

Desafíos de lo popular a la razón dualista
Jesús Martín-Barbero

“Popular nombra aquello que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base, tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel patente como latente”.

José Vidal Beneyto

“Las sociedades contemporáneas tienen que constituir una cultura colectiva bastante sólida para impedir islotes subculturales, pero deben constituirlos con una radical ambigüedad de forma que se adapte a niveles de riqueza, prestigio y poder que son desiguales (...). La cultura de masas no es sólo un conjunto de objetos culturales, sino también un conjunto de modelos de comportamiento operantes”.

FRANCO ROSITI

“Realidad contradictoria y desafiante la de una sociedad de masa que, en la lógica de un capitalismo salvaje, hace coexistir y juntarse, de modo paradójicamente natural, la sofisticación de los medios de comunicación de masa con masas de sentimientos vehiculados por la cultura más tradicionalmente popular”.

MARLYSE MEYER

Nos hallamos en proceso de construcción de un nuevo modelo de análisis que coloca la *cultura* como mediación, social y teórica, de la *comunicación* con *lo popular*, que hace del espacio cultural el eje desde el que atisbar dimensiones inéditas del conflicto social y otorgar nuevos objetos a investigar. El reflatamiento de la problemática y del concepto de cultura es sintomático de la convergencia que evidencia últimamente las preocupaciones de los investigadores de comunicación con las de los historiadores y los analistas políticos. Y es de esa convergencia de preocupaciones sobre lo *cultural-popular* de la que la investigación de comunicación en América Latina recibe ahora su rasgo más caracterizador. Como si la pérdida de la identidad por el derrumbe de las fronteras que académicamente delimitaban el campo de la comunicación es lo que hubiera posibilitado a los investigadores de éste el encuentro y el aprovechamiento de la cercana reflexión que desde hace algún tiempo venían haciendo sociólogos y antropólogos, historiadores y politólogos.

1. PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y MATRICES DE CULTURA

Las rupturas que a fines de los años '70 empiezan a dibujarse no son meras rupturas teóricas, son más bien las huellas que en el espacio del quehacer teórico y metodológico están dejando ciertos desplazamientos en lo social y lo político. Comencemos por la ruptura con lo que Mattelart ha llamado la “*contrafascinación del poder*” (1), ese funcionalismo de izquierda según el cual el sistema se reproduce fatal, automáticamente y través de todos y cada uno de los procesos sociales. Concepción alimentada desde una teoría funcionalista de la ideología –por más marxista que ésta se proclame– y de una mitificación del imperialismo a través de lo cual, tratando de rescatar la unidad global de la dominación, se acabó cayendo en la atribución al poder o al imperialismo de una omnipotencia, de una ubicuidad y una omnisciencia completamente míticas. Frente a ese fatalismo paralizante, desmovilizador, estamos comenzando a comprender que si es cierto que el proceso de acumulación del capital requiere formas cada vez más perfeccionadas de control social y modalidades cada vez más totalitarias, también es la pluralización del poder. Estamos comenzando a romper con la imagen, o mejor con el imaginario, de un poder sin fisuras, sin brechas, sin contradicciones que a la vez lo

dinamizan y lo tornan vulnerable. Se trata, tanto en la teoría como en la acción política, de un desplazamiento estratégico de la atención hacia las zonas de tensión, hacia las fracturas que, ya no en abstracto sino en la realidad histórica y peculiar de cada formación social, presenta la dominación. Lo cual permite además empezar a valorar todas y cada una de las luchas que hacen explícita la pluralización de liberación femenina. En ese desplazamiento juega un papel fundamental la nueva concepción del Estado que está abriéndose camino y con la que se intenta dar cuenta tanto de las nuevas contradicciones a que le enfrenta el desarrollo de las multinacionales como de su intervención extendida hoy al conjunto de la vida cotidiana y la consiguiente politización de esa esfera social. En todo caso se rompe con una concepción instrumentalista del Estado “gendarme” y monolítico, ciegamente al servicio de la clase dominante, para dar paso a una visión del Estado como lugar de lucha y de conflictos específicos en las relaciones de poder.

La otra ruptura clave se produce en la toma de conciencia de *la actividad de los dominados* en cuanto cómplices de la dominación pero también en cuanto sujetos de la decodificación y la réplica a los discursos del amo. Respecto a la dimensión de complicidad, es toda la problemática del mal llamado “receptor” la que está siendo replanteada radicalmente por preguntas como: ¿Por qué soportan los hombres desde siglos la explotación, la humillación, la esclavitud, hasta el punto de quererlo no sólo para los demás sino para sí mismos? Esto es, ¿poniendo en juego qué contradicciones la dominación es también actividad y no sólo pasividad resignada en el dominado? ¿Qué en el dominado trabaja a favor de su dominación? (2) Y lo que van poniendo en claro esas preguntas es que sólo si la opresión es asumida como actividad del oprimido, sólo si se desmonta la complicidad del dominado, será posible romper con las diferentes formas de populismo y comprender que la liberación es problema su liberación. Esta perspectiva es fundamental es fundamental en la investigación de los medios masivos ya que esa complicidad, desde, y en, el imaginario colectivo, es la materia prima con que trabajan los Medios, ya que en ellos las esperanzas de las masas populares son cotidianamente atrapadas y vueltas contra esas mismas masas. Pero no sólo hay complicidad, también hay resistencia y réplica. Es nuestro sofisticado instrumental de análisis el que no está hecho para captar esa actividad. Apenas estamos comenzando a sentir la necesidad del desplazamiento metodológico que nos dé acceso a la lectura que los diferentes grupos populares llevan a cabo. Lectura en la que tratan de abrirse caminos otras veces, una palabra que introduce “ruido” y que burle y subvierte a su modo las relaciones de poder. Y ese “a su modo” está indicando la existencia de otra “gramática”, de otra lógica en la producción de sentido, en la actividad de deconstrucción que se realiza en la decodificación. Con lo que esto implica a su vez de reto a la imaginación metodológica para poner a punto unos procedimientos que no dejen por fuera esa actividad, como lo hacen irremediabilmente las entrevistas y los cuestionarios a que estamos acostumbrados. Porque esos cuestionarios llevan inscrita en la pregunta la posibilidad de respuesta y sólo ésa, pero en ellos no cabe una respuesta que se erija a su vez en pregunta y cuestione el lugar el poder desde el que es formulada. Porque además la actividad de decodificación no es abordable directamente sino sólo a través del reconocimiento de las huellas que en la lectura dejan ciertos procesos que tienen lugar a otro nivel, en el de la “estructura profunda”, esto es en el de la experiencia vital y social de esos grupos.

Una nueva agenda estratégica

Esas rupturas-desplazamientos están indicando un avance estratégico al contextualizar lo que se produce en los medios por relación a los demás espacios de lo cotidiano. Me

refiero a algunos espacios clave: el barrio como nuevo lugar de lucha por la identidad de los grupos populares, la calle como lugar de una violencia particular en el circuito inseguridad-represión y las diferentes formas de presencia de lo policial, los mercados y su peculiar articulación entre memoria popular e imaginario mercantil, el espacio escolar y familiar. Una pista, que me parece especialmente representativa de ese replanteamiento, es la señalada por los trabajos de sociología de la cultura que están llevando a cabo algunos investigadores ingleses de la comunicación G. Murdock y P. Golding (3). Se trata de una reflexión que retoma la problemática de la “industria cultural” pero liberándola de su sesgo apocalíptico y planteado como clave una nueva relación entre cultura y mercancía, una reconceptualización de los condicionamientos de lo cultural que define la determinación social ya no en términos de contenido, sino de fijación de límites y de imposición de demarcaciones. De otra parte la contribución de los medios a la valorización del capital y su rol en la producción y distribución de cultura especificada a través de su nuevo oficio en cuanto “productores de audiencia” y generadores de pautas de consumo.

Se configuran entonces como estratégicas tres campos de investigación en comunicación: el orden o estructura internacional de la información, el desarrollo de las tecnologías que fusionan las telecomunicaciones con la informática, y la llamada comunicación participativa, alternativa o popular.

La *estructura transnacional de la información* configura un campo en el que los investigadores latinoamericanos están siendo pioneros y en el que su aporte está siendo fundamental tanto en la formulación del problema como en el señalamiento de alternativas. Quizá en ningún otro campo la investigación ha estado tan eficazmente articulada a la denuncia y elaboración de políticas. Y es que en el estudio de esta problemática están convergiendo los conceptos más lúcidos de la investigación latinoamericana en ciencias sociales – y en especial de la teoría de la dependencia – con propuestas que recogen una vasta experiencia política y de trabajo en el ámbito de la cultura. A este respecto quisiera únicamente plantear la necesidad de ahondar en el estudio de las estructuras de producción de la información, pero no sólo en la dimensión económica de estas estructuras, que ha sido la más estudiada hasta ahora, sino también en la dimensión política e ideológica. En la política me refiero a las formas particulares y concretas de relación entre la estructura transnacional de la información y las estructuras nacionales de poder, posición de las burguesías nacionales, conflictos entre diferentes fracciones de clase y evolución a este propósito de los diferentes partidos políticos. En cuanto a la dimensión ideológica no me refiero al análisis ideológico de las noticias sino a los dispositivos ideológicos de enunciación-producción (4), esto es, a la división social del trabajo en la producción de información, a la especialización de las profesiones y a la sofisticación de las tareas, todo lo cual se materializa en reglas de acción y de discurso que se presentan investidas de la neutralidad de la técnica, enmascarando así las determinaciones sociales que las originan y rigen. Un ejemplo, que de ubica ya al final de la secuencia de producción, es el de los códigos que, en cuanto sistema de operaciones tecno-discursivas, regulan el hacer del camarógrafo y del editor de TV u que les permiten diferencias angulaciones, planos y formas de montaje que corresponden al discurso “informativo” por contraposición al resto de los discursos de televisión, es decir, de ficción, de espectáculos, etc. Estos códigos trabajan desde una competencia profesional que, a semejanza de la competencia lingüística, consiste en un saber no consciente que el camarógrafo o el editor adquieren haciendo su oficio, y través del cual se materializa un modo de ver, esto es un imaginario socialmente producido. En todo aquello encontramos la nueva forma que adquiere la vieja ideología de la objetividad, ahora reforzada por la magia de las nuevas tecnologías y de la jerga venida de la informática con las cuales de nuevo se convierte, fetichistamente, en propiedad o cualidad de las cosas lo que es un producto social. A la

vez que se escamotea el hecho de que es la sociedad la que define, la que determina históricamente qué es objetivo y qué no lo es. De manera que si un discurso aparece como objetivo frente a otro es porque las reglas que definen su producción, y su consumo, están conformes a la definición social de la objetividad. De manera que cambiar realmente de información implicaría cambiar de objetividad: a cada “objetivo” su objetividad. Necesitamos investigar esa ideología tecnocrática que permea y estiraliza muchos esfuerzos de contrainformación, de comunicación “alternativa”, precisamente porque lo alternativo a ellas no llega a cuestionar verdaderamente las estructuras ideológico-políticas de la producción de la información.

Desde *las nuevas tecnologías de comunicación* estamos enfocando un campo que se está convirtiendo aceleradamente en uno de los enclaves económico-políticos más decisivos. En los países altamente industrializados un tercio del producto nacional bruto procede ya de la manufactura o el proceso de información. Y por otra parte el desarrollo de esas tecnologías está directamente ligado a la carrera armamentista y a la conquista espacial. Las áreas sociales de experimentación y aplicación de las nuevas tecnologías de comunicación son principalmente: la automatización de los procesos productivos; la administración del Estado: computación de los ficheros cívico-policiales con el paso a los ficheros preventivos y de “perfiles globales”; la informática médica: que va de la computación en el manejo de aparatos altamente peligrosos hasta la “revolución” del ejercicio de la medicina con la automatización de toda clase de exámenes y análisis, lo que disminuye la necesidad de los especialistas; la escuela: la instrucción impartida por computadoras convirtiendo el saber en sólo saber buscar y utilizar; los medios masivos por la puesta en funcionamiento de los circuitos comunicativos que permiten el *feedback* instantáneo, aplicado tanto a la información noticiosa como a la compra de mercancías o al disfrute de programas culturales. Por la manera como el desarrollo de esas tecnologías es visto y proclamado por los voceros del sistema, parecía que en ellas se encuentra la solución a la crisis que atraviesa el capitalismo: la revolución tecnológica sería la única posible y desde luego la única eficaz (5). Los más optimistas piensan incluso que esas tecnologías ofrecen no sólo una salida a la crisis económica sino un avance importante en lo político: un nuevo modelo de democracia avanzada. Los *críticos* andan en general bastante desconcertados. Y sin embargo, pocas veces se ha hecho tan patente que la tecnología más que un conjunto de herramientas es una racionalidad práctica, e incluso la materialización de un modelo de sociedad. Mirar así la tecnología no implica en forma alguna el facilismo fatalista y suicida del rechazo sino por el contrario la exigencia de un análisis especialmente lúcido de ese “nuevo” modelo de sociedad y del peso relativo pero cierto que esas tecnologías tienen ya. Necesitamos de una investigación capaz de asumir la complejidad del reto que las tecnologías plantean: que no sólo relativice su eficacia fetiche y la mistificación que produce sino que sea capaz de poner al descubierto las virtualidades de transformación, las contradicciones que generan y por tanto las posibilidades de acción y de lucha que abren. Desglosando esa propuesta se pueden señalar como especialmente importantes: la transnacionalización de la telemática – fórmula francesa para nombrar telecomunicación más informática – no ya en el plano de la producción y el consumo de aparatos sino de la información en cuanto tal, esto es de la creación de “redes” multinacionales; los riesgos para las libertades, y los golpeados “derechos humanos” que se derivan de la centralización y funcionalización política de la información sobre la vida de los ciudadanos mediante la introducción de archivos electrónicos y las fichas de “perfiles globales” en las que se almacenan inclinaciones, tendencias de personalidad, rasgos potenciales de los ciudadanos, recogidas desde la adolescencia y que posteriormente podrán servir de “pruebas” judicial o penal; los nuevos conflictos que provocan la remodelación de las condiciones de trabajo, la disminución de mano de obra necesaria y su descalificación para ciertas tareas y la exigencia de cualificación

máxima para otras, es decir, la redistribución de las categorías y los niveles de decisión; la redefinición de las relaciones entre el estado y los medios de comunicación merced a la aceleración de la concentración de poder en las grandes transnacionales de la información y la remodelación de su rol mediador. Por el momento esas tecnologías y los procesos que provocan son un “privilegio” de los países ricos. Pero no se van a demorar en llegar a los países pobres. LA lógica y la presión del imperialismo harán que una vez más los países pobres necesiten, deseen y busquen, al precio que sea, ponerse al día en “comunicaciones”. Una vez más está preparada y justificada de antemano, y desde dentro, la invasión. Pero esta vez al menos los latinoamericanos tenemos la oportunidad de tomar conciencia del proceso desde su inicio, de estructurarlo en gestación para poder enfrentarlo preparados. Ojalá que esa oportunidad no se malgaste.

La *comunicación participativa alternativa popular* constituye el tercer ámbito estratégico. Aunque dicho de muchas maneras y con alcances muy diversos, desde los utópicos hasta los ceñidos a posibilidades de intervención inmediata, un propósito fundamental parece definir lo alternativo en materia de comunicación en Latinoamérica: transformar el proceso, la forma dominante y normal de la comunicación social, para que sean las clases y los grupos dominados los que tomen la palabra (6). Y en este sentido la comunicación alternativa no es aquí nada nuevo ya que desde las experiencias pioneras de Paulo Freire, proyectadas después a multitud de grupos en todos los países del continente, la comunicación ha estado ligada más a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o el tipo de medios utilizados. Esto es importante precisamente para salirle al paso a la moda que nos llega reduciendo lo alternativo a las posibilidades “dialógicas” que abren algunos medios nuevos. No estoy afirmando que las alternativas de comunicación popular deban ser únicamente marginales a los grandes medios, que no pueden existir alternativas que involucren a los medios masivos, estoy alertando contra la ya vieja y peligrosa ilusión – mcluhiana – de que lo alternativo pueda venir del medio en sí mismo. Frente a lo cual, y resumiendo las lecciones dejadas por un gran número de experiencias “alternativas” llevadas a cabo en países ricos y pobres, Vidal Beneyto afirma “lo alternativo o es popular o se degrada en juguetes y/o en máquina de dominio. Y popular quiere decir que lo que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base. Tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel patente como latente” (7).

Pero “lo popular” no es homogéneo y es necesario estudiarlo en el ambiguo y conflictivo proceso en que se produce y emerge hoy. De un lado está *lo popular como memoria* de otra economía, tanto política como simbólica, memoria de otra matriz cultural amordazada, negada. La que emerge en las prácticas que tienen lugar en las plazas de mercado campesino y aun urbano de Latinoamérica, en los cementerios, en las fiestas de pueblo y de barrio, etc. En todas esas prácticas se pueden rastrear ciertas señas de identidad a través de las cuales se expresa, se hace visible un discurso de resistencia y de réplica al discurso burgués. En pequeñas investigaciones sobre algunas de esas prácticas se hizo patente que esa memoria popular adquiere su sentido no desde la búsqueda de una recuperación nostálgica sino en la oposición a ese otro discurso que la niega frente al que se afirma una lucha desigual que remite al conflicto de las clases pero también más allá: al conflicto entre economía de la abstracción mercantil y del intercambio simbólico. De otro lado está *lo popular-masivo*: esto es lo masivo como negación y mediación histórica de lo popular. Pues la *cultura masiva* es negación de lo popular en la medida en que es una cultura producida para las masas, para su masificación y control, esto es, una cultura que tiende a negar las diferencias verdaderas, las conflictivas, reabsorbiendo y homogeneizando las identidades culturales de todo tipo. Lo masivo es entonces la imagen que la burguesía se hace de las masas, o mejor la imagen de sí mismas que éstas deben interiorizar para que cotidianamente sea

legitimada la dominación que aquélla ejerce. En ese sentido la cultura masiva no es algo tan nuevo, no es más que la forma que adquiere actualmente, en el estadio del capitalismo monopólico, el proyecto histórico que la burguesía produce para el pueblo desde finales del siglo XVIII al darse a sí misma un proyecto de “clase universal”. Pero lo masivo es también mediación histórica de lo popular, porque no sólo los contenidos y las expresiones populares, sino también las expectativas y los sistemas de valoración, el “gusto” popular, están siendo moldeados por lo masivo de manera que, como ha dicho Dufrenne “es en esa cultura en la que hoy las masas invierten deseo y de la que extraen placer” (8). Y ello mal que nos pese a los académicos e intelectuales que enmascaramos con demasiada frecuencia nuestros gustos de clase tras de etiquetas políticas que nos permiten rechazar la cultura masiva a nombre de la alienación que ella produce, cuando en realidad ese rechazo es a la clase a la que le “gusta” esa cultura, a su experiencia vital otra, “vulgar” y escandalosa, a la que va dirigido.

La *comunicación será alternativa* en la medida en que asuma la complejidad de esos procesos: si junto al lenguaje del medio se investigan también los códigos de percepción y reconocimiento, los dispositivos en los que se materializan y expresan, confundidos ya, la memoria popular y el imaginario de masa. Y valga como argumento de lo dicho lo que me contó un profesional de la comunicación que trabajó durante años en Radio Sutatenza, la famosa red colombiana de emisoras de “acción cultural popular”. Cuando las directivas de Radios Sutatenza hicieron su primera encuesta entre los campesinos había en ella una pregunta obvia: ¿qué programa es el que oyen más a diario? A la que una respuesta mayoritaria fue: el rezo del rosario. Las directivas desconcertadas no podían explicarse que entre tantos programas educativos y prácticos, de información agrícola, de entretención, etc., fuera el rezo del rosario el que gozara de mayor audiencia. Y convencidos de que la respuesta se debía a fallas de la encuesta o de los entrevistadores decidieron rehacerla y lanzarla de nuevo a los campesinos era el rezo del rosario. Uno de los encuestadores se puso entonces a preguntarles directamente a los campesinos el por qué de esa preferencia, y la respuesta fue: “porque es el único programa en que podemos contestar a los de Bogotá; en el rezo del rosario ellos dicen una parte del ‘Avemaría’ y nosotros la otra, es el único programa en que no hablan ellos solos”.

La comunicación desde lo popular: perder el objeto para ganar el proceso

La comprensión del sentido y alcance que han adquirido los estudios de comunicación en América Latina exige hacerse cargo de la convergencia entre la presión manifiesta de unos procesos tecno-económicos, que configuran una situación comunicacional nueva, con el agotamiento de algunas de las herramientas teóricas que se venían utilizando para abordar la nueva situación. De ahí la apuesta de algunos grupos de investigadores en decidirse a seguirle los pasos al proceso así sea a costa de perder el “objeto”. Pero como un itinerario es hueco si alguien no lo camina, me propongo en estas páginas describir mi propia travesía, nada lineal, poblada de no pocas dudas, aunque secretamente guiada por el convencimiento de que la pérdida de ciertas seguridades era y sigue siendo fundamental para poder ponernos a la escucha de las nuevas situaciones y problemas.

La importancia crucial que los procesos de comunicación comenzaron a adquirir en el último tercio del siglo XX tuvo su expresión inflada y sin embargo certera en el “todo es comunicación”, que vino a significar, más allá del nacimiento de otro ismo, la oscura percepción de que algunas de las contradicciones capitales de nuestra sociedad pasan hoy por ese nuevo eje en torno al cual giran no sólo gigantescas inversiones sino algunas decisiones políticas y culturales estratégicas. En relativamente poco tiempo *la comunicación* se ha convertido en América Latina en un campo de fuerzas, catalizador de algunas líneas de punta de la investigación social, a la vez que propicia sin duda una

moda académica. Lo que me importa señalar es que los procesos de inflación y banalización del tema cubren, tanto dentro como fuera de las universidades y los centros de investigación, un fenómeno que no podemos dejar escapar: la confusión y la ambigüedad inscritas incluso en la pluralidad de denominaciones del objeto de estudio, hablaban a su manera de la complejidad del asunto, de la pluralidad de dimensiones, y en cierta manera de las contradicciones que impiden acotar, cerrar el campo y colocarle una tranquilizante etiqueta académica como uno más de los campos de estudio.

Frente a esa ambigüedad y confusión sintomáticas se ha ido gestando una posición que reclama ante todo claridad y seriedad científica: ya está bien de revolturas y de denuncias la “conquista del concepto” tiene un costo y si queremos hacer ciencia no tenemos más remedio que desembarazarnos de todo lastre ideológico. La crisis que, después de los golpes militares en el cono sur, atraviesan las izquierdas latinoamericanas, con su secuela de desconcierto y de repliegue político serán buen caldo de cultivo para el chantaje cientifista. El “todo es comunicación” encontró su antídoto “la comunicación no es más que información”. El paradigma informacional entra entonces a adueñarse del campo, abonado como estaba por un funcionalismo que sobrevivió en la mayoría de las propuestas semióticas e incluso cierto marxismo. El desencanto político – y me refiero al desencanto en el terreno de comunicación, que va de la decepción por lo que pasó con el uso de los medios en el Chile de la Unidad Popular a la funcionalización que los gobiernos hacen de las políticas de comunicación – halló su salida en la tarea de hacer ciencia. Y ésta encontró en la teoría informacional un marco de conceptos precisos y de deslindes metodológicos. Todo ellos avalado por la “seriedad” de la matemática y la ingeniería capaces de ofrecer, con la cibernética, un modelo abarcador y globalizante. Que la teoría de la información ha logrado dar cuenta de la organización-transmisión-almacenamiento de la información, y que ello ha supuesto la invención de un modelo desde el cual pensar fecundamente problemas que van de la biología y la ingeniería a la medicina, ello es innegable. Pero de ahí a pensar que el modelo informacional es capaz de dar cuenta de los *procesos sociales* de comunicación hay un abismo.

Del otro lado, esto es el de aquellos a los que el paradigma informacional no logró seducir, la disyuntiva dejó de pasar por la necesidad de *una* teoría o una disciplina. Junto al *revival* positivista, hemos atravesado a finales de los '70 el agotamiento de una propuesta semiológica revestida del análisis marxista. Del lado semiológico la búsqueda compulsiva de una validación científica han llevado a la mayoría de los investigadores a un recorte del campo a partir del cual dejaron de ser relevantes los procesos masivos a la vez que el análisis tendía a dejar por fuera viejas variables “problemáticas” y a confundir capacidad de explicación con capacidad de formalización. El talante cuestionado y estimulante de aquella primera semiología de las lecturas ideológicas y desmitificantes cedía el paso a una propuesta mucho más madura, metodológicamente enriquecida con los aportes de una lingüística de la enunciación, pero cada día más encerrada en los texto y alejada del movimiento de lo social y los *problemas* que induce esa dinámica. Del lado del análisis marxista, nos topamos con un recelo continuado a tomar en serio la problemática de la comunicación y una profunda incomprensión de la especificidad de ese campo aun a pesar de la apertura a nuevas contradicciones del poder, un mecanicismo más sofisticado pero duro ejemoniza la reflexión. Perdida la confianza en el aporte real de los análisis ideológicos lo más seguro resultó volver al terreno firme de la infraestructura y del análisis político sin mediaciones. De un lado y de otro no pocos investigadores vieron llegado el momento de cambiar de tema, y se pasaron a campos menos problemáticos y académicamente más rentables.

La entrada en el mercado de las nuevas tecnologías de comunicación y la toma de conciencia de las peculiaridades del proceso de transnacionalización coinciden en América Latina con un rediseño radical del campo de investigación en comunicación.

En ese rediseño interviene el debate teórico-político reseñado, pero interviene sobre todo y decisivamente una experiencia compartida por un gran número de investigadores en la región (9). Esa experiencia, que todavía comporta no poco de opacidad, apunta hacia lo siguiente: el campo de los problemas de comunicación no puede ser delimitado desde la teoría, no puede serlo más que a partir de las prácticas sociales de comunicación, y esas prácticas en América Latina desbordan lo que pasa en los medios y se articulan a espacios y procesos políticos, religiosos, artísticos, etc. A través de los cuales las clases populares ejercen una actividad de resistencia y réplica. Pensar desde ahí la comunicación invalida tanto la linealidad del modelo informacional como la estrechez de los análisis políticos al uso, esos para los que lo político no es más que lo inmediatamente político, y para los que, como dice Portantiero (10), la hipóstasis de la forma “partido” ha llevado a la práctica desconocer y desvalorizar la multiplicidad de formas de protesta y la lucha popular.

Lo que se comienza a rescatar no es ya la mera no pasividad del receptor – eso lo había planteado Lazarsfeld hacía años (11) y la escuela de los usos y gratificaciones (12) lo había hecho incluso objeto de un modelo particular de análisis – sino algo bien distinto: la necesidad de cambiar el eje del análisis y su punto de partida. El rescate de los modos de réplica del dominado desplaza el proceso de decodificación del campo de la comunicación, con sus canales, sus medios, y sus mensajes, al campo de la cultura, de los conflictos entre culturas y de la hegemonía. Aceptar eso es también algo completamente distinto a “relativizar el poder de los medios”. El problema de fondo se ubica ahora a otro nivel: ya no en el de los medios sino en el de los “mediadores” (13) y los modelos culturales. Y ese desplazamiento coincide con los retos que venían del otro lado del campo, ya que los investigadores de “políticas de comunicación” comenzaba por su lado a problematizar la noción de Estado con que se venía trabajando, y ello a la luz de la crisis de los Estados nacionales no sólo en relación a la pérdida de su capacidad de decisión frente a los intereses transnacionales sino en relación también a las resistencias que en las culturas populares despierta y moviliza la homogeneización transnacional de las que los Estados están siendo vehículo más allá de la retórica y el chauvinismo (14).

Lo popular se configura entonces como ese “lugar” desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación, tanto que los desbordan los nacional “por arriba”, es decir, los procesos-macro que involucra la puesta en funcionamiento de los satélites y las tecnologías de la información, como los que los desbordan “por abajo” desde la multiplicidad de formas de protesta “regionales”, locales, ligadas a la existencia negada pero viva de la heterogeneidad cultural. Lo popular nada tiene que ver entonces con el sentido de marginalidad del que no han logrado librarse ciertas reflexiones sobre la comunicación alternativa y que remite en últimas a las tramposas teorías de la cultura de la pobreza. La alteridad cultural de que hablamos no resulta de una dinámica cultural hipostasiada que acaba refiriendo el problema a unos “orígenes” anteriores y exteriores al conflicto, sino de unas relaciones de dominio a través de las cuales se genera la hegemonía, esa que torna las diferencias en desigualdades y en obstáculo inaceptable para la expansión y homogeneización transnacional (15).

2. PROPUESTAS PARA REIMAGINAR EL CAMPO

Colocar lo popular como punto de arranque de la reflexión en comunicación no significa en modo alguno equiparar lo popular a un dato o a una idea, ya que esto equivaldría a convertirlo en una especie de “categoría universal interna” (16), es decir metafísica. Lo que buscamos es desplazar las coordenadas para delimitar lo investigable en comunicación a partir del aquí y el ahora de América Latina. Un *aquí* en el que la

cultura popular, a diferencia de los que pasa en Europa o los Estados Unidos, no nombra únicamente lo masivo o el museo sino un espacio de conflicto profundo y una dinámica cultural insoslayable. Y un *ahora* atravesado y sostenido por la *no contemporaneidad* entre los productos culturales que se consumen y el “lugar”, esto es el espacio social y cultural, desde el que esos productos son consumidos por las clases populares de América Latina. De ahí que pueda redefinirse entonces la problemática de comunicación en términos de *la relación entre lo popular y lo masivo*, ya que ella nos libera de seguir lamentándonos por lo que la cultura masiva le ha hecho a la cultura culta y nos posibilita empezar a preguntarnos por lo que la cultura de masa le ha hecho a, y ha hecho con, las culturas populares. Lo cual implica empezar a investigar sistemáticamente:

- la historia de esa relación, esto es el paradójico proceso de gestación de lo masivo a partir de lo particular.
- los modos de presencia/ausencia, de afirmación/negación de la memoria popular en los actuales procesos de massmediación.
- los usos populares de lo masivo, tanto experimentales o rediseño como de resemantización.

Necesitamos para ello tener en cuenta que el desplazamiento de las coordenadas del análisis “compromete” la posición del investigador puesto que la experiencia vital y estética de la que partimos es casi siempre la de la cultura, con el etnocentrismo de clase (17) que ella genera, y que nos lleva en la práctica a negar la validez de lo popular en cuanto cultura. Generalizando lo que M. Lauer afirma con relación a la plástica popular constatamos que ese etnocentrismo se traduce en “una indiferencia frente a la especificidad de las culturas marginales o dominadas y una incapacidad (cuando existe el interés) para aprehender a estas culturas, en su doble carácter de dominadas y de poseedoras de una existencia positiva a desarrollar” (18). Etnocentrismo que, disfrazado de retórica política, nos permite identificar la cultura de masas con procesos de vulgarización y envilecimiento de la cultura, y mistificar esa identificación rechazando lo masivo a nombre de la alienación que ella produce. Queda así enmascarado y ennoblecido con demasiada frecuencia, cuando no el asco, que en verdad nos produce lo que viene de o tiene que ver con aquella cultura otra, la vulgar, la del pueblo. Aparece entonces la imposibilidad de seguir identificando lo masivo con lo que pasa en los medios, ya que en lo masivo toma cuerpo un paradigma cultural que desborda los medios obligándolos a referir el sentido de éstos, fuera de ellos mismos, a los *mediadores*, a los *modelos culturales*, y por supuesto a los contextos – religiosos, escolar, familiar, etc. – desde los que, o en contraste con los cuales, viven los grupos y los individuos de esa cultura.

De lo popular a lo masivo o la recuperación de la historia

En el campo de la comunicación hablar de historia se ha reducido a historia se ha reducido a historia *de los medios* que, o autonomiza mcluhianamente a éstos dotándolos de sentido por sí mismos o hace depender ese sentido de su relación, casi siempre exterior y mecánica, con las fuerzas productivas y los intereses de clase. Ahora se trataría de otra cosa: de una historia de los procesos culturales en cuanto articuladores de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales. Lo que implica ubicar la comunicación en el espacio de las *mediaciones* en las que los procesos económicos dejan de ser un exterior de los procesos simbólicos y éstos a su vez aparecen como constitutivos y no sólo expresivos del sentido social. Porque no hay infraestructura o economía que escape a la dinámica significativa, no es posible seguir pensando por

separado y fetichistamente en plano de los procesos tecnológicos, industriales, y el de la producción y reproducción del sentido. Desde ahí se hace posible –teóricamente al menos – superar la concepción instrumentalista de los medios que, o los vacía de espesor y materialidad histórica pensándolos como meras herramientas en manos de la clase dominante o los reduce a su dimensión discursiva con lo que las luchas sociales que los atraviesan no serían más que luchas entre discursos. Y se hace posible esa superación en la medida en que aquellos de lo que se hace historia no es más ya el “desarrollo tecnológico” sino las operaciones a través de las cuales los códigos sociales de percepción y reconocimiento se inscriben y materializan en los códigos tecnológicos.

Pero la recuperación de la historia en este campo pasa sobre todo y específicamente por la otra cuestión: la de la relación de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales, que es, a mi ver, el modo como lo popular se inscribe constitutivamente en el análisis de los procesos culturales. Como ha mostrado E. P. Thompson (19) hay un momento en el desarrollo del capitalismo europeo en el que las luchas sociales transforman el sentido de la cultura tradicional, es decir de la vieja cultura popular, convirtiéndola en cultura de clase. Y ello mediante el uso rebelde que las clases populares hacen de sus tradiciones, de su moral, de sus viejos derechos y sus modos de comunicar. Y bien, será precisamente esa cultura de los almanaques y la literatura de cordel, de las canciones, los espectáculos de feria y la taberna la que será neutralizada y desactivada, de-formada por el proceso de masificación. De manera que, como he escrito en otro lugar “en el terreno de la cultura la masificación consiste en el proceso de inversión de sentido mediante el cual pasa a denominarse popular, en el siglo XIX, la cultura producida industrialmente para el consumo de las masas. Pues en el momento histórico en el que la cultura popular apunta a su constitución en cultura *de clase*, esta misma cultura va a ser minada desde dentro, hecho imposible y transformada en cultura *de masa*. Pero esa inversión sólo será posible por la cercanía que en el siglo XIX guarda aún la masa con las masas, de manera que la nueva cultura popular se constituye activando ciertas señas de identidad de la vieja cultura y neutralizando o deformando otras (20). Esa transformación del sentido de lo popular está ligada entonces no sólo ni principalmente con el desarrollo de los medios sino, como lúcidamente lo comprendió Gramsci, con los procesos de centralización política y homogeneización cultural – desintegración de las culturas populares – que exigió la constitución de los Estados nacionales, y con los procesos de desplazamiento de la legitimidad social que condujeron de la imposición violenta de la sumisión a la organización del consenso por hegemonía: a las relaciones del Estado-nación con lo nacional-popular (21).

En América Latina el avance de esta dirección fundamental de la investigación en comunicación pasa por el avance en la investigación de lo que Portantiero ha llamado “la desviación latinoamericana”: ese modo peculiar como las clases populares se han hecho presentes en el proceso de formación de los Estados nacionales, puesto que “las clases populares latinoamericanas llegaron a participar del sistema político sin expresar un impulso hegemónico, y quien las constituyó en pueblo no fue el desarrollo autónomo de sus organizaciones de clase sino la crisis política general y el rol objetivo que asumieron como equilibradoras de una nueva fase estatal” (22). La *cuestión nacional* aparece así asociada permanentemente a la cuestión populista, obligándonos a replantear la valoración del populismo, a dejar de mirarlo únicamente en cuanto proyecto estatal y a estudiarlo como “experiencia de clase que nacionalizó las grandes masas y les otorgó ciudadanía” (23). De otro lado la investigación en este terreno pasa a su vez por el estudio de la pluralidad cultural no sólo en cuanto condicionadora de la eficacia de los medios sino en cuanto fuente de resistencia al proceso de masificación generalizada, y ello ligado a la comprensión del proceso a través del cual las naciones se hicieron y configuraron a costa de esa pluralidad, desconociéndola o

instrumentalizándola (24). Lo cual implica investigar los modos específicos de desintegración de lo popular ligados a la construcción de lo nacional en América Latina, pero también los modos como lo popular *se nacionaliza*, es decir, irriga y configura desde los movimientos sociales de los años '20-'30, un proyecto nuevo de nación.

De lo masivo a lo popular: las huellas de la memoria desactivada

Desde el siglo pasado el concepto de *masa* aplicado a lo social dio asilo a los significados más opuestos. De Tocqueville a Le Bon pasando por Mannheim y Tarde, hasta Ortega, pero también por Nietzsche y Freud, la ambigüedad se mantiene dando lugar a extrañas convergencias de argumentos que provienen de posiciones irreconciliables mientras autores que comparten una posición ideológica llegan, a propósito de la cultura de masa, a las posiciones más dispares, piénsese por ejemplo en la polémica Adorno/Benjamín. Planteo esto de entrada para salir al paso del maniqueísmo vergonzante con que aún suele enfrentarse la cuestión: como si lo masivo estuviera también atravesado por las contradicciones y conflictos sociales. Maniqueísmo ligado a la persistencia, en uno y otro lado del espectro político, de aquella posición aristocrática proveniente de los ilustrados que le niega a las masas populares la menor capacidad de creación o de disfrute cultural, porque esa creatividad y ese disfrute serían precisamente la marca de la diferencia entre lo culto y lo inculto. De manera que una buena parte de ese placer de cultura que llaman estético reside ahí, en el sentimiento de la “distinción”, de la diferenciación exclusiva, esto es, identificadora. Ello nos ha impedido durante mucho tiempo plantearnos seriamente dos cuestiones clave: por qué las clases populares “invierten deseo y extraen placer” (25) de esa cultura que les niega como *sujetos*, y cómo la *demanda* popular es transformada en *consumo* de masa. Cuestiones que conducen la investigación hacia el análisis de los modos de presencia/ausencia, o mejor de afirmación/negación de lo popular en lo masivo; esto es, indagar los mecanismos, las operaciones a través de las cuales la memoria popular entra en complicidad con el imaginario de masa posibilitando que las esperanzas e incluso las rabias del pueblo sean atrapadas y vueltas contra él: las operaciones mediante las que lo masivo recupera y se apoya sobre lo popular. De la novela-folletín del siglo XIX al cine mexicano de los años '30-'40 y a la telenovela latinoamericana actual, lo masivo se constituye, se fabrica mucho menos en base a la divulgación o vulgarización de elementos provenientes de lo culto que mediante la explotación de mecanismos del reconocimiento popular. Es más, incluso allí donde se *vulgariza*, las técnicas que para ello se utilizan, los dispositivos que se ponen en funcionamiento no dejan de remitir a los modos de comunicación de esa cultura otra, la no letrada, en la que la repetición, el esquematismo o la velocidad del relato son mecanismos fundamentales de su modo de narrar.

Metodológicamente, ¿a qué nivel situar el análisis de la cultura de masas a la vez en cuanto reveladora de los efectos estructurales del capitalismo sobre la cultura y terreno por el que atraviesan, en diferentes direcciones, los movimientos y los conflictos sociales? Así por ejemplo, mirado desde esa perspectiva, la novela-folletín nos plantea la necesidad de orientar la investigación hacia la existencia de un nuevo público lector que no se explica únicamente por el encuentro de las nuevas máquinas con la codicia de los empresarios (26), ya que remite mucho más decisivamente a un proceso social clave: el de la conquista del espacio de la escritura, hasta entonces objeto de exclusión radical, y su transformación en un terreno de legitimación política y construcción de hegemonía a la vez que en dispositivo de reconocimiento cultural. De la misma manera el cine mexicano de los '30-'40 nos remite, como certera y reiteradamente lo ha planteado C. Monsiváis, más allá del reaccionarismo de sus contenidos y de la pobreza de sus formas al proceso de nacionalización del territorio y de configuración de la

nacionalidad mexicana (27). O como la telenovela latinoamericana nos habla a su manera de esa otra cara del “realismo mágico” que es la esquizofrenia cultural de unas masas populares sometidas a un proceso de homogeneización nacional y transnacional al que la telenovela remite mediante la colosal anacronía del melodrama (28).

Usos populares de lo masivo: entre la refuncionalización y el rediseño

Hay recuperación y deformación pero también hay réplica, complicidad pero también resistencia, hay dominación pero ésta no llega nunca a destruir la memoria de una identidad que se gesta precisamente en el conflicto que la dominación misma moviliza. Lo que necesitamos pensar entonces es lo que hace la gente con lo que hacen de ella, la no simetría entre los códigos del emisor y el receptor horadando permanentemente la hegemonía y dibujando la figura de su otro. El primer paso en este terreno está en no confundir la cultura popular ni con la industria cultural –porque sería confundir el rostro con la máscara y lo que importa es saber para qué se usa la máscara – ni con lo alternativo de los optimistas radicales. Monsiváis ha prestado una especial atención a esa dinámica de los usos: “la manera y los métodos en que colectividades sin poder político ni representación social *asimilan los ofrecimientos* a su alcance, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame hilos satíricos, se divierten y se conmueven sin modificarse ideológicamente. Las clases subalternas asumen, porque los queda otra, una industria vulgar y pedestre y, ciertamente, la *transforman* en fatalismo, autocomplacencia y degradación, pero *también en identidad regocijante y combativa*” (29).

El otro lado paso indispensable es el cuestionamiento de una concepción de lo alternativo que sigue reduciendo lo político a lo inmediatamente politizado y que nos retrotrae a la postulación de la transparencia del sentido en las relaciones de dominio. Como si lo popular fuera homogéneo fuera homogéneo y no plural, y sus formas de lucha pudieran ser uniformadas. En su confrontamiento con lo masivo la actividad de las clases populares se ejerce básicamente desde las zonas oscuras de la cotidianidad (30) y sin gramáticas que la regulen. Lo que no quiere decir que no tenga forma sino que al ejercerse desde el lugar del otro, del enemigo, su acción responde a una lógica especial, la “lógica de la coyuntura” (31), dependiente del tiempo, de las circunstancias y de ese peculiar sentido de desciframiento de la ocasión que sólo desarrolla el oprimido. No hay gramática pero sí hay texto, prácticas que hablan si se les sabe interrogar. Como lo hizo García Canclini con el uso ritual e identificadorio que de la grabadora hacen los chicanos (32). O el uso de refuncionalización de la grabadora y la radionovela que Rosa María Alfaro y su grupo de comunicadores ha descubierto que hacen unas campesinas inmigrantes en la ciudad de Lima, al usar la grabadora *ya no para escuchar lo que otros dicen sino para aprender a hablar nosotras*.

A partir de ahí, de la superación activa del maniqueísmo aristocratizante o populista, se pone al descubierto la necesidad de contar con algo así como un “mapa nocturno” que nos permita a la vez asumir la pluralidad de que están hecho esos usos y establecer articulaciones entre las *operaciones* – repliegue, de rechazo, de asimilación, de refuncionalización, de rediseño –, las *matrices* – de clase, de territorio, de etnia, de religión, de sexo, de edad –, los espacios – el hábitat, la fábrica, el barrio, la cárcel –, y los *medios* – micro como la grabadora o la fotografía, meso como el disco o el libro, macro como la prensa, la radio o la TV. Pero sin olvidar que en todo caso será un mapa “nocturno”, esto es cuya información remitirá siempre más a lo que se intuye y a la experiencia que a lo que se ve. Buena imagen esa para cifrar lo que para mí ha sido y es aún la travesía por la comunicación desde lo popular.

NOTAS

- (1) A. Mattelart, "Notas al margen del imperialismo cultural", *Comunicación y Cultura*, N° 6, México, 1979.
- (2) Ver J. Martín Barbero, "El debate latinoamericano sobre comunicación masiva", en *Comunicación masiva: discurso y poder*, CIESPAL, Quito, 1978; *La investigación en las facultades de comunicación: una experiencia y un proyecto*, mimeo, México, 1979.
- (3) G. Murdock y P. Golding, "Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase" en *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981, pp. 22-58. En ese volumen interesan también los textos de Ph. Eliot y St. Hall; también G. Murdock y P. Golding "Ideología y medios masivos: la cuestión de la determinación", *Cuadernos del TICOM*, N° 33, México, 1985, que contiene también el texto "Teorías de comunicación y teorías de la sociedad".
- (4) A. M. Netol, *Los mecanismos de discurso: el campo del poder y las perspectivas de participación popular*, CIESPAL, Quito, 1978.
- (5) H. Schmucler, "La investigación sobre comunicación masiva", *Comunicación y Cultura*, N° 5, Buenos Aires, 1975. Otros textos consultados a ese propósito: Informe final del Seminario *La investigación de la comunicación en América Latina*, Costa Rica, 1973; Informe de la Reunión de consulta *Investigación en comunicación para el desarrollo rural en Latinoamérica*, CIID, Bogotá, 1976; Informe final de la Reunión de expertos *Investigación en comunicación América Latina*, UNESCO, Panamá, 1978; Informe *Los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, UNESCO, París, 1978; Documento *Fundamentación teórica de la carrera de comunicación social*, UAM-Xochimilco, México, 1979.
- (6) J. Bosco Pinto, *La comunicación participativa como pedagogía del cambio: fundamentos epistemológicos*, CIESPAL, Quito, 1998.
- (7) J. V. Beneyto (Ed.), *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, CIS, Madrid, 1979.
- (8) M. Dufrenne, *L'art de masse n'existe pas*, UGE, París, 1974.
- (9) En hacer compartible esa experiencia ha jugado un papel fundamental el desarrollo de las asociaciones nacionales de esas asociaciones a través de la asociación latinoamericana ALAIC.
- (10) J. C. Portantiero, "Lo nacional-popular y la alternativa democrática en América Latina", en *América Latina '80: democracia y movimiento popular*, Desco, Lima, 1981, p.223.
- (11) P. Lazarsfeld y otros, *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*, Edhasa, Buenos Aires, 1962.
- (12) E. Katz y otros, "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, pp.252-285.
- (13) Ver sobre ese concepto a M. Martín Serrano, *La mediación social*, Akal, Madrid, 1977.
- (14) A. Mattelart tiene a ese respecto una fórmula bien esclarecedora cuando habla de "la cultura transnacional de uso interno" en *Comunicação, hegemonia e contraformação*, Intercom, São Paulo, 1982.
- (15) N. Casullo, "Reflexiones sobre la transnacionalización de la cultura" en *Comunicación transnacional: conflicto político y cultural*, Desco, Lima, 1982, p.57.
- (16) M. Lauer, *Crítica de la artesanía: Plástica y sociedad en los Andes peruanos*, Desco, Lima, 1982, p.50.
- (17) P. Bordieu, *La distinction. Critique sociales du jugement*, Minuit, París, 1979, p.112 y ss. Traducción al español, Taurus, Madrid, 1998.
- (18) M. Lauer, obra citada, p.49.

- (19) E. P. Thompson, *Tradición, revuelta y conciencia de clase*, Crítica, Barcelona, 1979, pp.13-61.
- (20) J. Martín-Barbero, *Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación*, ponencia en el Foro sobre “Comunicación y poder”, Lima, 1982.
- (21) A. Gramsci, “Concepto de ‘nacional-popular’” en *Cultura y Literatura*, Editorial Península, Barcelona, 1977, p.167 y ss.
- (22) J.C. Portantiero, obra citada, p.232.
- (23) *Ibid.*, p.234.
- (24) Sobre esto, tomando como referencia el caso colombiano, ver M. Findji, *Relación de la sociedad colombiana con las sociedades indígenas*, Medellín, 1980.
- (25) M. Dufrenne, *L’art de masse n’existe pas*, UGE, París, 1974, p.29.
- (26) Como pretende aún en su “panfletario” ensayo V. Brunori, *Sueños y mitos en la literatura de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- (27) C. Mosiváis, “El cine nacional”, en *Historia general de México*, vol. IV, El Colegio de México, México, 1996, p.434 y ss.
- (28) Sobre el sentido de esa anacronía, ver J. Martín-Barbero, “Memoria narrativa e industrial cultural”, en *Comunicación y Cultura*, N° 10, México.
- (29) C. Monsiváis, “Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares”, *Cuadernos políticos*, N° 30, pp. 42-34. Los subrayados son míos.
- (30) Sobre las luchas populares “implícitas e informales” y su no reconocimiento como lucha, ver C. Castoriadis, *La experiencia del movimiento obrero*, Tusquets, Barcelona, 1979, vol. 1, p.69 y ss.
- (31) Ese concepto ha sido trabajado por M. de Certeau en *L’invention du quotidien*, Gallimard, París, 1994, p. 75 y ss.
- (32) N. García Canclini, *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982, p. 86.