muerte en 2009). Da cursos para educadores de adultos en Extensión Universitaria (1963 y 1964) y para adultos en el Servicio Social de la Secretaría de Obras Públicas. Dirige colecciones en Eudeba – desde su fundación hasta 1966- y en el Centro Editor de América Latina –desde su fundación hasta 1969-. Durante la última dictadura militar trabaja en una fábrica de productos químicos como director de proyectos.

En este apartado analizamos un artículo que escapa de la lógica de los otros que vimos. Se trata de una especie de manifiesto: el intelectual, junto al pueblo, debe alimentar la conciencia nacional y popular. “Cultura dominante y cultura popular” (1985 [1972]), según manifiestan Rivera y Romano, es una respuesta de Ford “a una encuesta realizada por Jorge Lafforgue (1972) sobre la función de la crítica porque en ella están sintetizadas las tesis básicas que informaban, hacia esa fecha, nuestras exploraciones”. Es el artículo más político de la serie de la época de esta formación intelectual triádica. El artículo arranca con esta definición:

Pienso que el trabajo crítico debe ser un trabajo de afirmación de la conciencia nacional y popular, una forma de enfrentamiento con la cultura oligárquica y el imperialismo. [...] Es decir, por un lado, como ataque a la cultura dominante, a la cultura reproductora del sistema elitista y dependiente, naturalizadora y confirmadora del orden existente, a la cultura de la apropiación, de la reificación, de la alienación, de la mitificación, de la represión, etc. Por otro lado, como afirmación y exploración de los procesos que se oponen a la cultura dominante, a esas formas culturales que a pesar de estar sometidas a la expropiación, a la recuperación

desdialectizadora, a la represión, fueron o van formando, junto a las otras luchas, una conciencia nacional y popular (Ford, 1985 [1972]: 20).

Ford se encarga de definir, para esta formación, que el movimiento capaz de oponerle una resistencia a la cultura dominante es la cultura popular. Pero que lo popular sólo tiene sentido cuando es incorporado a una idea de Nación. Por eso se habla en otros artículos de “nuestra” cultura popular, o de “nosotros”. Se trata de incluir las formas culturales populares al acervo de la cultura nacional y tomarlas como propias, de hacerlas “nuestras”. Para Ford el *corpus* de esa cultura nacional-popular, es:

complejo, contradictorio y en gran parte perdido, puede ser explorado en fenómenos diversos, que van de la producción de los marginados a los pensadores nacionalistas y revisionistas, de las lecturas de los medios de comunicación que hace el proletariado industrial a las manifestaciones populares, de los payadores anarquistas y radicales a los ídolos de la etapa peronista, del proteccionismo cultural a la producción de los intelectuales marginados o insertos en la industria cultural, de la vida cotidiana y las organizaciones de barrio al carbón y la tiza, del periodismo obrero al periodismo de denuncia, del cine populista al cine de liberación... (Ford, 1985 [1972]: 22).

Produce una identificación e igualación de los términos “nacional” y “popular”. Luego, Ford dice que, para interpretar a esa cultura nacional y popular, hay que hacer un análisis de la historia argentina sin recurrir a la importación mecánica de tesis generadas en otros países. No es casual que de todos los intelectuales del campo de la comunicación y la cultura que reconocemos en esta tesis, Ford, Rivera y Romano –en el período recortado para ellos -, no se interesen por tejer redes con intelectuales de otros países³¹. El compromiso es político, y la militancia se ejerce en el territorio donde se intenta modificar el estado de cosas. Por eso el intelectual tiene un lazo particular con el sujeto popular: cuanto más cerca está del pueblo, mejor. Y si la cultura del pueblo tiene un carácter oral, no letrado, el intelectual toma contacto, de todas formas con esa cultura. Por ejemplo, Ford en enero de 1976 participa de la proyección de un film en un pueblo. Aquí, un fragmento de sus reflexiones:

Pensábamos que era importante el apoyo dado por el gobierno de La Pampa a este proyecto de rescate de la propia cultura de la provincia. Que era importante que *Cochengo Miranda* (film de Jorge Prelorán, nota nuestra)

³¹ La aclaración del “período recortado” es porque cuando Ford, Rivera y Romano, luego de la dictadura se insertan nuevamente en el campo de la comunicación y la cultura –principalmente en la U.B.A.-, sí tejen relaciones con otros intelectuales. Por ejemplo, con Martín-Barbero y García Canclini, los intelectuales-faro del campo luego de los ochenta.

se diera ahí, en El Boitano, como algo que no era de Prelorán sino de todos los hombres y mujeres del oeste. Que era importante esa fiesta en una zona sin fiestas. Y que todo esto era un aporte para ese proyecto político cultural que con tantos inconvenientes se viene articulando desde abajo en la Argentina. Ese proyecto atacado diariamente por su respeto por las clases populares y por reconocer en la cultura de ellas –por su impronta solidaria, su concepción global y humanista, su profundo sentido crítico, su integración en la vida cotidiana, su carácter de vivida y no de leída- las matrices de una verdadera cultura nacional (Ford, 1985 [1976]: 297-298)³²

En Ford encontramos insistentemente el lugar privilegiado del Estado para remedar las diferencias y desigualdades que marginan a los sectores populares. Y un Estado que apuesta a los progresos materiales, al aparato productivo y las nuevas tecnologías. La cultura del peronismo para Ford está relacionada con la del trabajo, y sostiene la idea de que los sujetos que transformarán la Nación en algo mejor, son los de la clase obrera industrial. Por ello, el intelectual que concibe Ford (así como Rivera y Romano), está peleado con el que reivindica la distinción de una “élite” intelectual (y que irá perdiendo peso desde los sesenta hasta el final de siglo XX). Al intelectual, Ford lo defiende desde la cultura del trabajo: como investigador, periodista, como director de proyectos en una fábrica de productos químicos durante la dictadura militar. Ford atribuye al intelectual, en el capitalismo de Estado, el lugar de la transformación de los bienes, de la invención. Si en Romano y Rivera hay una reivindicación de los trabajadores de la industria cultural como mediadores y representantes de las problemáticas de los sectores populares, en Ford (desde su militancia peronista) hay directamente una reivindicación del trabajador³³. Uno de sus trabajos más conocidos por la época es el retrato y la recuperación de la figura de Homero Manzi, cantautor de tangos y miembro de F.O.R.J.A..

Ford manifiesta en 1994 que nunca pudo diferenciar la literatura de otros quehaceres, y pone en entredicho, así, la posibilidad de la autonomía del campo. En los años que seguirán al

³² Este es un fragmento de un artículo publicado por Ford en *Crisis*, a la vez que forma parte de un conjunto de viajes hacia el interior del país y relatos. Del análisis se destaca el acercamiento del intelectual hacia los sectores populares, en este caso rurales, pero que están siendo mediados por el dispositivo cinematográfico.

³³ Y aquí queremos plantear una certera duda y una posible hipótesis que podría ser trabajada en otro lugar, y es que para Ford quien mejor saturaría la figura del “mediador” sería Eva Duarte de Perón. Pensamos esta línea a partir de varias pistas: Evita emergió a la escena pública como “obrero” de la industria cultural y representó a la cultura popular en la cultura de masas; quien en el primer gobierno de Perón lideró simbólicamente la reivindicación culturalista de los sectores populares, oficiando de intermediaria entre el líder y las masas; y quien otorgó a los sectores populares más subalternos, las mujeres, el estatuto completo de ciudadanía. Hay que señalar que habría en la producción intelectual otra lectura de Evita; estamos pensando en “Esa mujer”. Pero en el cuento de Rodolfo Walsh (1966), que es leído por Ricardo Piglia (2001) como un debate entre un intelectual y el Estado por lo popular, la figura de Evita encarna lo popular como objeto de deseo. Esto nos conduciría a confirmar de alguna forma la hipótesis de este trabajo, y es que en Ford, Rivera y Romano no hay un debate con el Estado, sino una reivindicación de lo actuado por él. Y ellos, contrariamente a Walsh (y a *Comunicación y cultura*, como vimos) no están concibiendo a lo popular como destino, sino como consagración histórica, que perdura positivamente en el imaginario social de un nacionalismo popular y que a partir de allí resulta útil para legitimar una posición presente.

retorno democrático, encontramos a Ford cada vez más desencantado con la política, hasta que, cuando asume Carlos Menem a la presidencia, abandona la militancia del partido peronista. Pero desde su lugar en la carrera de Comunicación de la U.B.A., se preocupa y ocupa de las transformaciones tecnológicas en el ámbito de la comunicación que modifican las vidas de las personas. La matriz sigue siendo la misma: la confianza en la productividad. Ford, hasta su muerte en 2009, es un moderno, sigue confiando en la política y en el progreso material.

Una crítica frankfurtiana para Ford, Rivera y Romano

En los trabajos seleccionados de Ford, Rivera y Romano, producidos entre finales de los sesenta y principios de los setenta, encontramos la cultura pensada como un campo de lucha por la hegemonía. Una cultura popular que negocia sentidos con (y en) la cultura masiva, construyendo una contracultura. Una alianza –que es temporal- entre la cultura dominante y la cultura popular. Unos intelectuales de clase media o popular –los “pequeños letrados”- que contribuyen a producir mecanismos inclusivos de las clases populares mediante su representación positiva en los medios. Y pensamos en Anderson cuando dice: “La incorporación al proyecto de industrialización de los sectores populares requirió de mecanismos culturales para elaborar un nuevo significado comunitario de nación” (Anderson, 1991: 101). Ante la necesidad de incluir simbólicamente a una idea de nación a vastos contingentes de sectores populares, lo que los intelectuales mediadores producen, es una administración del conflicto. Los intelectuales “representantes de la aristocracia” dejan de ser los únicos dueños de las representaciones sociales. La producción de ese bien simbólico pasa a estar disputado con los intelectuales provenientes de las clases populares o medias, quienes son llamados “mediadores”. Autores de historietas, redactores de libretos radiales, de radionovelas, tiras humorísticas, canciones, guiones de cine, folletines. Muchos, hijos de inmigrantes alfabetizados por la escuela pública quienes, a partir de la necesidad de la industria cultural de contar con profesionales dedicados a producir objetos culturales, encuentran una nueva forma de subsistencia. A la vez que producen nuevas representaciones de las culturas populares, democratizando y poniendo en escena otras alternativas culturales.

Ford, Rivera y Romano, intelectuales formados en la literatura e identificados con el movimiento peronista, también construyen una especie de contracultura cuando proponen linajes y bienes culturales alternativos. Hay una refuncionalización del mito fundante de la cultura peronista

“Alpargatas sí, libros no”. En particular, Ford y Romano, trabajan la apertura del repertorio de bienes legítimos hacia formas culturales que desbordan lo literario, como la cultura de la oralidad y de la imagen. Trabajan los tangos, programas de radios, películas, guiones de cine, tiras cómicas, que pasan a conformar parte de los bienes de la cultura nacional y popular. En Rivera esto está un poco más matizado, ya que le interesa sostener la literatura como espacio legítimo de la cultura. Desde su reivindicación del escritor de folletín –y en años posteriores hacia otras formas literarias populares-, no hace más que sostener la legitimidad de la cultura letrada, pero esta vez, abriendo el espacio hacia géneros hasta ese momento descartados por el canon y marginados en el campo. Pero en los tres, desde su formación en las letras, hay una preocupación por difundir obras letradas hacia un público más amplio –lo vemos por ejemplo en su participación del Centro Editor de América Latina-, y por utilizar herramientas de la crítica literaria para sostener otros tipos de discursos, más cercanos al político. Y desde esta posición intelectual, eminentemente política, es necesario construir un adversario. Por ello la retórica del “nosotros”, en contraste con un “ellos”, representado por la cultura “elitista”, “dominante”, “oligárquica”, o “letrada”.

Como vemos, hay en esta formación intelectual múltiples y repetidas reivindicaciones hacia figuras “mediadoras” de la cultura popular. Algunos años después, Sarlo, también hace lo suyo, incluso casi recortando el mismo momento histórico. Pero mientras que Ford, Rivera y Romano construyen como “intelectuales mediadores” a los trabajadores de la industria cultural (por ejemplo, escritores de folletines, trabajadores de la radiofonía, cantautores), Sarlo reivindica como “mediadores culturales” a los maestros de la escuela pública (Sarlo, 1992, 1996, 1997). Así, encontramos dos reivindicaciones sobre cultura popular y masiva diferentes y que –desde las perspectivas en que son construidas- chocan: la cultura de los medios de comunicación por un lado, y la cultura letrada de la escuela pública, por otro. La masividad de los bienes de la industria cultural, y la masividad de los bienes de la escuela pública. Dos dispositivos culturales (contemporáneos desde fines del siglo XIX en la Argentina) que se han configurado en diferentes relaciones según el momento histórico. A la vez, hay que tener en cuenta, que, más allá de la retórica política de construcción de adversarios, Ford, Rivera y Romano no descartan al libro como difusor de una conciencia nacional y popular. Sí le quitan el aura redentor del arte y lo ponen al nivel de otros bienes producidos por la industria cultural. Por ejemplo, al editar obras de la literatura clásica en formato fascicular en el Centro Editor de América latina.

Y ahora nos preguntamos: ¿a quién pretenden incluir Ford, Rivera y Romano, a veinte años del primer gobierno peronista? Entendemos que hasta ese momento no se registra en el ámbito de la crítica literaria un lugar legítimo para pensar estos objetos, más allá de la denuncia ideológica o abordados desde la semiótica de corte veroniana. Al pensar la disputa cultural en términos

históricos, se funda una legitimidad intelectual particular: en el reenvío al pasado se confiere sentido a las pugnas del presente, pretendiendo instalar una tradición que garantiza, además, su valor hacia el futuro (Sondéreguer, 2008: 10). Esta operación es novedosa en los sesenta y setenta, al proponer un discurso alternativo a *LENGUAjes.* y a *Comunicación y cultura.*

Desde esta concepción, los tiempos y dispositivos de las culturas populares y masivas son distintos. Y tenemos una hipótesis: los medios de comunicación son pensados como un espacio de la cultura dominante donde se articulan los discursos –o las narrativas- de lo popular en un momento determinado. En otro plano, los lugares de la cultura popular donde se comparten las narrativas, son los bailes populares, las lecturas de folletines multiplicadas al pasarse de mano en mano, las audiciones de radio compartidas por un auditorio que supera la escucha individual. Esto es, el lugar de la cultura popular para Ford, Rivera y Romano, no deja de ser el de la cotidianeidad, y su rol, el de consumidora de productos culturales.

Entendemos que para estos intelectuales lo popular no es un destino de llegada como lo era para *Comunicación y cultura.* Para ellos lo popular tiene su momento de consagración en la historia y en el pueblo argentino. Nos hablan de una alianza entre la literatura y la oralidad y de la importancia de la figura del mediador, donde por posición de miradas ellos se prefiguran como aquello que miran. También ellos son “intelectuales mediadores”, al proponer los productos de los medios de comunicación –portadores de cultura popular- como un objeto de estudio legítimo dentro del campo intelectual nacional. Ford, Rivera y Romano –pioneramente en el campo intelectual- inscriben positivamente a la cultura de los sectores populares *dentro* de la historia cultural argentina a partir de sus trabajos sobre objetos de la cultura de masas.

Ford, Rivera y Romano contribuyen a la construcción de un nuevo Parnaso para la cultura nacional, otorgando visibilidad a los intelectuales orgánicos de la cultura popular que actúan en los inicios de la industria cultural nacional, pergeñando una idea de industria asociada positivamente a la figura del obrero y, progresivamente, una identificación del intelectual como obrero. En el recorrido histórico por el campo, con la excepción de Jesús Martín-Barbero, ésta es la única vez que nos encontramos con reivindicaciones de intelectuales mediadores en contextos locales o nacionales: aquellos provenientes de los sectores populares que representan a la cultura popular en los productos de una industria cultural. Industria que (respondiendo a la lógica mercantil, pero) como parte de un proyecto estatal inclusivo, negocia sentidos con las clases populares, produciéndose allí la administración del conflicto entre las culturas.

Balance

Vemos que en el trabajo de esta formación intelectual -para el período recortado- no se hace una reivindicación de las culturas populares olvidando su subalternidad respecto a la cultura dominante. Más allá de algunas contradicciones que entendemos tienen que ver con la exaltación de ciertos rasgos, no se realiza una legitimación simbólica autosuficiente de la cultura popular, ya que se la analiza en relación a dispositivos culturales hegemónicos, en este caso la industria cultural, y en el contexto histórico de la emergencia de la alianza de clases del peronismo y la inclusión simbólica de los sectores populares. Pero, es necesario decirlo, esta teoría hace agua si intenta mantenerse como un concepto transhistórico, si se la traslada a otro contexto. Y es que cada momento histórico configura particulares relaciones entre sus dispositivos culturales. Por ejemplo, la reivindicación de la industria cultural como agente socializador e inclusivo de sectores populares encuentra obstáculos si se la trasladada sin más a contextos que exceden los años cincuenta. Y es que estamos pensando en que la industria cultural entre los años '20 y '50, no compite con la escuela pública. Es con respecto a ésta, un agente de socialización de segunda. Y aquí estamos pensando en Sarlo, que destaca en sus análisis el poder de la escuela como máquina cultural democrática, como dispositivo creador de narraciones identitarias, como por ejemplo *m'hijo el doctor*, el mito del ascenso social a partir de la pertenencia al sistema educativo. Pero luego, cuando la escuela pública pierde su poder simbólico, el de la industria cultural pasa a ser otro. Ya no cuenta con dispositivos culturales que le disputan seriamente el poder de producir representaciones y discursos.

En *Una modernidad periférica* (1988), Sarlo tematiza el desarrollo cultural de Buenos Aires, tanto a partir de la proliferación temprana de industrias culturales, como de la conformación de un espacio público de la cultura y fundamentalmente de públicos consumidores de cultura (diarios, editoriales de partidos políticos, ediciones de bolsillo de la literatura universal). La existencia de un público alfabetizado, hace posible la existencia de este escenario cultural (Sarlo, 1991). Sarlo, en los noventa, teniendo como horizonte el rol de los medios de comunicación en ese contexto, puede hacer una reivindicación histórica de la cultura popular desde una fuerte valorización de la cultura letrada y del rol democratizador de bienes legítimos de la escuela pública. En los setenta -veinte años antes-, Ford, Rivera y Romano valorizan la cultura popular del pasado legitimando las luchas de los obreros del movimiento peronista. El desencuentro parece estar en que Sarlo piensa en la democratización de los bienes legítimos, mientras que Ford, Rivera y Romano piensan en la posibilidad de incluir otros, no legítimos.

Fuentes primarias:

Ford, Aníbal (1985). “Cultura dominante y cultura popular”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo. *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.

----- (1985 [1971]). “Homero Manzi en el umbral de F. O. R. J. A.”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo. *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.

Rivera, Jorge (1967). *Eduardo Gutiérrez*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

----- (1968a). *El folletín y la novela popular*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

Romano, Eduardo (1973). “Apuntes sobre cultura popular y peronismo”, en AA.VV. *La cultura popular del peronismo*, Buenos Aires, Cimarrón.

----- (1985 [1981]). “Cortez y Serrat: ¿cantautores de consumo o auténticos poetas?”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo. *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.

----- (1985 [1976]). “¿Existió el ‘escritor’ de radioteatro?”, en Ford, Aníbal - Rivera, Jorge - Romano, Eduardo. *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.

Sarlo, Beatriz (julio-agosto/1984). “Argentina, 1984: la cultura en el proceso democrático”, en *Nueva sociedad*, Caracas, N° 73.

----- (1988). *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión.

----- (agosto/1996). “Retomar el debate”, en *Punto de vista*, Buenos Aires, N° 55.

----- (1997). *La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas*, Buenos Aires, Ariel.

----- (2001). “Historiadores, sociólogos, intelectuales”, en *La batalla de las ideas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel.

Fuentes secundarias:

Alabarces, Pablo (2001). *Fútbol y Patria: deporte, narrativas nacionales e identidades en la Argentina, 1920-1998*, Tesis doctoral, Mimeo, Inglaterra, University of Brighton.

----- -en colaboración con Valeria Añón- (2008). “Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina”, en Alabarces, Pablo; Rodríguez, María Graciela (comp). *Resistencias y mediaciones*, Buenos Aires, Paidós.

Altamirano, Carlos (2005). “Intelectuales y pueblo”, en *Para un programa de historia intelectual y otros ensayos*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, Fondo de Cultura Económico.

Bamonte, Virginia (2006). “El folletín de Gutiérrez desde Rivera: dos gestos similares”, en Bueno, Mónica – Taroncher, Miguel. *Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Bourdieu, Pierre (1988). “Los usos del pueblo”, en *Cosas dichas*, Barcelona, Gedisa.

Gramsci, Antonio (1972a). *Cultura y literatura*, Barcelona, Península.

- (1972b). *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Grimson**, Alejandro; **Varela**, Mirta (2002). “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, en Mato, D. (coord): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) Y CEAP, FACES, Universidad central de Venezuela.
- Hall**, Stuart- **Whannel**, Paddy (1964). *The popular arts*, Londres, Hutchinson y Boston, Beacon Press.
- Hoggart**, Richard (1957). *The uses of literacy*, Londres, Chatto & Windus.
- James**, Daniel (1990). “El peronismo y la clase trabajadora, 1943-1955”, en *Resistencia e integración. El peronismo y la clase trabajadora argentina 1946-1976*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Ludmer**, Josefina (2000) *El género gauchesco. Un tratado sobre la patria* (ed. rev.), Buenos Aires, Perfil.
- Martín-Barbero**, Jesús (2002). “Culturas populares”, en Altamirano, Carlos (dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.
- Muraro**, Heriberto (1974). *Neoliberalismo y comunicación de masa*, Buenos Aires, EUDEBA.
- Pasquali**, Antonio (1980 [1964]). *Comunicación y cultura de masas*, Caracas, Monte Ávila.
- Piglia**, Ricardo (1993). *La Argentina en pedazos*, Buenos Aires, De la Urraca.
- Rama**, Ángel (1977). “Prólogo”, en Rivera, Jorge (sel.), *Poesía gauchesca*, Caracas, Biblioteca Ayacucho.
- (1987). *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Buenos Aires, Puntosur.
- Saintout**, Florencia - **Ferrante**, Natalia (nov.-dic./2004). “Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos”, en Boletín Temático ALAIC. Estudios de recepción, N° 20.
- Sager**, Valeria (2009). “Culturas populares”, en Amícola, José - de Diego, José Luis, dirs. *La teoría literaria hoy: conceptos, enfoques, debates*, 2da. ed. La Plata, Al Margen.
- Sonderéguer**, María -comp.- (2008). *Revista Crisis 1973-1976: antología: del intelectual comprometido al intelectual revolucionario*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Thompson**, Edgard (1964). *The making of the english working Class*, N. Cork, Vintage Books.
- Williams**, Raymond (1958). *Cultura and society, 1780-1950*, Londres, Penguin Books.
- Wortman**, Ana (2002). “Vaivenes del campo intelectual político cultural en la Argentina”, en Mato, Daniel (coord.): *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

5.3- Lo popular desde las resistencias y mediaciones

Introducción

El campo intelectual que forma parte de la transición democrática en Argentina registra que, en el campo de la comunicación y la cultura, se consolidan agentes del campo latinoamericano. Uno de ellos es el español-colombiano Jesús Martín-Barbero. Nacido en España en 1937, Martín-Barbero estudia filosofía en Bélgica y se doctora en Francia con un estudio que recoge las influencias de Paul Ricœur y Paulo Freire. Este es un dato muy importante para comprender su aporte al campo de la comunicación y la cultura: desde sus primeros estudios, realizados en un país central (Francia es un centro irradiador de teorías que luego devienen en hegemónicas), Martín-Barbero da un lugar central a un pedagogo de un país periférico (Brasil). Luego, se radica en Colombia y México, trabaja como docente e investigador en varias instituciones académicas. Es presidente de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) entre 1981 y 1982.

Plantaremos la posibilidad de considerar el trabajo de Martín-Barbero³⁴, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (1987), como objeto de múltiples lecturas, ubicable, en el campo argentino, en un entrelugar, en un momento histórico que registra el pasaje del vaciamiento de la crítica nacional-popular hacia una transnacionalización y mundialización de la cultura; y por otra parte, en el marco de la creciente profesionalización de las prácticas y de la dislocación del lugar clásico del intelectual –como letrado- en un contexto de creciente “videopolitización”³⁵. Podremos así ver cómo, a partir de los ochenta, los proyectos de formaciones intelectuales que fundan el campo dejan paso a la profesionalización de las prácticas, la especialización temática y la institucionalización; y cómo la figura del intelectual es reemplazada de a poco por la del experto. En el caso particular de Martín-Barbero, entendiéndolo como figura clave

³⁴ Obra bibliográfica: *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978); *Comunicación educativa y didáctica audiovisual* (1979); *Introducción al análisis de contenido* (1981); *De los medios a las mediaciones* (1987); *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica* (1987); *Procesos de comunicación y matrices de cultura* (1989); *Televisión y melodrama* (1992); *Communication, Culture and Hegemony* (1993); *Dinámicas urbanas de la cultura, en: Comunicación y espacios culturales en América Latina* (1994); *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos* (1995); *Proyectar la comunicación* (junto a A. Silva, 1997); *Mapas nocturnos* (1998); *Medios, Cultura y Sociedad* (junto a Fabio López, 1998); *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (junto a Germán Rey, 2000).

³⁵ Hacia fines de los ochenta y principios de los noventa la videopolítica será objeto de debates entre la intelectualidad, remite a la escenificación de la política partidaria en los medios masivos de comunicación, en particular en la televisión.

en este proceso de transición y latinoamericanización del campo, proponemos la figura del pedagogo o mediador cultural, ubicándolo en un entrelugar entre aquellas dos.

Campo intelectual

Luego del desgüese del Estado y de la desarticulación implementada durante el período militar de una sociedad civil con autonomía y capacidad para disputar una hegemonía ideológica³⁶, el espacio público se constituye cada vez más en los medios masivos de comunicación³⁷, y cada vez menos en la escuela pública y en los partidos políticos. A partir de allí, se profundiza la reconfiguración de los sujetos populares (Sarlo, 1996; Svampa, 1997; Grimson y Varela, 2002). En los ochenta, para los productores culturales, la sociedad empieza a ser percibida cada vez más en términos de fluidez (Bauman, 2000). Y, a partir de una concepción descentrada del poder, se hace necesaria una revisión teórica de las influencias del imperialismo: si no hay un centro, hay muchos centros. Y al no haber evidencias empíricas del poder, cae la teoría del imperialismo. A nivel nacional, la idea de responsabilidad del Estado se ve debilitada frente a la de responsabilidad de la sociedad civil, a partir del interés por la autogestión y organización generadas a partir de un nuevo tipo de funcionamiento político. Y en el campo intelectual, mediante un desplazamiento que va desde la crítica ideológica de los setenta hacia la lógica mercantil y privatizadora de los noventa, registramos cada vez más la pérdida del lugar clásico del intelectual, mediada por algunas voces en desacuerdo. Y como atravesando los campos de la política y la intelectualidad, se registra cada vez más una legitimación plebeyista de la cultura de masas³⁸. Al mismo tiempo, el discurso es cada vez menos “intelectual” y

³⁶ Sobre este concepto remitimos a Alabarces (2001): “La dictadura fue, paradójicamente, gramsciana: sabedora de que la lucha política en los países occidentales se desarrolla fundamentalmente en el plano ideológico y cultural, los secuestros también tuvieron como destinatarios a intelectuales, artistas, periodistas, profesores universitarios, dirigentes gremiales de base, que en su gran mayoría no estaban vinculados con la guerrilla e incluso, en muchos casos, la repudiaban como práctica. Así, el efecto buscado (y obtenido) apuntó a la desarticulación de una sociedad civil con autonomía y capacidad para disputar una hegemonía ideológica” (Alabarces, 2001: 151).

³⁷ Y no decimos espacio público “democrático” porque la Ley de Medios en Argentina vino a confirmar que no hay democracia real en los medios masivos de comunicación regulados por el mercado.

³⁸ Por plebeyismo entendemos con Alabarces que “es una enunciación populista pero conservadora, desprovista de la condición irreverente del populismo latinoamericano; una enunciación que celebra un igualitarismo falso, donde todo –pretendidamente- puede ser dicho, visto y oído. Una enunciación que describe, paradójicamente, que lo popular se ha vuelto hegemónico –contrariando un siglo de teoría política y cultural-. Un escenario donde las prácticas populares se vuelven presuntamente hegemónicas porque se desvisten de toda irreverencia y transgresión. Un escenario donde incluso los lenguajes se achatan, pierden espesor y riqueza, se limitan a retóricas plebeyas sin irreverencia, porque han perdido su condición distintiva. Es decir, el peor escenario: el de una desigualdad radicalizada que escamotea su condición de tal para afirmar su ficticia condición democrática” (Alabarces, 2008: 26).

más “académico”; desaparece del vocabulario de los productores culturales el término “pueblo”, y hace un uso cada vez más extendido de “gente” (Alabarces, 2004; Altamirano, 2005; Svampa, 2006). El experto emerge, en este contexto, como parte de la necesidad de comprender un pasado reciente alejado de los términos nacionalistas –relacionados, luego del retorno democrático, con el autoritarismo de la dictadura militar, y en especial luego de la afrenta “patriótica” en Malvinas (Svampa, 2006)-. Ahora se necesitan expertos para que traduzcan un pasado en términos pedagógicos para un campo de las ciencias sociales en creciente institucionalización, y en términos mediáticos, para una industria cultural transnacionalizada.

Luego de 1983, en el campo de la comunicación y la cultura se dan varios desplazamientos teóricos y políticos. A las culturas populares se las concibe en relación a la cultura masiva a partir de la reconstrucción del lugar de los sujetos en el nuevo contexto democrático. Ante la pérdida de credibilidad del gobierno militar, aparece valorizado el lugar del receptor y despreciado el del emisor, al quedar relacionado éste con el discurso autoritario. La capacidad de bloquear, desviar, reelaborar o invertir los mensajes por parte del “pueblo” es leída como una instancia de poder de la cultura popular. De allí la imposibilidad de la intelectualidad de caer en un pesimismo. Ana Wortman (2002) lo entiende en este sentido: “si en los años setenta, la cuestión era pensar la cultura como campo de intervención en los sectores populares, luego de las dictaduras, el eje pasará en torno a cómo desarrollar un campo cultural destruido por la derecha y el autoritarismo” (Wortman, 2002: 328).

Sobre estos problemas se preguntan los participantes del *Seminario de la Comisión de Comunicación del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*, reunidos en Buenos Aires en 1983. Esta reunión es un ejemplo que condensa los diálogos y debates de la primera mitad de la década del ochenta (Grimson y Varela, 2002: 158). Se propone, como eje, la “Comunicación y culturas populares en Latinoamérica”. Y la pregunta es ¿qué nos dice la recepción de los sujetos populares sobre las luchas de significado y poder en la construcción de hegemonía? La centralidad de la pregunta por lo popular radica en la necesidad de enfocar a los nuevos sujetos democráticos; la referencia a la réplica, complicidad y resistencia, por parte de las culturas populares, está presente en varios trabajos (Grimson - Varela, 2002). Sin embargo, también es posible encontrar algunas tensiones en el debate, como por ejemplo las divergencias respecto del paradigma hegemónico, lo cual supone una falta de consenso respecto de los ejes polémicos del tema. Mientras el colombiano Jesús Martín-Barbero considera necesario seguir denunciando el modelo informacional –en tanto dominante- (Martín-Barbero, 1987: 10), Beatriz Sarlo entiende que la recepción tiene el terreno allanado (Sarlo, 1987: 158-159). Entonces, podemos decir que, a partir de los ochenta, la recepción se instala en la agenda de discusión, pero con matices. La recepción, como un modo de analizar y

debatir una preocupación central acerca de lo popular, se presenta como una nueva perspectiva para revistar un tópico “clásico” de los intelectuales latinoamericanos. Si bien el modelo informacional ya está revisado y superado, lo nuevo en el campo es el desplazamiento hacia un reconocimiento cultural: la insistencia en la reivindicación de los sectores populares como receptores creativos (Grimson - Varela, 2002).

La necesidad de establecer como consenso la capacidad de los sujetos populares (en tanto receptores), para construir sentidos diferentes a los propuestos desde el discurso hegemónico, para Varela (2010) se explica por la revalorización de lo cultural y un creciente desinterés por la política. La cultura popular, por contener formas de rebeldía y de resistencia, se presenta como un lugar adecuado para leer las prácticas que crecen en la dictadura³⁹ (Varela, 2010: 776). Paradójicamente –luego veremos por qué–, Martín-Barbero (1987) y Néstor García Canclini (1987) advierten los riesgos de un desvío culturalista: que la revalorización de la dimensión cultural no se plantee como una forma de evasión política, sino como percepción de dimensiones inéditas de lo social y la formación de nuevos objetos y formas de rebeldía.

Así es que, en los ochenta, gana espacio la problemática de la recepción, y pierden peso las teorías contra las cuales polemizaban las posturas recepcionistas, como las críticas al textualismo que hacía Héctor Schmucler (1975) o las teorías de la manipulación de Heriberto Muraro (1974). También podemos ver que se consolida la influencia de Martín-Barbero y de García Canclini en el campo argentino y latinoamericano, y, por otra parte, la de los estudios culturales provenientes de la escuela de Birmingham y de la Historia social de Edward Thompson y Eric Hobsbawm, entre otros. Luego, se registra una creciente profesionalización de las prácticas de investigación en comunicación y, en los noventa, su institucionalización a partir –centralmente– de la apertura de carreras de comunicación en toda América Latina (Saintout y Ferrante, 2004).

Unos pocos años después del Seminario sobre “Comunicación y culturas populares en Latinoamérica”, Martín-Barbero sistematiza el cambio de signo de los modelos de comunicación y cultura en América Latina. Cuando se publica *De los medios a las mediaciones* (1987), el consenso hacia el reconocimiento cultural de los receptores ya está construido, y el libro se convierte en condensador de las ideas y las posiciones intelectuales del período (Varela 2010; 776). Según Grimson y Varela (2002), el libro se transforma rápidamente en un objeto de culto, donde “Martín-Barbero sistematiza los desplazamientos teóricos a partir de una doble hipótesis de interpretación histórica y de construcción teórica. Lo popular no puede ser pensado como algo exterior o distinto de lo masivo porque históricamente lo uno se convirtió en lo otro” (Grimson - Varela, 2002: 159).

³⁹ En este sentido, podemos nombrar un trabajo de Landi de 1984, que contribuye a entender cómo ciertos sectores resisten mediante prácticas cotidianas -como el uso de videos, cassettes, cartas, la “lectura en entrelíneas”-, la opresión de la dictadura y contribuyen a crear nuevos sentidos.

Por su parte, Alabarces dice: “En 1987 Martín-Barbero abrió *De los medios a las mediaciones* con una larga explicación histórica de la constitución del sujeto llamado ‘pueblo’, de sus devaneos y reconstrucciones, para luego organizar toda la argumentación en torno a esa categoría. Malgrado su exégesis, el texto de Barbero no quería más que preguntarse por la supervivencia de lo popular, por su continuidad expropiada y despolitizada, pero persistentemente alternativa: no había democracia sin lo popular, porque la pregunta del análisis cultural era por la hegemonía, y eso suponía una condición de dominación y subalternidad, y no precisamente su celebración, sino su impugnación. La recepción de Barbero fue penosa: rápidamente aligerada del ímpetu crítico de los sesenta y setenta, nuestra academia latinoamericana pareció privilegiar una lectura más obvia, que estaba en los márgenes de Barbero y con mala voluntad; lo popular estaba en lo masivo” (Alabarces, 2004: 29). Si revisamos las dos últimas citas, Grimson y Varela parecen hablar directamente de las lecturas que se tornan hegemónicas sobre Martín-Barbero, aquellas contra las cuales habla Alabarces. Retenemos la pregunta para recorrer el análisis de la obra de Martín-Barbero: ¿lo popular se disuelve en lo masivo?

Latinoamericanización del campo y complejización de los abordajes de lo popular y lo masivo

Las hipótesis de Jesús Martín-Barbero (1987), son puestas aquí en diálogo con las que trabajamos hasta ahora, las que inician el campo de comunicación y cultura en Argentina a partir de la confluencia de las revistas *Comunicación y cultura*, *LENGUAjes.*, y *Crisis*. Con la amplia difusión que se hace en Argentina de las interpretaciones de Martín-Barbero sobre lo cultural, lo popular y lo masivo, se producen algunas rupturas teóricas y metodológicas en el campo, a la vez que se ingresa en el debate y diálogo más amplio con tradiciones latinoamericanas.

En principio, *De los medios a las mediaciones* se plantea como un abordaje superador con respecto a las lecturas “reduccionistas” que forman el campo de estudios de la comunicación en América latina⁴⁰: la del paradigma informacional/instrumental de la investigación norteamericana, la de la crítica ideológica y denunciante de las ciencias sociales latinoamericanas, y la del estructuralismo semiótico francés (reduccionismos, que por otra parte, critican por 1974 los semiólogos de

⁴⁰ No se mencionan nombres propios. Esta es una operación que se repite en otros agentes, como por ejemplo, en Jorge Rivera (1987). Esto habla tal vez de la pretensión de correrse de la crítica de los sesenta y de la política, del lugar desde donde se construyen adversarios.

LENGUAjes). El estudio de las resistencias y apropiaciones de sectores subalternos se plantea como un cambio de paradigma epistemológico para el campo de la comunicación y la cultura:

(desde la segunda mitad de la década del setenta) algunos comenzamos a sospechar de aquella imagen del proceso en la que no cabían más figuras que las estratagemas del dominador, en la que todo transcurría entre unos emisores-dominantes y unos receptores-dominados sin el menor indicio de seducción ni resistencia, y en la que por la estructura del mensaje no atravesaban los conflictos ni las contradicciones y mucho menos las luchas (Martín-Barbero, 1987: 9).

Contrariamente, Beatriz Sarlo, en la publicación que se edita del Seminario sobre comunicación culturas populares de 1983, dice: “la reivindicación del Lector (de la audiencia, del público) y de la recepción como polo activo, incluso el *más* activo del circuito de la comunicación está en la atmósfera teórica de los últimos años” (Sarlo, 1987: 158-159)⁴¹. Aquel distanciamiento de Martín-Barbero con respecto a las líneas anteriormente hegemónicas del campo, podría tratarse de una estrategia “política” hacia el interior del campo, de creación de opositores. Pero principalmente se trata de una complejización de la relación del circuito de dominación cultural. Un distanciamiento del paradigma dominante en los sesenta- setenta, la crítica ideológica, pero no para dejar de pensar en términos de ideología, sino para descartarla como herramienta epistemológica para el propio análisis.

Ante una primera lectura, encontramos una teoría muy cercana a la planteada por Ford, Rivera y Romano, esto es, una cultura popular de tiempos largos que se reconoce en la cultura masiva. Y, como habíamos visto en el anterior apartado, el estudio de lo popular en relación a la cultura dominante propone un análisis relacional sobre los dispositivos culturales. Pero si en aquellos hay un uso de la teoría gramsciana, en Martín-Barbero hay un desplazamiento. Ford, Rivera y Romano reivindican un proyecto nacional-populista, alineándose en la tradición del revisionismo, como agentes encargados de develar los mecanismos ideológicos de la cultura letrada. En Martín-Barbero, en cambio, encontramos un Gramsci que le permite desfuncionalizar la ideología mediante una concepción de la hegemonía que piensa la dominación como proceso hecho, no sólo de fuerza y represión, sino también de lucha por la producción y la apropiación social del sentido (Martín-Barbero, 2002: 51). Una idea de cultura como espacio mestizo donde las clases populares resisten la dominación a partir de verse representadas y donde sus matrices culturales son reconocidas en los medios de comunicación, “*Subalterna* entonces, la popular es una cultura fragmentaria y degradada, lo que no la convierte en mero reflejo de la *hegemónica*” (Martín-Barbero, 2002: 51-52). En Martín-

⁴¹ En 1981 Sarlo traduce y publica en *Punto de vista* N° 12, “Estética de la recepción y comunicación literaria” de Hans Robert Hauss (1980).

Barbero opera un concepto de hegemonía que proviene de Gramsci, pero principalmente de la pedagogía crítica del brasileño Paulo Freire (1970). Esta es la línea principal de Martín-Barbero que liga otra vez el campo argentino con un pensamiento latinoamericanista, pues la teoría de la dependencia había perdido peso en la región.

La pedagogía crítica desarrollada por Freire le permite a Martín-Barbero pensar en un sujeto popular que se reconoce como parte de la historia, a partir de su interacción con los medios masivos de comunicación, en un contexto latinoamericano de creciente deslegitimación de la educación formal; en un sujeto que, a partir de identificarse en las narraciones propuestas principalmente por los medios audiovisuales (de allí el interés por el melodrama y la telenovela), se convierte en sujeto de la historia, en actor que redimensiona la realidad que le es propia, y que se libera del discurso dominante que lo oprime. Pero igualmente, la lectura de Martín-Barbero sugiere que el proceso liberador es más un horizonte teórico que un fin último, ya que, en este autor, hay una teoría de la administración del conflicto: ve en las resistencias y apropiaciones un mecanismo de morigeración de las tensiones generadas por los elementos dominantes. Y porque Martín-Barbero ya no piensa en totalidades, sino en procesos heterogéneos, singulares y en conjunto, plurales. Al mismo tiempo, la propuesta freireana que retoma Martín-Barbero, con respecto a la relación entre culturas, considera que el acceso a los bienes letrados y legítimos no es el único modo que tienen las clases populares de participar como agentes: también hay bienes populares que perviven en una memoria de larga duración, y que es necesario rescatarlos de la opresión legisladora de la cultura culta. Para Freire, el proceso educativo de las clases populares no necesita indispensablemente de un marco institucional formal, pues las herramientas del pueblo son sus memorias colectivas. En ese plano, para Martín-Barbero los medios de comunicación actúan positivamente, al contener esa matriz popular, desde sus inicios, en la prensa, novelas y folletines.

Entonces, lo novedoso que encuentra el campo intelectual argentino en Martín-Barbero, es que un análisis histórico sobre los reconocimientos de las clases populares en la cultura masiva puede dar alguna idea sobre cómo se reproduce la hegemonía en las actuales condiciones de la modernidad latinoamericana. Esta está definida por una creciente transnacionalización de la cultura, ya no circunscripta a las contingencias de las políticas nacionales. Martín-Barbero ve una modernidad latinoamericana que no es sólo el resultado del desarrollo de los medios masivos en un contexto de una creciente ausencia/desaparición de los estados nacionales. Sino que reconoce una modernidad definida, también, por la posibilidad que tiene el pueblo de acceder a lo público a partir de la escenificación de los medios. Para ello rastrea en el desarrollo histórico de la cultura de masas la genealogía de lo transnacional promovida por la cultura dominante. Así, la teoría de reconocimiento del receptor en Martín-Barbero consiste en el registro de matrices residuales

populares en la cultura masiva que, aunque formadas en el pasado, se hallan en actividad en el proceso cultural.

Luego, el otro concepto importante de Martín-Barbero que liga al campo argentino con el latinoamericano, es el mestizaje. Ante aquella noción de modernidad, se propone que el campo de la comunicación latinoamericano no estudie los medios, sino la cultura como un espacio mestizo de convergencia y puesta en común de diferentes lógicas. Martín-Barbero dice que la “*verdad cultural*” de estos países es el mestizaje:

que no es solo aquel hecho racial del que venimos, sino la trama hoy de modernidad y discontinuidades culturales, de formaciones sociales y estructuras del sentimiento, de memorias e imaginarios que revuelven lo indígena con lo rural, lo rural con lo urbano, el folclore con lo popular y lo popular con lo masivo (Martín-Barbero, 1987: 10).

En la cita hay una referencia explícita a Raymond Williams (1980). Pero también a la tradición de pensamiento latinoamericanista que remite a la idea de mestizaje y a las estrategias de resistencia y adaptación activa de los subalternos. Martín-Barbero enlaza, a partir de Paulo Freire, con la cultura de masas estudiada por la tradición latinoamericana. Hay una remisión, por ejemplo, a los trabajos gramscianos sobre literatura de cordel, realizados en Brasil.

En un espacio pensado como mestizo, es necesario unir los elementos que, por ejemplo, se enumeran en la cita (“lo indígena con lo rural, lo rural con lo urbano, el folclore con lo popular y lo popular con lo masivo”). Y para ello es necesario el concepto de mediación. Decimos unas líneas más arriba: “se propone que el campo de la comunicación latinoamericano no estudie los medios, sino la cultura como un espacio mestizo de convergencia y puesta en común de diferentes lógicas”. Ahora decimos directamente: se propone que el campo de la comunicación latinoamericano no estudie los medios, sino las mediaciones. La cultura latinoamericana concebida como mestiza, en la trama impuesta por la transnacionalización a manos de la cultura dominante, pasa conceptualmente a ser/estar mediada.

El concepto de mediación en Martín-Barbero es difícil de encasillar. Es deudor de la producción de varias líneas teóricas (como la gramsciana, la de la recepción, la de los estudios culturales), y de varios autores, entre otros: Walter Benjamin, Paulo Freire, Raymond Williams, Richard Hoggart, Paul Ricœur. Pero en *De los medios a las mediaciones* no hay una definición conceptual⁴², sino más bien una apertura hacia un campo de significación. Este recurso podría estar funcionando, como dice Alabarces, como un dispositivo útil para superar la determinación en última

⁴² Alabarces, y parte del equipo de investigación que dirige, registran dieciocho definiciones del concepto mediación en *De los medios a las medicaciones* (Alabarces, 2008: 23).

instancia, y con ello la tentación reflejista (Alabarces, 2008: 23). Lo que sí sabemos es que el concepto se transforma en elemento clave en el campo de comunicación y cultura a partir de la mitad de los ochenta. Y que las operaciones discursivas donde se establece una relación causal entre propiedad de los medios e ideología (por ejemplo en “El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural. ‘Plaza Sésamo’: prólogo a la telerepresión del año 2000” -1975- de A. Mattelart), caen en descrédito y desuso. Pero también la convivencia en la obra de múltiples definiciones del concepto central –presente incluso en el título–, sugiere que hay una legitimación del uso del concepto según las necesidades que se presentan. Esa idea se reafirma a partir de la propuesta barberiana de los “usos populares de lo masivo”, que supone la existencia de interpretaciones plurales en el consumo de medios. Mediante el contrato de lectura se construye un lector arrojado a un devenir no teleológico, contingente, que abre su perspectiva para encontrar algo que le signifique a partir de su red de experiencias acumuladas.

Bien; en nuestra reconstrucción teórica de Martín-Barbero, teniendo como referente la cultura como espacio mestizo, donde convergen diferentes lógicas, la mediación es una especie de tejido significativo cultural, compuesto por conjuntos de prácticas y experiencias dadoras de sentido al acto de consumir cultura masiva. En la recepción se produce una actividad, un posible desplazamiento con respecto al mensaje del emisor. Encontramos así, una teoría cercana a la de la educación popular, que promueve la confluencia en los espacios simbólicos, de la vivencia, la experiencia, los aprendizajes de la cotidianidad, las potencialidades de cada sujeto participante. Pero también encontramos la teoría de Michael de Certeau (1996) sobre tácticas y desvíos.

De Certeau habla de una producción cultural en el consumo. Pero se trata de un proceso oculto, diseminado, porque la mayoría son consumidores y la minoría productores. Y allí hay una idea foucaultiana de las sociedades disciplinarias, que dice que siempre va a haber un dispositivo que permita el desvío y la antidisciplina. Pero en De Certeau la pregunta no es por los dispositivos sino por los sujetos de esa operación, por los que producen cultura en el acto de consumir y dejan marcas en los productos de la cultura dominante. Y cada marca (signada por lo popular: la oralidad, la operatoriedad y lo ordinario) que se realiza sobre un producto ajeno, es un gesto singular. Por eso, los gestos son heterogéneos y por eso habla de una cultura de lo singular y de una cultura en plural. También Martín-Barbero destaca que la cultura popular tiende a producir heterogeneidad cultural, pero ¿por qué? Porque en los usos, en el consumo de los productos de la industria cultural, se recuperan matrices residuales de una memoria popular, subyacentes en textos hegemónicos que tienden a la homogeneidad. Porque la cultura mediática contemporánea, al homogeneizar los productos para ampliar la audiencia (los consumidores), practica el olvido de las memorias colectivas locales y las múltiples temporalidades que convergen en el espacio fragmentario de lo popular.

Al proponer que lo popular pervive en lo masivo, en los dispositivos culturales dominantes, y que desde allí ejerce sus resistencias y apropiaciones, Martín-Barbero plantea la existencia de prácticas populares heterogéneas y diseminadas en relación con las instituciones de la producción cultural dominante. Así refuerza la relación liberadora concebida entre educador-educando: única, irrepetible e improbablemente colectiva. Correlativamente, no hay en Martín-Barbero una idea de la totalidad y del Estado como posible regulador de esas relaciones o como generador de políticas culturales. Como proyecto político-cultural alternativo, Martín-Barbero habla de los movimientos sociales latinoamericanos.

Balance

En el ingreso al campo de los estudios en comunicación y cultura, Martín-Barbero es heredero de la crítica de los setenta, pero a la concepción de la cultura como campo de batalla, incorpora la explicación gramsciana y freireana de porqué los sectores populares son cómplices del sistema que los oprime (de porqué “el oprimido vio en los ojos de su opresor su testimonio del hombre” – Freire-). Por esto entendemos que Martín-Barbero, en su consagración en el campo de comunicación y cultura argentino y latinoamericano en los ochenta, tensa la relación entre creación y reproducción de sentidos. Plantea que lo popular tiene una posición estratégica frente a las industrias culturales. Y que a la vez, éstas, tienen el poder de adaptar y reconfigurar lo que representan – incluidos los sujetos populares-. Esas representaciones ocupan y adaptan las contradicciones interiores del sentimiento y la percepción en las clases dominadas, sin fidelidades ni rupturas con respecto a lo real (o mejor, a lo político). Lo real ya no es central, ahora el principio constructivo de la representación es la incertidumbre. Entonces, se abandona la idea de que la cultura podría modificar la política, así como que la cultura podría prescindir de la política - la posibilidad de un campo cultural autónomo de la política-.

Bien; podemos acordar con Alabarces que *De los medios a las mediaciones* es un trabajo sobre la hegemonía, pero no pretende ser (o continuar con) una crítica ideológica cercana a la que se practicaba en el campo hacia los sesenta y setenta. La obra de Martín-Barbero entiende la relación entre sectores populares y medios de comunicación desde los usos y apropiaciones, que no puede ser sino contingente, heterogénea, plural, no determinada, y no teleológica. Explica la administración de un conflicto histórico: ante la crisis de la escuela pública y su imposibilidad de incluir a los sectores populares, la tarea queda, en parte, en manos de las narraciones de los dispositivos masivos del mercado cultural. Y es que, en el agenciamiento de los sectores populares promovido por la

interacción con la cultura audiovisual, planteado por Martín-Barbero, hay un estado de situación de la crisis de los sistemas educativos públicos. Martín-Barbero se encarga, cada vez más en los años que siguieron a 1987, de pensar formas de imbricación de la comunicación con la educación para contextos latinoamericanos donde la cultura mediática construye cada vez más sentidos, y más fuertes, que las instituciones estatales.

En un contexto de profesionalización y desarrollo del campo en relación a la apertura de carreras de comunicación por toda América Latina, este aparato conceptual de Martín-Barbero lo ubica como intelectual consagrado en el campo educacional. *De los medios a las mediaciones* es un texto pretendidamente alfabetizante, con una retórica alejada de la política y cercana al espacio pedagógico, que ilumina al campo mediante la extensa explicación del concepto “pueblo” entre la creación y la reproducción. Por otra parte, una mirada hacia los años noventa y las celebraciones de la cultura de masas que no tienen en cuenta las desigualdades de acceso a los bienes, nos hace retomar la pregunta que se hizo parte de la intelectualidad heredera de la crítica ideológica, o de la tradición iluminista: si la teoría de reconocimiento cultural de Martín-Barbero quita responsabilidades a la industria cultural transnacional sobre el poder de reconfigurar los sujetos populares, al reconocer las matrices culturales de éstos en las narrativas mediáticas. Por un lado, entendemos que *De los medios a las mediaciones* es un buen pretexto (en el sentido de dador de argumentación y de texto anterior) para aquellos que comienzan a ver en el mercado el lugar privilegiado desde el cual pensar las prácticas y los agenciamientos populares, diluido el espacio estatal. Lo que sedimenta –creemos que negativamente- en los años posteriores a 1987, es lo que apunta García Canclini (1987) en una reseña al libro: algunas lecturas pueden ver en la diferencia simbólica de las culturas populares, un acto de impugnación hacia la cultura dominante (en plena reconfiguración de los sujetos populares –o reingeniería social- por parte del neoliberalismo, agregamos nosotros). En cuanto a cómo y desde dónde pensar la cultura masiva en un contexto de creciente transnacionalización y poder de los medios, Martín-Barbero no hace una exaltación celebratoria de la cultura de masas (como veremos luego en Landi -1992-, por ejemplo), pero sí vemos su adscripción a considerarla como el dispositivo contemporáneo que funciona en el agenciamiento cultural de los sujetos populares, en un contexto marcado por la ausencia del Estado, donde el principio constructivo de la representación es la incertidumbre. Pero, por otra parte, lo que aporta Martín-Barbero al campo argentino, en un creciente vaciamiento de la tradición nacional-popular, es una latinoamericanización de la cultura.

Fuentes primarias:

Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, México, Gustavo Gili.

Fuentes secundarias:

AA.VV. (abril/1974). “Presentación. Medios masivos y política cultural: teoría, estrategia, tácticas”, en *LENGUAjes.*, Buenos Aires, Nueva Visión, N° 1.

Alabarces, Pablo (2001). *Fútbol y Patria: deporte, narrativas nacionales e identidades en la Argentina, 1920-1998*, Tesis doctoral, Mimeo, Inglaterra, University of Brighton.

----- - Rodríguez María Graciela -comps.- (2008). *Resistencias y mediaciones*, Buenos Aires, Paidós.

Altamirano, Carlos (2005). “Intelectuales y pueblo”, en *Para un programa de historia intelectual y otros ensayos*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Bauman, Zygmund (2006 [2003]). *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económico.

De Certeau, Michael (1996). “Introducción”, “Culturas populares” y “Valerse de: usos y prácticas”, en *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana.

Freire, Paulo (1975 [1970]). *Pedagogía del oprimido*, Buenos Aires, Siglo XXI.

García Canclini, Néstor (1987). “De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. (De por qué el científico social es un cazador oculto)”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, N° 19.

Landi, Oscar (1984). “Cultura política en la transición democrática”, en Oszlalok, O. *Crisis, proceso, transición a la democracia*, Buenos Aires, CEAL. Versión con modificaciones. Revista *Nueva sociedad*, N°32: 65-78, julio-agosto 1984 (Caracas).

----- (1992). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, que hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta.

Martín-Barbero, Jesús (1987). “Introducción” y “Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales”, en AA.VV.. *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica, Seminario del Consejo latinoamericano de Ciencias Sociales*, México, Gustavo Gili- FELAFACS.

----- (2002). “Culturas populares”, en Altamirano, Carlos (com.): *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.

Mattelart, Michèle - **Piccini**, Mabel (noviembre/1975). “La televisión y los sectores populares”, en *Comunicación y cultura*, Chile, N° 2.

Muraro, Heriberto (1974). *Neocapitalismo y comunicación de masas*, Buenos Aires, EUDEBA.

Sarlo, Beatriz (1987). “Lo popular como dimensión: tópica, retórica y problemática de la recepción”, en AA.VV.: *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica. Seminario del Consejo latinoamericano de Ciencias Sociales*, México, Gustavo Gili- FELAFACS.

----- (agosto/1996). “Retomar el debate”, en *Punto de vista*, Buenos Aires, N° 55.

----- (2001). “Historiadores, sociólogos, intelectuales”, en *La batalla de las ideas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel.

Schmucler, Héctor (1975). “La investigación sobre comunicación masiva”, en *Comunicación y cultura*, Buenos Aires, Galerna, N° 4.

Verón, Eliseo (1987). *La semiosis social*, Buenos Aires, Gedisa.

Williams, Raymond (1980). *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península.

Wortman, Ana (2002). “Vaivenes del campo intelectual político cultural en la Argentina”, en Mato, Daniel (coord.): *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

5.4- Lo popular en los noventa, ¿no sirve para pensar?

Introducción

En este apartado vemos cuáles son los aportes de Néstor García Canclini (1939) al campo de la comunicación y la cultura argentino, por considerarlo, junto a Jesús Martín-Barbero, un intelectual-faro en el campo latinoamericano a partir de los ochenta (Grimson - Varela, 2002; Alabarces, 2008). García Canclini es, según su propia denominación, un argenmex. Antropólogo, docente e investigador nacido en La Plata, Argentina, que completa sus estudios de doctorado en Francia y se radica en México en 1985. Allí produce, a principios de los noventa, contemporáneamente al brasileño Renato Ortiz, teorías sobre la situación de América Latina con respecto a la mundialización de la cultura. Indagamos en torno a los debates en los que, explícita o solapadamente, contribuye; de qué tradiciones toma distancia; a partir de cuáles sigue pensando. Guiamos la lectura hacia dos lugares que contribuyen a dibujar el perfil, ya no de un intelectual, sino más bien de un experto: una propuesta metodológica para el campo de la comunicación y la cultura, y el planteo de la inutilidad de seguir pensando los problemas latinoamericanos a partir del concepto de “cultura popular”. Y es que García Canclini construye, a comienzos de los noventa, un camino para indagar en la cultura sin pensar en términos de conflictos socio-culturales. Luego, vemos qué tienen para decir sobre estos temas otros agentes, deteniéndonos especialmente en el debate, surgido en la primera mitad de la década del noventa, entre Beatriz Sarlo (1940) y Oscar Landi (1939-2003), ya revisado varias veces por la crítica.

De la obra de García Canclini⁴³ abordamos “De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular” (1984), “Ni folclórico ni masivo, ¿qué es lo popular?” (1987), “El consumo sirve para pensar” (1991) y la introducción y el capítulo III, “Artistas, intermediarios y público: ¿innovar o democratizar?” de *Culturas híbridas* (1992). Luego, el libro *Devórame otra vez* de Oscar Landi⁴⁴

⁴³ Obra bibliográfica: *Arte popular y sociedad en América Latina* (1977); *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte* (1979); *Las culturas populares en el capitalismo* (1982); *¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?* (1986); *Cultura transnacional y culturas populares* (ed. junto a R. Roncagliolo, 1988); *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1990); *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local* (1997); *Las industrias culturales en la integración latinoamericana* (junto a Carlos Moneta, 1998); *La globalización imaginada* (1999); *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo* (2002); *Lectores, espectadores e internautas* (2007); *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia* (2010).

⁴⁴ Obra bibliográfica: *Crisis y lenguajes políticos* (1981); *El discurso sobre lo posible: La democracia y el realismo político* (1985); *Medios transformación cultural y política* (1987); *Reconstrucciones. Las nuevas formas de la cultura política* (1988);

(publicado en 1992 pero considerado un libro de fines de los ochenta). Por último, la crítica de Beatriz Sarlo⁴⁵ “La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión” (1992), y “Retomar el debate” (1996), dos artículos que pueden ser considerados como el marco de *Escenas de la vida posmoderna* (1996).

Campo intelectual

La recepción de las ideas de García Canclini en Argentina, hacia fines de los ochenta y principios de los noventa, se da en un clima intelectual político cultural influido por las tesis de la crisis de los grandes relatos (Lyotard, 1989) y el fin de la historia (Fukuyama, 2002), la fluidez de los vínculos entre las elecciones individuales y los proyectos y acciones colectivos (Bauman, 2003), el descentramiento del poder (Foucault, 1991) y en el campo argentino, el vaciamiento de la tradición nacional-popular (Svampa, 2006). A partir de allí reconstruimos el escenario en Argentina luego del retorno democrático. Por un lado, las hipótesis nacional-populistas que confían en un escenario electoral positivo para el candidato del partido peronista (sustentadas en el mito del eterno retorno de Perón), tienen una primera desilusión. Porque según Altamirano, “La derrota de las Malvinas – que erosionó el suelo del irrendentismo nacional – y el rechazo al autoritarismo de una dictadura fracasada- reverdecieron los laureles del liberalismo político y, con ello, le abrieron paso al triunfo del partido Radical” (Altamirano, 2005: 76). Por otra parte, Alabarces, proveniente de una tradición populista, y partícipe de las discusiones de esa época, señala que la apuesta teórica y política que ellos hacen en 1983 pierde: que los sectores populares habrían resistido indemnes la manipulación, la centralidad autoritaria de la dictadura y sus medios cautivos o cómplices (Alabarces, 2008). Esta situación se produciría a partir de una “disonancia aguda entre expectativas y posibilidades” generada durante la transición (Novaro - Palermo, 2004: 17). La explicación que encontramos en Ana Wortman es que la consolidación del sistema democrático no está acompañada por la formación de una nueva cultura política, y se registra una desilusión del conjunto de la sociedad

Perfiles de la Argentina político-cultural (1990); *Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión* (1992).

⁴⁵ Obra bibliográfica: *El imperio de los sentimientos*. (1985); *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*. (1988); *La imaginación técnica*. (1992); *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. (1994); *Martín Fierro y su crítica*. (1994); *Ensayos argentinos. De Sarmiento a la vanguardia*. (1997); *La Máquina cultural: maestras, traductores y vanguardias*. (1998); *Borges, un escritor en las orillas*. (1998); *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina, 1917-1927*. (2000); *La batalla de las ideas. 1943-1973*. (2001); *Tiempo presente*. (2001); *La pasión y la excepción*. (2003); *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. (2004); *Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo*. (2005); *Escritos sobre literatura argentina*. (2007); *La ciudad vista. Mercancías y cultura urbana*. (2009).

respecto de la posibilidad de la democracia de resolver los conflictos y demandas (Wortman, 2002: 331-332).

Si bien durante la transición democrática se revaloriza el conocimiento de las ciencias sociales, con la llegada al gobierno de Carlos Menem se radicaliza un discurso economicista, se registra la mayor crisis de la escuela pública y el espacio de los partidos políticos queda reducido a la pantalla de los televisores. Todo esto se imbrica con el sin sentido en que, en los noventa, cae la imagen sarmientina dicotómica “civilización o barbarie”, en tanto tradición cultural e ideológica ligada a una *lectura idealista*⁴⁶ de la historia. La ausencia de la imagen sarmientina como marco interpretativo global aparece ligada tanto al cuestionamiento de la tradición autoritaria- militar como al eclipse del revisionismo de izquierda. Por su parte, Altamirano (2005) entiende el tema desde la relación entre intelectuales y pueblo: “La señal más clara de que el ciclo iniciado en los años treinta estaba agotado provino del peronismo en el gobierno, que de la mano del más populista de sus dirigentes quitó del medio todo lo que obstruía la internacionalización de la economía y el pasaje del país hacia el nuevo orden mundial” (Altamirano, 2005: 76). Después de que las dictaduras reorganizan el mapa político y simbólico, en los noventa deviene la desaparición casi absoluta del término “cultura popular” y en el lenguaje intelectual y político se cambia “gente” por “pueblo” (Alabarces, 2004; Altamirano, 2005; Svampa, 2006).

Y sobre el término “nacional”, Svampa explica que la última dictadura se lo apropia, al identificarlo con la retórica del Estado. Los mecanismos y los momentos clave son: la identificación del ejército con la “nación” y, como contraparte, la construcción de la figura del “subversivo”⁴⁷ como “apátrida”; el Mundial de Fútbol de 1978; la guerra de Malvinas (1982); el lema liberal “achicar el Estado para agrandar la Nación”. Por otra parte, la tradición autoritaria, como lugar exclusivo de la “civilización”, no sólo es reducida a un puro proyecto represivo sino que también contribuye fuertemente a la disociación entre la idea de nación y de democracia. Esto trae un fuerte cuestionamiento desde el espacio intelectual a lo ocurrido en los setenta, y “a partir de 1983, la profesionalización de la historia académica culminaría con aquella idea –tan cara al revisionismo populista como a las lecturas del marxismo nacional- de cuestionar e invertir la historia oficial en nombre de una tradición nacional soterrada o de un sujeto histórico impedido de su realización (el Pueblo) por la acción de una oligarquía perversa.” La historiografía termina por deshacer la asociación entre pasado histórico y política presente, que el revisionismo populista forja desde la

⁴⁶ Svampa explica que utiliza el término “lectura idealista” y no “imaginario social” porque en el objeto de estudio no es dable observar su expansión por todo el cuerpo social. En cambio el primer concepto estaría ligado a las lecturas que hacen ciertos actores sociales de la historia, de la sociedad, de la cultura, y de ellos mismos (Svampa, 2006: 379- 380). Esto es, el término estaría relacionado con la historia de las ideas o la historia intelectual.

⁴⁷ Término introducido en el imaginario social por la Iglesia Católica (Verbitsky, 2010).

aparición del peronismo. La historiografía gana rigurosidad metodológica y complejidad explicativa, y pierde un relato integrador y/o una clave interpretativa para leer la historia (Svampa, 2006: 388). Correlativamente, al dejar de lado las formas de hacer política del pasado reciente, se “dejaban paso a otras en las que se afirmaba el pluralismo, los acuerdos sobre formas y una subordinación de la práctica política a la ética” (Romero, citado en Saítta, 2001: 243).

El consumo sirve para pensar las culturas latinoamericanas en el mundo

Comenzamos a desmontar las principales concepciones de uno de los intelectuales-faro del campo de la comunicación y la cultura latinoamericanas, para echar luz sobre nuestra pregunta de investigación, en el período ahora recortado. En el mismo año en que aparece *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín-Barbero (1987), se publica “Ni folclórico ni masivo, ¿qué es lo popular?”, donde García Canclini trabaja la idea de que lo popular sería mejor abordado por unos nuevos estudios transdisciplinarios, ya no desde la antropología ni desde la comunicación:

Lo popular no corresponde con precisión a un referente empírico, a sujetos o situaciones sociales nítidamente identificables con la realidad. Es una construcción ideológica, cuya consistencia teórica está aún por alcanzarse. Es más un campo de trabajo que un objeto de estudio científicamente delimitado (García Canclini, 1987a).

Luego, en la introducción a *Culturas híbridas* (1992), el concepto de lo popular se repite:

Lo popular no se define por una esencia a priori, sino por las estrategias inestables, diversas, con que construyen sus posiciones los propios sectores subalternos, y también por el modo en que el folclorista y el antropólogo ponen en escena la cultura popular para el museo o la academia, los sociólogos y los políticos para los partidos, los comunicólogos para los medios (García Canclini, 1992: 18).

En este fragmento conviven diferentes teorías: una cultura popular existente en tanto subalterna, y el problema epistemológico de asir la cultura popular por fuera del gesto que la suprime y de los discursos que se disputan al pueblo. Pero es, sobre todo, la misma idea de lo popular como “construcción ideológica” que encontramos en 1987. García Canclini, alejándose como Martín-Barbero de la ideología como herramienta epistemológica, está viendo lo popular desde un lugar que

parte de los usos de lo masivo, pero poniendo cada vez más el acento en el consumo, y cada vez menos en las posibilidades de emancipación de las clases populares:

El repertorio de bienes y mensajes ofrecidos por la cultura hegemónica condiciona las opciones de las clases populares, éstas seleccionan y combinan los materiales recibidos –en la percepción, en la memoria y en el uso. Y construyen con ellos, como el bricoleur, otros sistemas que nunca son el eco automático de la oferta hegemónica (García Canclini, 1984: 29).

El lugar donde ubica García Canclini a lo popular, en el campo del consumo, lo habilita a pensar que lo popular se mezcla con lo masivo, lo culto y lo folclórico en el mercado capitalista. Cita a Michael De Certeau en *La invención de lo cotidiano* ([1980] 1996). Como dice Varela: “La concepción de la lectura de Michael De Certeau, como un consumo activo y creativo –una suerte de *bricolage*-, completa esta idea del uso desviado que los sectores populares ejercen respecto de la cultura de masas. Sin embargo, la metáfora del lector como ‘cazador furtivo’ propuesta por De Certeau supone la apropiación de bienes que no son propios” (Varela, 2002: 197). García Canclini toma el aparato de este historiador francés, igual que Martín-Barbero, pero sin considerar las posibilidades emancipatorias del acto de recuperar memorias populares vigentes como elementos residuales en los medios masivos de comunicación. Y la concepción del *bricolage*, como mezcla, parece adicionarse al sistema teórico de la hibridez cultural de García Canclini.

Con respecto al término hibridez, Abril Trigo (1997) encuentra que hay en la producción del argentino-mexicano una indefinición –análoga operación que señalamos en Martín-Barbero con el término mediación-. Esto es entendido como una estrategia por no suscribir a la idea de “mestizaje”, supuestamente un término en desuso que no explicaría los procesos de la transnacionalización (cultura que traspasa las fronteras nacionales) y mundialización de la cultura. Pero además, a partir de la no definición del término se afirma el carácter abierto de los productos contemporáneos. Lo vemos en esta cita:

Se encontrarán ocasionales menciones de los términos sincretismo, mestizaje, y otros empleados para designar los procesos de hibridación. Prefiero este último porque abarca diversas mezclas interculturales –no sólo raciales a las que suele limitarse “mestizaje”- y porque permite incluir las formas modernas de hibridación mejor que “sincretismo”, fórmula referida casi siempre a fusiones religiosas o de movimientos simbólicos tradicionales (García Canclini, 1992: 14-15).

Luego, con respecto al posicionamiento de García Canclini en el campo, la continuidad desviada de las teorías de mestizaje cultural le permite insertarse en la tradición intelectual del campo

latinoamericano. Y como veremos, la identidad del autor participa de la misma lógica de las hibridaciones. García Canclini destaca su posición como investigador que, migrando, alejándose de su territorio natal, deja de pensar en términos de tradición nacional, y abre su mirada hacia otras perspectivas. El recorrido intelectual de García Canclini incide en su desarrollo conceptual. Es la experiencia en México la que lo latinoamericaniza definitivamente conduciéndolo a observar la complejidad de los mestizajes culturales:

Estoy entre los que necesitamos convertirnos en migrantes para incorporar estos descubrimientos, modularlos en una mirada diferente sobre lo social y en un estilo de trabajo. Ser “argenmex” me sirvió para entender tanto la miopía de los liberales sarmientinos que absolutizaron lo europeo, como la de los populismos que aun persiguen, contra aquellos liberales, un ser nacional igualmente improbable (García Canclini, 1992: 12).

Pensar en culturas híbridas le permite a García Canclini crear estrategias para asir metodológicamente los productos abiertos de la modernidad. Ya no se trata de que se estudie lo folclórico desde la antropología, ni lo masivo desde la comunicación: la cultura debe estudiarse “transdisciplinariamente”.

Bien; puesto a dialogar el trabajo de García Canclini de finales de los ochenta y principios de los noventa con el campo intelectual político-cultural argentino, encontramos el señalamiento de la crisis de las instituciones modernas que otrora construían al ciudadano: la de la escuela pública como democratizadora de bienes legítimos y la de los partidos políticos. La institución que reemplaza a aquellas dos es el mercado, que incorpora a diferentes sectores sociales a partir de la práctica del consumo. Con respecto al campo de la comunicación y la cultura latinoamericano y argentino, la ruptura que produce García Canclini es el planteo de que la cultura popular como objeto de estudio ya dice poco de los procesos culturales. Los sujetos populares son igualados a otras clases sociales en la disputa por el acceso a los bienes. Ese planteo recorre, como elemento dominante, el discurso académico e intelectual en los noventa. Lo que encontramos en García Canclini es la práctica del consumo entendida como participación ciudadana:

El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos (García Canclini, 1991).

Los usos y los consumos permiten pensar en la coexistencia de tradiciones culturales diversas y de apropiaciones desiguales del patrimonio, pero ya no, en términos de resistencias y de emancipaciones. El consumo (donde se ubica e iguala a los sujetos populares con otros sectores)

elimina cualquier posibilidad de afrenta hacia el poder hegemónico. Vemos aquí el desplazamiento teórico-metodológico de García Canclini:

(hay que mirar cuál es el destino de la modernidad desde quienes la producen y también desde los receptores) Un camino para averiguarlo es el consumo cultural. El otro es el estudio y el debate sobre la situación de las culturas populares. Esta segunda vía en parte se superpone con la anterior, aunque no enteramente: porque los únicos receptores de la cultura no son las clases populares y porque desde el punto de vista teórico y metodológico ambas estrategias de investigación han seguido rumbos separados (García Canclini, 1992: 133).

García Canclini trabaja una teoría de la recepción desde el consumo cultural. Concibe un espacio cultural crecientemente mercantilizado que posibilita comprender, por ejemplo, la situación del escenario educativo de los noventa (universidades públicas que incorporan los estudios de audiencias, de marketing, universidades privadas, la escuela-shopping del menemismo, la amenaza del arancelamiento universitario durante la gestión del ex presidente Fernando De la Rúa). Y también el escenario construido, en parte, por los medios de comunicación; el proceso de “videopolitización”⁴⁸ y de desmovilización política del “pueblo” (que Martuccelli y Svampa en 1997 caracterizaron a partir de la imagen de la Plaza de Mayo vacía).

Luego, en García Canclini, vemos un señalamiento de la crisis del lugar del artista y del intelectual. Este es un proceso que se solapa con aquellos dos, a partir de la desvalorización de las instituciones constructoras de identidades nacionales. Las bases en que se cimienta el lugar moderno de los artistas e intelectuales son los bienes de la cultura culta (valorados positivamente por la función democratizadora de la escuela) y la cercanía (buscada por los intelectuales) o lejanía (buscada por los artistas) con el “pueblo”. Ahora, la situación de la cultura mercantilizada, promueve una pérdida del interés por pensar en términos de clases sociales, naciones, bienes legítimos, y en entender los procesos culturales y políticos en términos de *doxa*. Por otra parte, se señala como positivo el que un intelectual pretenda poner su discurso en la red de significación social como discurso de segundo orden. Dice García Canclini:

Ironía, distancia crítica, reelaboración lúdica son tres rasgos fecundos de las prácticas culturales modernas en relación con los desafíos premodernos y con la industrialización de los campos simbólicos (García Canclini, 1992: 108).

Este fragmento es recortado del capítulo “Artistas, intermediarios y público: ¿Innovar o democratizar?”, donde se expone la crisis del lugar de los intelectuales y los artistas con respecto a su

⁴⁸ Concepto que se lo atribuyó Giovanni Sartori (1992).

papel como mediadores e intérpretes, en un escenario donde las reglas las impone el mercado. Esos lugares quedan vaciados de sentido ya que no hay conflictos socio-culturales para mediar o interpretar. García Canclini ejemplifica superlativamente con el lugar desde el cual se habría posicionado Jorge Luis Borges, quien como intelectual de la periferia habría sabido negociar con las reglas de la industria cultural y la cultura de masas. Aquí entendemos que la reivindicación de Borges le otorga al aparato teórico-metodológico de Canclini una legitimación, ya que este escritor argentino consagrado como el “gran escritor nacional” en los ochenta es quien ubica en el centro de la teoría literaria el intertexto (Sarlo, citada en Saítta, 2004: 243). Y la teoría del intertexto hace sistema -o parte de la misma base epistemológica- con su teoría de la hibridación cultural. Por otra parte, opera como un reconocimiento hacia un escritor periférico que supo manifestar antes en la ficción, el problema que luego desarrollan teóricos literarios de países centrales, especialmente los franceses (Michael Foucault, Jacques Lacan, Roland Barthes, Jacques Derrida).

Bien; retomamos el planteo de García Canclini. Está diciendo que ya no es útil pensar desde las tradiciones nacional-populistas, y que los intelectuales y artistas se intenten acercar al público. El otrora “pueblo”, ahora público y consumidor, opera sus agenciamientos en los intercambios con el mercado, el nuevo espacio donde se administra la relación entre las culturas culta, masiva y popular. Entonces, allí, en un mercado pretendidamente “democrático”, los intelectuales y artistas, perdido el valor de la política y el Estado, tienen un papel secundario y hacen lecturas de segundo grado, mediante, por ejemplo, la ironía, la distancia crítica, la reelaboración lúdica. Así, el rol y la responsabilidad de García Canclini en tanto posible intelectual se desdibuja al pasar a formar parte del engranaje del mercado, donde él se ubica como un experto observador de los procesos.

Y en relación con este desplazamiento del rol del intelectual, la pregunta por quién representa la cultura popular en la cultura masiva, pierde peso en la teoría de los consumos culturales de García Canclini. No interesa la cultura popular como lugar para pensar la cultura. Y al descartar la cultura popular como lugar para pensar desde/sobre la cultura latinoamericana, se elimina una herramienta para pensar en términos de conflictos socio-culturales (Ortiz, 1989). No hay sujetos del conflicto, no hay naciones, hay una “*comunidad hermenéutica de consumidores?*” (García Canclini, 1991) que atraviesa las clases sociales, las naciones, los límites territoriales e historias políticas. Y hay allí una confluencia con el pensamiento de Renato Ortiz (1996), que dice que lo masivo no sirve ya para pensar la cultura contemporánea, pues este término está signado por mandatos ideológicos. Ortiz toma a Raymond Williams, que dice: “Masa fue una palabra usada para sustituir multitud. De hecho, no hay masas; existen, apenas, maneras de ver a las personas como masas” (Williams, citado en Ortiz, 1996: 93). Y así, hallamos la primera y más seria ruptura en nuestra investigación. Un corte, ya

que para estos dos expertos, nuestra pregunta de investigación (quién representa lo popular en lo masivo) cae en un vacío. Encontramos algunas voces en desacuerdo, y las tomamos en breve.

Balance

Néstor García Canclini se nos presenta como el agente que aprovecha más y mejor las herramientas legadas por Jesús Martín-Barbero (1987). Toma de Martín-Barbero el concepto de modernidad y la propuesta teórico-metodológica de pasar del estudio de los medios hacia el de las mediaciones. Pero con respecto a Martín-Barbero, García Canclini profundiza algunos desplazamientos iniciados por aquél, como es la eliminación del conflicto. A partir del estudio de los consumos culturales, se vacía el lugar de las resistencias, desvíos o escamoteos como afrentas a la cultura dominante. Si en Martín-Barbero hay una transición, García Canclini va a fondo con el desplazamiento. Si en el primero encontramos una tensión entre la reproducción y la creación en el marco de la teoría gramsciana y freireana de la hegemonía, en García Canclini, esto está cada vez menos. Y si Martín-Barbero reivindica el lugar del intelectual, ahora ese lugar queda desviado, descentrado. Podemos ver cómo García Canclini desplaza el eje de lo popular por el estudio del consumo cultural. Y a partir de allí, se encuentra poco sobre el problema de las desigualdades de acceso a los bienes materiales y simbólicos, porque el consumo sigue siendo pensado desde, y por, el lugar de la producción. No queda más espacio que el de la reproducción (Trigo, 1997: 160).

En García Canclini, contemporáneamente a las teorías del fin de la historia y los grandes relatos, hay un trabajo conciente contra las teorías que remiten a una idea de totalidad. Y así, la teoría tiene un efecto (y cae en un proceso) de despolitización. Al concebir los sujetos como consumidores y ciudadanos, se deja de pensar en términos de totalidad y se diluye el lugar del poder en tanto se lo toma como dato, y no como problema. Esta es una derivación del concepto foucaultiano que comenzamos a ver con Martín-Barbero: si se pierde el centro, no hay evidencias empíricas del poder. Hay así, un alejamiento total del paradigma que marcó la fundación del campo de la comunicación y la cultura: la crítica ideológica.

Estos desplazamientos en el campo se ven también en otros trabajos de la época, pero traducidos en un subjetivismo radical, una celebración de la ciudadanía de los sectores populares ejercida en el consumo de la televisión. Y por otro lado, en un coro de voces críticas que pretenden reintroducir algún elemento de la “estructura” o sistema de relaciones sociales. Por ejemplo Sergio Caletti dice, en 1992, que “la recepción ya no alcanza”, alegando que ésta, de un programa de investigación estimulante, pasa a convertirse en una ideología de la recepción que tiende a

reconvertir interrogantes en respuestas. Además, aparece en este debate la intelectualidad del proyecto de *Comunicación y cultura*. Armand y Michèle Mattelart, por ejemplo, en 1986 cuestionan que se “olvide” el poder de los medios de comunicación y se abandonen los estudios sobre propiedad de medios:

(...) es grande la tentación de apoderarse de esta renovación conceptual relativa al consumo activo y a la puesta de relieve de la capacidad de lecturas insólitas y asombrosas, con el fin de respaldar las tesis que minimizarían el papel estratégico que desempeñan los medios de comunicación en la reproducción de las relaciones sociales. Para, así, desvirtuar la necesidad de seguir construyendo una economía política de la producción mediática, inseparable, a su vez, de una “economía” de los procedimientos de consumo (Mattelart - Mattelart, 1986: 106).

Por su parte, Héctor Schmucler, en 1994, critica aquellas teorías sobre la recepción que imaginan al receptor como un ser con plena autonomía, que haría distintos usos de aquello que le ofrece el mercado. Cuestiona la equiparación entre libre elección del consumidor, y libertad y agenciamiento político. Propone que, más que analizar cómo se ejerce la voluntad de la gente, se observe cómo se constituye esa voluntad. Hacia allí también va la crítica de Beatriz Sarlo a Oscar Landi⁴⁹. Hay, hacia principios de los noventa, una reposición del debate sobre la función/rol del intelectual. Una reacción luego del desencanto ante una cultura cuyo ritmo está hegemonícamente marcado por la cultura masiva del mercado cultural, donde el elemento de mayor gravitación es la televisión.

Landi es un docente e investigador dedicado a pensar la relación entre cultura, política y medios, militante del Partido comunista y luego cercano al peronismo. En 1992, publica *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*. En este texto, el motivo vuelve a ser el medio y no los sectores populares, definidos esta vez como “gente”, mitigado el carácter político del término “pueblo”. La cultura de la “gente” y la de elite son amalgamadas por la potencia inclusiva de la cultura masiva de los medios de comunicación. Dice Ana Wortman (2002): “la conformación de un escenario massmediático como parte de una transformación civilizatoria universal impone repensar nuestros valores, sentidos y representaciones ya que implica la constitución de un nuevo fundamento cultural y en forma determinante modifica la política y el vínculo del sistema político con los distintos sectores sociales” (Wortman, 2002: 333). Desde este lugar, las perspectivas críticas quedan descalificadas por anacrónicas, y con ellas, la participación del

⁴⁹ Sarlo y Landi se forman intelectual y políticamente en el clima cultural de los sesenta, en discursos de creciente institucionalización de las ciencias sociales y las humanidades, en un contexto de radicalización de los sectores medios, una nueva mirada desde la izquierda sobre el peronismo y el impacto de la Revolución Cubana en el debate marxista tradicional, entre otros rasgos. (Wortman, 2002). Sarlo en su juventud es maoísta, Landi, comunista.

intelectual. Y es que se plantea que entre la televisión y la “gente” no se necesita ninguna mediación que provenga de la intelectualidad.

Desde la otra posición, la directora de *Punto de Vista* le hace una crítica al libro de Landi en el artículo “La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión”. Se revaloriza la posición del intelectual que participa de la cultura desde un posicionamiento político y que “se identifica en forma militante con la causa de la modernidad tomada como sinónimo de sociedad democrática e igualitarista, identificándose con quienes sostienen que neoliberalismo es igual a posmodernismo –Sarlo, 1994b-” (Wortman, 2002: 333). Sarlo le critica a Landi que su abordaje no exige aval teórico sino que se impone por la empiria de la televisión contemporánea. Allí anida entonces –otra vez, como frente a los populistas-, una crítica a la desvalorización de la cultura letrada. Pues si la operación sugerida por Landi, es realizada por un intelectual, se produce una implosión: se deslegitiman los bienes de la cultura culta, y con ello, el lugar del intelectual. El mismo lugar de Sarlo:

¿Qué estaba pidiendo finalmente en *Escenas de la vida posmoderna* y que posiblemente fue mejor entendido por su público menos especializado? Por supuesto, no quería, como sugiere Bauman en una de sus conclusiones, ser el tejedor de la red de discursos sociales, sino poner el discurso en esa red, subrayar mi discurso, del mismo modo que los expertos y los medios subrayan el que emiten (Sarlo, 1996: 42).

Ante la creciente subjetivización, el evidente desuso del término popular en los discursos circulantes, pero principalmente en las filas académicas e intelectuales, Sarlo pretende retomar el debate en términos de relaciones entre dispositivos culturales:

La televisión (y la de Argentina es un caso ejemplar, porque otros países no han abandonado totalmente al mercado la gestión de una nueva cultura), pocas veces cumple esa función democratizadora del patrimonio cultural, que no significa (como quiere Landi para liquidar rápidamente el argumento) difundir “obras literarias” (Sarlo, 1992: 14).

Frente al creciente desinterés por los agentes del campo intelectual en el Estado, Sarlo insiste en rescatar el rol de éste último como institución democratizadora de bienes simbólicos. Y que antes de ver qué hace la “gente” con la televisión, es necesario ver con qué recursos cuenta la “gente” para consumirla, lo mismo que reclamaba Schmucler en 1994.

Fuentes primarias:

García Canclini, Néstor (junio/1987). “Ni folklórico ni masivo, ¿Qué es lo popular?”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, N° 17.

----- (1984). “¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?”, en *Punto de Vista*, Buenos Aires, N° 20.

----- (junio/1991). “El consumo sirve para pensar”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima. N° 30. Disponible en: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/30-01NestorGarcia.pdf

----- (1992). “Entrada” y “Artistas, intermediarios y público: ¿innovar o democratizar?”, en *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Sudamericana.

Landi, Oscar (1992). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, que hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta.

Sarlo, Beatriz (noviembre/1992). “La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión”, en *Punto de Vista*, Buenos Aires, N° 44.

----- (agosto/1996). “Retomar el debate”, en *Punto de vista*, Buenos Aires, N° 55.

Fuentes secundarias:

Alabarces, Pablo – **Rodríguez**, María Graciela -comps.- (2008). *Resistencias y mediaciones*, Buenos Aires, Paidós.

Altamirano, Carlos (2005). “Intelectuales y pueblo”, en *Para un programa de historia intelectual y otros ensayos*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Bauman, Zygmund (2006 [2003]). *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económico.

Caletti, Sergio (marzo/1993). “La recepción ya no alcanza”, en *Comunicación, Breviario de la Carrera de Ciencias de la Comunicación*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Buenos Aires, N° 3.

Foucault, Michael (1991). *Microfísica del poder*, Madrid, La Piqueta.

Fukuyama, Francis (1992). *El fin de la historia y el último hombre*, Barcelona, Planeta.

Grimson, Alejandro; **Varela**, Mirta (2002). “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, en Mato, Daniel (coord): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) Y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

Lyotard, Jean Francois (1989). *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*, Buenos Aires, Teorema.

Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, México, Gustavo Gili.

Martuccelli, Danilo - **Svampa**, Maristella (1997). *La plaza vacía*, Buenos Aires, Losada.

Mattelart, Armand – **Mattelart**, Michèle (1986). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, Madrid, Fundesco.

Ortiz, Renato (marzo/1989). “Notas históricas sobre el concepto de cultura popular”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, N° 23.

----- (1996). “Cultura, comunicación y masa”, en *Otro territorio*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.

Saintout, Florencia - **Ferrante**, Natalia (nov.-dic./2004). “Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos”, en Boletín Temático ALAIC. Estudios de recepción, N° 20.

Sartori, Giovanni (1992). *Elementos de teoría política*, Madrid, Alianza Editorial.

Schmucler, Héctor (primavera/1994). “Entrevista”, en *Causas y azares*, Buenos Aires, N° 1.

Svampa, Maristella (2006). *El dilema argentino: civilización o barbarie*, Buenos Aires, Aguilea, Altea, Taurus, Alfaguara.

Trigo, Abril (1997). “De la transculturación (a/en) lo transnacional”, en Moraña, Mabel, ed.. *Ángel Rama y los estudios latinoamericanos*, Pittsburgh, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, Universidad de Pittsburgh.

Vasallo de Lopes, María Inmacollata (1999). “La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas”, en *Diálogos de la comunicación*, Lima, N° 56.

Verbitsky, Horacio (2010). *La mano izquierda de Dios*, Buenos Aires, Sudamericana.

Wortman, Ana (2002). “Vaivenes del campo intelectual político cultural en la Argentina”, en Mato, Daniel (coord.): *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

6- Conclusiones

A esta tesis la sostiene una tensión: la relación entre lo popular, lo masivo y lo letrado. Una tríada que en el siglo XX resulta insoslayable para pensar los agenciamientos de los sujetos populares en el campo político. El recorrido que hacemos hoy por el campo de la comunicación y la cultura argentino y latinoamericano -a la luz del nuevo escenario planteado por la Ley de Servicios Audiovisuales-, nos deja delineado un mapa del poder, diversas respuestas que emanan del campo intelectual ante el desafío que constituyen los medios masivos de comunicación. Y es que desde la década del sesenta, la cultura mediática no ha dejado de crecer en cuanto a su poder de configurar culturas y representaciones, mediante lógicas que exceden la de la cultura letrada. Lo que los intelectuales han salido a disputarle a los medios en la arena pública, son las legitimidades para hablar en nombre del “pueblo”, de la “gente”. Pero los intelectuales nunca están solos, están respaldados (o hablan en nombre de) proyectos políticos, culturales, generacionales, académicos o de tradiciones de pensamiento. Los primeros agentes del campo, que provienen del ámbito de las letras y la sociología, imbuidos en el clima de época que es pensar todo desde la política, ven en las clases populares una cultura popular que le puede hacer una afrenta al poder. Después de la primera mitad de los setenta, con la llegada de las dictaduras a América Latina, se produce un desplazamiento de las concepciones de lo popular. Se comienza a pensar cada vez más en términos de reproducción y cada vez en menos de creación, a la vez que crece el ritmo de la profesionalización de las prácticas de los agentes del campo. Se requieren nuevas formas de *expertise* y sedes académicas, redes institucionales, profesionales, publicaciones. El campo se nutre de saberes de diversas disciplinas y hacia finales de los ochenta y principios de los noventa, se institucionaliza.

En la primera mitad de los noventa encontramos el punto de ruptura de la investigación, ya que el vaciamiento de la tradición nacional-populista y la perspectiva de la inutilidad de pensar los problemas latinoamericanos en términos de lo popular y lo masivo, le ponen un punto final a nuestro recorrido. Y es que el mercado cultural de alguna forma le gana, principalmente en los años del neoliberalismo, el poder de representación de los sujetos populares, a los sujetos letrados, a los provenientes de la crítica y de la academia. Las preocupaciones políticas que marcan la fundación del campo allá por los sesenta y setenta, en los noventa parecen diluirse sin continuidad de solución. El campo parece adquirir autonomía a la vez que las representaciones sobre los sujetos populares quedan sometidos al populismo plebeyista de los medios. La vida privada de los pobres relatada por los medios, con una estética del detalle: niños hambrientos, ranchos registrados por las cámaras de

empresas multinacionales, cárceles repletas de pobres. Relatos marginales en primera persona, casos que buscan erigirse en nombre de tantos, que buscan aparentar un pluralismo democrático y así resolver el problema de la representación de lo popular.

¿Cuál es el elemento recurrente que aparece a lo largo de la tesis?: que la política y el poder estuvieron siempre presentes en el campo, incluso en los noventa –silenciados-. Porque al construir nuestro objeto de estudio en relación a lo popular permeamos el análisis de política y de discursos sobre el poder. Porque la pregunta por lo popular es una herramienta que permite introducir y poner sobre la mesa el conflicto social de inclusión y exclusión de los sujetos subalternos en la vida pública del país. Y lo que hacemos al rescatar las reflexiones de los intelectuales sobre las relaciones culturales entre lo popular, lo culto y lo masivo, es indagar en el problema de la creación y reproducción de sentidos. Pregunta que no ha tenido una resolución y que no la tendrá, excepto en cristalizaciones. No la tendrá porque es un problema de relaciones entre discursos. Discursos que se miden en la arena pública mediante los diferentes grados de poder alcanzados por los dispositivos culturales para imponer su relato. Los agentes del campo, desde la década del sesenta, van perdiendo el poder como intelectuales, y ganan más terreno como expertos. El ámbito deja de ser el de los proyectos culturales, políticos, y es cada vez más la universidad la que los integra y les da relevancia pública para explicar los devaneos sociales.

Y en nuestra búsqueda, nos encontramos con un desencanto. Y es que, hacia principios de los noventa, el conflicto desaparece del vocabulario académico: ya no se habla de “pueblo”, se habla de “gente”, de ciudadanos que redimen sus necesidades en el consumo. Las voces alternativas que introducen el conflicto quedan debilitadas porque todo se resuelve en el discurso monológico del mercado. Recordamos que, nuestra generación, los que hoy tenemos entre 25 y 30 años, construimos nuestra adolescencia en el entramado de la cultura neoliberal. Pero desde hace algunos años y, particularmente desde el 2009 en Argentina, se ha dado otro giro. La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual ha venido a politizar y poner en el centro del debate la necesaria democratización del espacio escenificado por los medios de comunicación, regidos hasta ahora por las leyes del mercado. Y con ello, se ha vuelto a hablar de lo popular en relación a lo masivo. Lo que se pregunta la Ley de Servicios de Comunicación es: quién representa lo popular en lo masivo, y sobre eso, legisla. Y hay allí una búsqueda de pensar la cultura a partir de la necesidad de pluralizar las voces y los discursos.