



ARCHICULTURA POP Y COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

POP ARCHAECULTURE AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

ARQUICULTURA POP E COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL

por Juan Carlos Fernández Serrato¹

(Consejo Audiovisual de Andalucía - c.serrato@tele2.es)

Revisão: Fabiana Grieco

Resumen: Recientemente, Antonio Méndez Rubio, en un trabajo titulado La apuesta invisible: Cultura, globalización y crítica social nos advertía de que “el punto ciego de la crítica cultural tiene que ver con el reto de comprender la cultura popular” (2003: 13). Pues bien, trasladando su afirmación al terreno que nos interesa explorar aquí, podemos decir que si algo se ha vuelto realmente confuso en el panorama de las teorías de la comunicación social en nuestro tiempo de la inflación informativa, la economía transnacional, el multiculturalismo creciente de las sociedades occidentales y la recolonización económica y cultural de aquellas otras periféricas al imperio (en el sentido de Hardt y Negri, 2000), es el lugar que ocupa la cultura popular en los esquemas definitorios de eso que llamamos de teorías de la comunicación intercultural.

Palabras-clave: cultura popular; comunicación; teoría de la comunicación.

Abstract: Antonio Méndez Rubio, recently advised in the book La apuesta invisible: cultura, globalización y crítica social that the “blind spot of the cultural review has to do with the goal of understanding the popular culture” (2003: 13). Taking this statement to the field we would like to explore, we might assume that if something became very confusing in the horizon of the communication theories in the time of informative inflation, the transnational economy, the growing multiculturalism in the West and the economic and cultural recolonization of societies in

¹ Juan Carlos Fernández Serrato es Doctor en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada por la Universidad de Granada. Actúa como profesor de Teoría de la Información en el Departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla y dirige la oficina de Defensa de la Audiencia en el Consejo Audiovisual de Andalucía. Su trabajo investigador abarca desde el campo de la crítica literaria hasta la Semiótica General, la Teoría de la Comunicación, la dimensión discursiva del pensamiento de Gilles Deleuze, los filósofos postestructuralistas, las culturas pop y las teorías hipertextuales y de la cibercultura.





the periphery of the Empire (in the sense of Hardt and Negri, 2000), is the place of the popular culture in the conceptual schemes of what is called intercultural communication.

Key-words: popular culture; communication; communication theory.

Resumo: Recentemente, Antonio Méndez Rubio, em um trabalho intitulado *La apuesta invisible: cultura, globalización y crítica social*, nos advertia que “o ponto cego da crítica cultural tem a ver com o objetivo de compreender a cultura popular” (2003: 13). Pois bem, transpondo sua afirmação ao terreno que nos interessa explorar aqui, podemos dizer que se alguma coisa se tornou realmente confusa no panorama das teorias da comunicação social em nosso tempo da inflação informativa, da economia transnacional, do multiculturalismo crescente das sociedades ocidentais e da recolonização econômica e cultural daquelas outras periféricas ao império (no sentido de Hardt e Negri, 2000), é o lugar que ocupa a cultura popular nos esquemas definitórios disso que chamamos teorias da comunicação intercultural.

Palavras-chave: cultura popular; comunicação; teoria da comunicação.

Recientemente, Antonio Méndez Rubio, en un trabajo titulado *la apuesta invisible: Cultura, globalización y crítica social*, nos advertía de que “el punto ciego de la crítica cultural tiene que ver con el reto de comprender la *cultura popular*” (2003: 13). Pues bien, trasladando su afirmación al terreno que nos interesa explorar aquí, podemos decir que si algo se ha vuelto realmente confuso en el panorama de las teorías de la comunicación social en nuestro tiempo de la inflación informativa, la economía transnacional, el multiculturalismo creciente de las sociedades occidentales y la recolonización económica y cultural de aquellas otras periféricas al *imperio* (en el sentido de Hardt y Negri, 2000), es el lugar que ocupa la cultura popular en los esquemas definitorios de eso que llamamos de teorías de la comunicación intercultural.

Por otra parte, los cambios de las sociedades occidentales superindustrializadas han sido de tal naturaleza (el imperio de la cultura de masas, la revolución tecnocomunicacional, la creciente importancia de lo que Mark Poster - 1992 - llama de





modo de información, al lado de la radicalización neoliberal del modo de producción del capitalismo tardío, el dominio de un discurso de autoridad basado en un pragmatismo sancionado por la efectividad mercantil, el ocaso de los grandes relatos ideológicos que puso de manifiesto J-F. Lyotard - 1979 -, el culto a lo sublime tecnológico como nuevo dios postmoderno que advirtió F. Jameson - 1991 -, etc.), que los valores que sustentan la cosmovisión de nuestra civilización de “primer mundo” se han transformado de manera más que evidente respecto a los principios ilustrados que fundamentaron la modernidad y sus ideologías.

Algunos, los más, se refieren a nuestro momento occidental como *post* o *trans* modernidad, otros como Guy Debord (los menos, por cierto) lo caracterizan como momento de la *sociedad del espectáculo integrado*, pero el caso es que la gran cantidad de apelativos que se usan en los estudios especializados para referirse a la resultante de estos cambios (cuyo punto de no retorno empieza a notarse inmediatamente después de la II Guerra Mundial, con la universalización del modo de vida norteamericano como modelo triunfante para el desarrollo social y, por lo tanto, como digno de imitación) implican necesariamente pensar que *efectivamente* algo ha cambiado en la cultura de nuestro mundo.

Y si una de las revoluciones más evidentes ha sido la de la relocalización de la alta cultura como cultura “distinguida” (Bourdieu, 1979), sin duda influyente, pero incapaz de incidir ideológicamente de una forma amplia y efectiva en lo inmediato, esto es, de marcar los valores que rigen el día a día de las gentes, con la consecuente cesión de su puesto de privilegio como Aparato Ideológico del Estado (Althusser, 1970) a la denominada cultura de masas y a sus discursos, géneros, modos de producción y sistemas de distribución. Se comprenderá que lo que nos traemos entre manos cuando hablamos





de “cultura” no es simplemente una divagación de diletante alejada de las políticas de la vida cotidiana, sino justo el centro simbólico en el que podemos reconocer de forma más clara la nueva situación postmoderna de las relaciones de poder y de las estrategias de dominación y subversión.

Fijémonos en el esquema que nos proponían Asante y Gudykunst (1989: 10), que damos traducido al castellano y gráficamente adaptado.



En él podemos reconocer la presencia explícita de la comunicación de masas, pero, ¿Dónde queda aquí la cultura popular? ¿No parece, por cierto, que la construcción de las identidades culturales en las diferentes civilizaciones humanas se sostiene sobre o viene dada históricamente a partir de las formas y costumbres tradicionales comúnmente admitidas como “populares”, y que serían estas las que posibilitarían la existencia de culturas diferenciadas, condición previa para que entre ellas pueda darse esa comunicación intercultural que se contempla en el esquema anterior? ¿No es la expresión “culturas del mundo”, que se utiliza en múltiples espacios de la comunicación social de masas y los negocios del pop, una equivalente a la marca de las diferencias etnográficas entre civilizaciones o culturas, entendidas al modo de diferencias de *weltanschauung*?





¿Acaso lo tradicional y lo popular no son exactamente nociones sinónimas, sino constructos ideológicos interesados? ¿Cómo pensar, entonces, la “cultura popular” - desde occidente, pues queremos escribir como sujetos implicados y no como (falsos) observadores imparciales - en el marco de la sociedad globalizada, el capitalismo tardío y el triunfo de la sensibilidad postmoderna? Este es nuestro problema, al que intentaremos responder por partes.

1. De la cultura a “las culturas”

La definición de cultura no es, como pudiera parecer, un espacio donde reine el acuerdo teórico. La concepción tradicional entre los antropólogos - que pretende ser neutral - se basa en los principios expuestos hacia 1871 por Edward Barnett Taylor en su clásico *Primitives Cultures*, donde proponía la siguiente: “aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, la moral, el derecho y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad” (*Apud.* San Martín Sala, 1999: 43).

Sin embargo, y aunque parezca que estamos ante una descripción aséptica y poco criticable de la esencia de los hechos culturales, la evolución de la ciencia antropológica ha puesto en duda la misma idea de “esencia” etnográfica. Clifford Geertz (1973), por ejemplo, advirtió que no podemos hablar en abstracto de “la cultura”, pues sólo podemos enfrentarnos a ella interpretando sus manifestaciones materiales concretas, ya que únicamente somos capaces de observar “hechos de cultura” no constantes, abstractas y esencialistas (que sería reelaboraciones del antropólogo realizadas *a posteriori*). Expresándolo en términos textualistas, Geertz entiende la cultura como un *documento*





activo que debe ser interpretado en cuanto mecanismo de producción de sentido, proceso signifiante, pues, marcado por su contexto de producción, localizable dentro del conjunto de acciones que constituye la conducta humana.

La perspectiva semiótica de Geertz no resulta en absoluto descabellada, considerándola desde un punto de vista estrictamente antropológico, puesto que lo que hacen la etnografía y la antropología cultural es precisamente interpretar y recontextualizar datos, esto es, leer sobre el texto vivo de las formas culturales, escribiendo un relato de lo que, en realidad, no puede más que ser experimentado como vivencia implicada. Tanto es así, que la antropología postmoderna, con James Clifford (*vid. p.e.* Clifford, 1988) a la cabeza, ha llegado a poner en duda incluso el hecho mismo de que sea posible construir una concepción unívoca y universal del fenómeno cultural.

Por su parte, Javier San Martín Sala, va aún más allá y critica en general las limitaciones de toda visión etnográfica de la cultura, cualesquiera que éstas sean, por el apego a un punto de vista externo que las caracteriza y que tiñe sus descripciones de un falso objetivismo:

(...) La limitación básica de la idea etnográfica de cultura, limitación que consiste en que la cultura es vista desde la adquisición de la cultura por parte de las personas que participan en ella y no desde la producción de la cultura, que es el requisito para que sea aprendida. Es evidente que para el antropólogo lo que podemos llamar “perspectiva de adquisición” es suficiente, porque va a describir una cultura ya formada, pues es lo que le interesa (...). (San Martín Sala, 1999: 48)

En este sentido, Ulf Hannerz (1996: 36-40) ha criticado también la concepción antropológica tradicionalista, al considerarla una forma de análisis demasiado dependiente de la botánica o la zoología clásicas, pues lo que acaba haciendo, en su afán por reproducir automáticamente algunos procedimientos de estas ciencias, es proponer





taxonomías y clasificaciones donde las variables de persona, lugar y cultura se dan intrínsecamente ligadas entre sí, al modo como una planta está ligada al territorio geológico en el que se da y a las condiciones climáticas que favorecen su crecimiento.

Todo lo cual posibilita una grave deformación de la idea de las relaciones culturales, al enmascarar su carácter de constructo artificial bajo una pátina de *naturalidad*, derivada de la mitificación de una cierta pureza de origen, compartida por “los naturales de”, “los semejantes a” o “los elegidos por”. Si aceptamos esta línea antropológica, por tanto, hemos de aceptar también que existe una correlación de interdependencia entre “un paquete organizado de significados y formas significativas a las que denominamos culturas” (Hannerz, 1999: 37-38), un territorio geográfico y una determinada concepción política de la vida social.

En cambio, en la perspectiva más filosófica, la que hunde sus raíces en la *paideia* helénica y tiene su primera sistematización moderna en la idea kantiana de *Kultur*, encontramos el acento puesto sobre el papel transformador de la cultura como acción productiva. Kant considera la cultura como realización de “aquello a lo que el ser humano como fin de la naturaleza está llamado para ser auténticamente maduro” (*apud.* San Martín Sala, 1999: 36); Dilthey como la suma de las “determinaciones reales de una naturaleza libre” (*id.* 37); y la Escuela de Frankfurt, con Adorno a la cabeza, opone la “cultura” como hecho civilizatorio a la “industria cultural”, a la cual Adorno califica en su *Teoría estética* (1970: 30) como auténtico “fracaso de la cultura”.

Siguiendo esta última línea de pensamiento, hemos de conceder que si la cultura representa la más alta aspiración del ser humano a realizarse como auténticamente humano, la transformación de las sociedades occidentales durante el siglo XX ha enfrentado por primera vez, a juicio de Adorno, las dos caras de una misma moneda. De





un lado, esa “cultura” (fruto de la modernidad ilustrada) capaz de liberar al hombre de sus circunstancias inmediatas al prestarse como herramienta para la transformación del mundo por la acción de la voluntad humana (Shopenhauer). Del otro, esa nueva anticultura industrial que se ha convertido en mercancía y no en representación de la realidad o de los deseos de la voluntad, sino de las leyes de funcionamiento del mercado capitalista. La evidente transcendentalidad de estos juicios no pueden ocultar que, en términos generales, para la visión filosófica (sea o no frankfurtiana) la cultura es un movimiento del espíritu que pretende incidir sobre el mundo de lo real a través de operaciones que se desarrollan en el universo simbólico.

Sin embargo, a nuestro juicio e independientemente de los debates epistemológicos apuntados, la oposición entre visión antropológica y visión filosófica no parece tan pertinente para una teoría crítica de la cultura como la oposición concreta entre relato *desde fuera* y práctica cultural *participante* (una crítica cultural consciente de que es una más de las prácticas de las que habla), puesto que no asumir la implicación del crítico en el mismo proceso cultural acaba colapsando la vitalidad inmarcesible de la actividad cultural. Como dice Adorno respecto a la actividad fundante de lo que tradicionalmente se he venido entendiendo por crítica cultural:

Al convertir la cultura en su objeto vuelve a cosificarla. Pero el sentido propio de la cultura es la suspensión de la cosificación. En cuanto la cultura se cuaja en “bienes culturales” y en su repugnante racionalización filosófica, los llamados “valores culturales”, pecan contra su *raison d’être*. En la destilación de estos valores - que no en vano recuerdan el lenguaje de la mercancía - se entrega a la voluntad del mercado” (1955: 228).

La cultura (la alta cultura, diríamos en términos de confrontación sociodiscursiva), con su “inutilidad” constituyente, es lo que, en suma, Adorno considera el elemento social más claramente contrapuesto a la economía mercantil y a la degradación del





conocimiento que ocurre en cuanto éste se deja convertir en mercancía, de manera que renunciar a su inutilidad mercantil lleva necesariamente a anular su potencia de discurso cultural transformador y lo torna simple objeto de compraventa sin trascendencia más allá del simple intercambio. Esta idea básicamente es la que dota a la concepción cultural frankfurtiana de un perfil necesariamente partidario, saludablemente implicado, es decir, seguro de que toda teoría debe asumir conscientemente una contaminación política (que de todas formas aparece siempre, por más científicamente depurada que una teoría social quiera presentarse ante nuestros ojos).

En realidad, la cultura es un fenómeno lo suficientemente complejo como para que sólo podamos referirnos a ella, desde el punto de vista descriptivo, como un proceso simbólico plural, complejo y en movimiento perpetuo. Aunque, dentro de este proceso abierto, habremos de admitir, de acuerdo con R. Redfield (1962: 444), que desde el punto de vista cuantitativo pueden distinguirse al menos tres niveles: *a)* el individual o idiosincrásico, *b)* el correspondiente a las comunidades permanentes de diverso tipo (locales, regionales, nacionales, de clase, etc.) y *c)* el universal o panhumano. A esto podríamos añadirle una dimensión cualitativa que desde una perspectiva más implicada, nos llevaría a establecer una dicotomía fundamental:

- a) La cultura como *formación-control*. La experiencia cultural puede ser una vivencia estructurada institucionalmente: escrita y recibida como documento contextualizado socio-históricamente, refracta unos *a priori* ideológicos y produce/reproduce nuevos ideogramas que entran en el universo simbólico compartido por una colectividad determinada. Estos procesos, en lugar de permitirnos tomar decisiones libres, *nos eligen y nos sitúan* socialmente. Aquí habría que recordar la formulación de los





aparatos Ideológicos del Estado que debemos a Louis Althusser (1970: 105-170).

- b) La cultura como *información-emancipación*. También experimentar y leer-hacer-deshacer-rehacer cultura puede convertirse en un movimiento de *desplazamiento rizomático*, capaz de proporcionarnos la información necesaria para trazar *líneas de fuga* por las que circule el deseo, fuera ya de las estructuras de presión que dimanen de los discursos normativos impuestos por las políticas dominantes. El acceso a la práctica cultural puede permitirnos, de esta manera, impulsar el libre fluir de los devenires, potenciar las tendencias hacia la evasión del sujeto social respecto de las normas que no desea acatar su voluntad, en una perpetua tensión dialógica entre la dimensión micro del sujeto atomizado y la dimensión macro de las instituciones, valores y costumbres de la vida en comunidad, que puede crear desplazamientos de *desterritorialización* y *reterritorialización*²: la construcción de una *identidad nómada* percibida en forma de continuas

² Las nociones de *territorialización*, *desterritorialización* y *reterritorialización*, bastante complejas, fueron acuñadas por Gilles Deleuze y Félix Guattari (1976 y 1980) como expresiones para nombrar el hecho de que la existencia material del ser humano (pero no sólo del ser humano) está anclada por puntos territoriales que lo sitúan respecto de códigos y procesos de codificación y decodificación. La situación de anclaje o territorio que nos contiene no constituye una situación constante y permanente, pues los organismos de toda especie son capaces de poner en práctica procesos evasivos de *desterritorialización*, “procesos que aseguran su autonomía y lo ponen en un conjunto de relaciones aleatorias con el exterior” (Deleuze y Guattari, 1980: 60). La operación de *agenciamiento* puede resumirse, para el caso del individuo socializado (e interpretando algo libremente a Deleuze y Guattari), en un hacer algo sobre el mundo en forma de *ponerse en disposición* o *disponerse*, esto es, enclavarse en un territorio, moverse hacia fuera o desterritorializarse y volver a enclavarse en determinadas coordenadas o reterritorializarse desde la voluntad libremente ejercida. Los mecanismos de desterritorialización, son los encargados, entre otras funciones, de expresar esa voluntad libre del individuo respecto de su situación social.





operaciones de agenciamiento sobre el mundo, la vida entendida como *work in progress*.

En otros términos, podríamos resumir estas dos dimensiones culturales en la aserción de que la cultura debe contemplarse como un discurso plural en movimiento. Marcado por una constante tensión entre, de un lado, una tendencia cohesiva a la homogeneidad simbólica que va construyendo los discursos de autoridad que funcionarán institucionalmente para una comunidad dada, y de otro, una dinámica compleja tendente a la apertura y la dispersión del sistema, propia de los procesos de transformación que afectan tanto a la dimensión cultural como a todas las demás esferas de la actividad social. En este sentido, lo que llamamos cultura, será siempre un espacio *rizomático*³ de procesos de acción (agenciamiento) simbólica.

2. Cultura popular y construcción de identidades

Según lo dicho más arriba, el rizoma cultural puede ser entendido de formas contradictorias. Bien como fórmula de dominación, cuando en los discursos de autoridad se ha sustituido la complejidad del rizoma por una cristalización simplificada en forma de sistema (o la fosilización institucionalizada de unos pocos y precisos *recorridos* por el rizoma, convertidos así en líneas fronterizas que trazan y clausuran un territorio, al que se le dota de un significado estable), lo que será utilizado por el poder hegemónico en forma de mecanismo de control. Pero también, como propuesta de liberación, pues de la

³ “(...) El rizoma conecta un punto cualquiera con otro punto cualquiera, y cada uno de sus trazos no remite necesariamente a trazos de la misma naturaleza, pone en juego regímenes de signos muy diferentes e incluso de no-signos. El rizoma no se deja reducir ni a lo Uno ni a lo múltiple” (Deleuze y Guattari, 1980: 25).





información cultural vivida en la experiencia, se pueden extraer las estrategias para el trazado de *líneas de fuga* desterritorializantes.

Todo lo dicho, no obsta para que reflexionemos un poco más sobre la distinción de Redfield (1962), dado que para una teoría de la comunicación intercultural tiene, a lo que se nos alcanza, una importancia definitiva. De hecho, podemos hablar de comunicación intercultural precisamente porque estamos distinguiendo esos niveles cuantitativamente diferenciados. Lo que más nos interesa en estos asuntos es el segundo, el que se sitúa por encima de la cultura idiosincrásica y representa a una colectividad permanente que va de lo local, pasando por lo nacional, hasta el nivel supranacional de la civilización. En esta dimensión es donde hemos de introducir una nueva diferencia cualitativa que representa la proyección de la institucionalización de la cultura como mecanismo de dominación: se trata de las distinciones entre *alta* y *baja* cultura, ésta última, identificada siempre con la idea de *cultura popular*.

A este respecto, Roger Chartier (1994:1) nos avisa que intentar delimitar dónde empieza y dónde acaba la cultura popular, implica también referirse a unas prácticas cuyos agentes nunca las identificarían como formando parte de algo definible en tanto “cultura popular”, por lo cual, se trata de una conceptualización producida desde una mirada externa. Esto es, la que se origina como fruto de una observación que se pretende no participante, y por eso se cree en el derecho de marcar y clasificar determinadas acciones sociales de carácter simbolizante como “populares”, respecto de otras a las que no considera representativas de esa entelequia romántica denominada “pueblo” (de aquí que hayamos identificado las distinciones cualitativas alto/bajo siendo actuaciones de una idea de cultura institucionalizada por el poder dominante como mecanismo de control y dominación). Así pues, si en el discurso culturalista de nuestra civilización occidental existe





la noción de “cultura popular” es que una parte de ese complejo, irreductible a la Unidad y a la mera suma multiplicada de singularidades, que es la actividad cultural, ha sido *limitado* con la intención de construir un territorio semiótico y político concreto. ¿Cuál?

En principio podríamos decir que la idea más comúnmente admitida de *cultura popular* tiene que ver con el folklore, el mudo rural y el apego a las tradiciones consuetudinarias. Como es sabido, a las prácticas folklóricas se las suele considerar, desde por lo menos el romanticismo de finales del siglo XVIII, como representaciones simbólicas del *espíritu* de un pueblo o *volkgeist* (susceptible de ser asimilado como esencia para la definición de la nación en cuanto conjunto de ciudadanos políticamente ordenados dentro de una cosmovisión cultural común), pues se supone que surgieron espontáneamente de la peculiar y propia manera en que un colectivo social se enfrenta como grupo a los retos del medio ambiente natural y de los acontecimientos que dimanan de la experiencia de vida de los hombres y las mujeres puestos en relación comunitaria. Así que, en primer lugar, “lo popular” parece identificarse con todo aquello ligado al “terruño”, así lo ejemplifica el poema de Hölderlin que José María Valverde tradujo como “Retorno a la patria/a los parientes” (*Heimkunft/An Die Verwandten*) y que glosó Heidegger en una conocida conferencia⁴:

“Todo parece familiar, el saludo de prisa al pasar también parece de amigos, todo rostro parece emparentado” (*cit.* Heidegger, 1944: 36)

⁴ M. Heidegger (1943-1944): “Retorno a la patria/a los parientes”, en: *Interpretaciones sobre la poesía de Hölderlin* (Barcelona, Ariel, 1983: 29-51). Allí escribe: “Ambas cosas, tierra y luz, ‘los ángeles de la casa’ y ‘los ángeles del año’, se llaman ‘los sustentadores’, porque, en cuanto se saludan, llevan al fulgor de la presencia lo claro, en cuya claridad se conserva a salvo la ‘Naturaleza’ de las cosas y de los hombres. *Lo que parece a salvo está ‘en su casa’ en su esencia.*” (Pág.39; las cursivas son nuestras).





Esta visión hogareña del poeta, que nos va contando lo que encuentra al llegar a su pueblo natal, incide en algunos puntos que consideramos básicos: el localismo, el tradicionalismo y el naturalismo. Estas tres ideas fundamentan las características que definen lo que desde el idealismo europeo se nos dice que experimentamos como hecho cultural socialmente “familiar” y que llega a identificarnos por estar cercanos a un conjunto determinado de individuos e instituciones (aquellos otros que saben reconocer esa “familiaridad” en los mismos hechos) casi rayanos en el parentesco.

Desde el romanticismo, como decimos, este tipo de visión de la confortabilidad de la patria chica, concebida a modo de lugar en el que nos reconocemos y donde nos sentimos “naturalmente” parte, se ha usado para marcar los rasgos diferenciales de una entidad superior, la nación, que se va definiendo en la comparación con otras naciones cuyas culturas “familiares” representarían otras formas peculiares y distintivas de ver el mundo (otro estilo de vida, otro “espíritu”...), el cual se habrían originado por efecto de unas condiciones ambientales diferentes respecto de “las nuestras”.

En suma, *lo local* queda ennoblecido a finales del siglo XVIII por una mirada que lo considera receptáculo esencial de las virtudes comunitarias de las gentes inscritas en un estado-nación⁵ y revela el deseo de establecer una relación directa entre los modos de vida de las gentes humildes, su existencia dependiente de los ritmos de vida y de trabajo que marca la naturaleza, con aquellos otros idearios burgueses que la entidad político-

⁵ En su ensayo *Imagined Communities* (1983), B. Anderson plantea la idea de que el salto de lo local o otras colectividades superiores hasta llegar a la idea de comunidad nacional se hizo posible, tal como la conocemos, gracias, entre otros factores económico-políticos, a la expansión de la tecnología de la imprenta y del negocio editorial. Esta revolución técnica permitió, por fin, a los hombres reconocer de forma lo suficientemente intensa que más allá de los límites del pueblo o de la comarca existían otros hombres que se les parecían, al mismo tiempo que se iban descubriendo los límites donde el parecido se hacía más difuso o incluso desaparecía, es decir, iba dibujándose con el lápiz de la distancia la geografía del “extranjero”.





administrativa “estado” convertirá - por la inercia de su propio funcionamiento político - en instituciones ideológicas, que empleará para la construcción, primero, y su reproducción, después, de los signos identitarios nacionales.

Por ello, ese pueblo y esas costumbres arraigadas y hogareñas, percibidas como “naturales” - lo que da lugar a una serie de mitos de los orígenes usados por el poder dominante para legitimar socialmente ese relato fantástico que sustenta todo nacionalismo - quedan convertidos en parte del relato burgués y despojados de su auténtica realidad. Es así como la cultura folklórica se va diluyendo, en el misterio de las tradiciones ancestrales hasta llegar en la civilización occidental del siglo XXI a quedar convertida en un simple vestigio del pasado, que los museos y los ministerios de cultura deben proteger.

En esta misma postmodernidad occidental del capitalismo transnacional y de las sociedades del espectáculo, la cultura popular suele identificarse no sólo con el mundo rural y las tradiciones ancestrales, sino también con lo exótico (si viene de fuera del *imperio*). Sobre todo con cualquier tipo de práctica cultural propia de o dirigida a las clases dominadas, dentro de las cuales entra tanto lo campesino como lo urbano, el jornalero como el obrero industrial, junto a todo tipo de minorías subalternas y marginadas (jóvenes, mujeres, homosexuales, inmigrantes, *lumpenproletariat*...). Esta confusión de lo popular con los modos de entender el mundo de las clases “bajas” dominadas lleva - en un movimiento justamente opuesto a aquel ennoblecimiento con que la habían rehabilitado los románticos - a igualar lo popular en términos generales a la cultura industrial de masas y a su consecuente desprestigio. Así lo apuntaba W. Bigsby en un trabajo de 1973 donde identifica automáticamente lo popular y lo masivo:





La dificultad de estudiar la cultura popular (para diferenciarla de la cultura folklórica o campesina) estriba en que tiende a relacionarse, tanto por parte de sus abogados como por la de sus detractores, con las fuerzas sociales que fueron esenciales para crearla; esto es, a la urbanización y la industrialización. Y como la sociedad tecnocrática no sólo ha creado el mercado de la cultura popular, sino también su forma, sus técnicas y sus temas, se confunde a menudo la reacción contra la tecnología con el rechazo a sus manifestaciones. Como se supone que el arte y la tecnología están en campos opuestos, la cultura popular, hija de la tecnología, se ha visto frecuentemente como símbolo de un nuevo embrutecimiento. (Bigsby, 1973: 11)

Bigsby está refiriéndose, evidentemente, a manifestaciones culturales como el cine de consumo, la música pop, el espectáculo televisivo, la publicidad, el cómic, la cultura de *reader digest*... En suma, a todo aquello a lo que nosotros denominaremos más adelante como *cultura pop*. Desde este punto de vista, lo popular queda identificado estrictamente con la clase social que *consume* determinadas productos simbólicos. En este sentido, es de agradecer que el teórico británico no se atenga del todo a la definición clasista ofrecida en el *Diccionario Oxford* (productos culturales creados por o del gusto de la “gente ordinaria”).

En su lugar, emplea para describir su objeto la yuxtaposición de dos perspectivas, la sociológica y la puramente discursiva, al definirlo - además de como una configuración ideológica ligada a las clases subalternas - en términos de géneros y textos producidos con la mediación de las tecnologías de la comunicación, de manera que la cultura popular contemporánea puede considerarse casi como un producto desgajado de la lógica discursiva de los *media* (“las actitudes y valores de quienes están excluidos de la *élite* intelectual, expresados a través de mitos, rituales y estilos de vida específicos de ese grupo excluido, y, en ocasiones, [...], opuesto a las artes intelectuales” - Bigsby, (1975/1976: 34), pero también como una “nueva cultura” que el hombre de la civilización





tecnológica está construyendo a través de los canales y tecnologías de la comunicación masiva.

A nuestro juicio, encontramos formulada aquí, la idea más acertada de lo que vamos a denominar *archicultura pop*, para evitar confusiones con el término “popular”, y a la que convendría entender como algo más que una simple suma de productos de diseño masivo y producción industrial

Por lo demás, hemos de hacer notar que, el sintagma *cultura popular* remitirá en el planteamiento de Bigsby, únicamente a esos productos *pop* que representan los gustos de las clases subalternas, relegando “lo popular campesino” a una forma de entender el mundo ya periclitada. Por lo tanto, esta concepción está implícitamente condenando a las clases y grupos sociales dominados al papel pasivo de meros consumidores que no pueden expresarse libremente, más que como sancionadores del gusto a través de la elección de una u otra de entre las respuestas estereotipadas que en los sondeos de opinión se les dan ya hechas de antemano, o en la simple acción de elegir consumir determinados productos que les ofrece la industria cultural en vez de otros similares.

Ahora, “lo popular” está dejando de ser considerado principalmente como un conjunto de esencias que simbolizan los valores de una nación, y cada vez más se lo considera como una simple etiqueta para dar nombre a un mercado de productos que dice representar el consumo de una determinada clase social (aunque nosotros pensamos, como explicaremos en el siguiente apartado, que su discurso ideológico representa algo más que el gusto de las clases dominadas).

En este sentido, nos parece obligado hacer notar - recordando la advertencia de Chartier expuesta al comienzo de este apartado - que en ambos casos (folklore e industria





cultural masiva pop) ninguno de los grupos y clases sociales que sustentan la idea de “lo popular” tienen capacidad de decisión para definir lo que ellos mismos construyen (cultura folklórica campesina) o el espectáculo audiovisual técnicamente mediado que consumen (para la cultura pop urbana), sino que son clasificados desde fuera por una mirada que responde a los intereses de las clases y grupos que encarnan el poder y las políticas económicas dominantes. En suma, el funcionamiento social de estas prácticas parece responder hoy al modelo que más arriba denominábamos como de *formación-control*.

Hagamos una última precisión. Las prácticas culturales - populares o no - en su funcionamiento formal pueden ser identificadas con el modelo del *discurso*: son enunciados (verbalmente textualizados o en cualquier otro lenguaje, visual, musical, mímico, etc.) y no olvidemos que todo discurso produce dos tipos de operaciones: una hermenéutica y otra expresiva. Es decir, los discursos nos sirven para decir, para construir, para formular, para establecer, para comunicar... ideas (actividad expresiva), pero además la lógica de su arquitectura semiótica nos sirve también para las operaciones de interpretación y comprensión de la realidad. El discurso es pues un método de construcción eidética de la realidad y, a la vez, una colección de pautas de lectura para la comprensión del mundo que nos rodea en un determinado sentido y no en otro.

Por eso R. Chartier (1994: 13) saca a colación el planteamiento que el historiador italiano Carlo Ginzburg propuso en su estudio sobre el proceso inquisitorial al que fue sometido un molinero friulano del siglo XVI acusado de herejía (*Il formaggio e il verni: Il cosmo di un mugnaio del'500*, publicado en 1976), esto es, que *lo popular* más que una categoría de producción de textos es una *manera de leer* (y nosotros añadimos: de *inscribirse* en la vida social y en los discursos e instituciones que la organizan en forma de





polisistema funcional y colección de “relatos”, como identidad idiosincrásica y, cuando ello es posible, participante de una determinada identidad colectiva).

3. Retóricas de lectura y escritura en la postmodernidad: industria cultural, *underground* y archicultura pop.

Si aceptamos como válido el planteamiento de C. Bigsby (1975) expuesto más arriba en sus rasgos principales, denominaremos “nueva cultura” a aquella que aparece constitutivamente ligada a la sociedad alfabetizada y tecnocrática occidental en esta época de industrialización masiva y capitalismo transnacional. En términos históricos deberíamos considerarla primero como “cultura popular americana” y luego, en paralelo al análisis del desarrollo en progresión geométrica del expansionismo económico norteamericano, como *supercultura* instalada en el modo de ver el mundo propio de occidente, esto es, como universo simbólico que representaría la lógica de los valores dominantes en occidente - y que se va extendiendo al resto del mundo - bajo el paraguas del neoimperialismo estadounidense, con lo que Bigsby adelanta, sin duda, algunas de las conclusiones a las que llegarán años más tarde Toni Negri y Michael Hardt (2000).

En cuanto al lugar social desde el que se producen los textos de la cultura de masas, difícilmente puede considerarse que sea el mismo que había alojado las manifestaciones de la cultura popular: las clases subalternas no constituyen para la industria cultural masiva un espacio de producción cultural, sino un mero campo social de recepción y consumo acrítico. La cultura masiva no se construye de abajo a arriba, como ocurría en las manifestaciones del folklore tradicional, sino que se diseña en los despachos de las corporaciones mediáticas siguiendo los dictados de los estudios de mercado y las estrategias de *marketing*.





Además, el negocio de la cultura de consumo percibe a sus receptores no en términos sociales cualitativos, sino en cuanto cifras de consumidores, de manera que estos tipos de productos culturales no se dirigen a un conjunto eidético determinado por la pertenencia a una clase social precisa, sino al común de los individuos socializados. No se puede decir, por esto, que exista una clase o grupo social hoy en las sociedades occidentales que permanezca ajeno a la seducción de la cultura masiva y a sus juegos de mercado; no obstante, las clases subalternas y los colectivos marginales, por su falta de formación en los discursos y las ideas de la alta cultura intelectual (el arte, el pensamiento y la ciencia), quedan inermes ante las estrategias de la industria cultural al no poder contrastar con otros universos simbólicos, los contenidos y formas que está consumiendo.

En otras palabras, lo que hoy posibilita una diferencia cultural definitoria es la capacidad o la falta de capacidad para mirar con distancia crítica la omnipresente y envolvente cultura de masas que constituye la dominante de las sociedades del espectáculo integrado. Sin embargo, la lucha revolucionaria por la extensión universal y gratuita de la cultura intelectual (las ciencias, las artes y el pensamiento social), el proyecto ilustrado cifrado en la esperanza de que la comprensión de la alta cultura conlleva automáticamente la formación de un espíritu crítico en los individuos, no es suficiente en un mundo dominado por la mercadotecnia más agresiva y las estrategias espectaculares de penetración subliminal de valores que obedecen a una lógica estrictamente comercial (valor conveniente = valor rentable).

A todas luces se ve que los criterios de producción vienen impuestos por la visión desde arriba del capitalismo postmoderno y que sólo el acceso a los lugares mismos y a las técnicas de producción (discursivas y tecnológicas) de la industria del espectáculo integrado hará posible una cultura masiva realmente democrática (aunque desde ese





momento habrá de dejar necesariamente de ser “masiva”). Así pues, si podemos decir que la cultura de masas produce/representa el gusto mayoritario y constituye el principal espacio de formación de las clases dominadas, también hemos de subrayar que, por la lógica de su funcionamiento mercantil, nunca tendrá en cuenta sus intereses y necesidades.

En consecuencia, no podemos llamar “cultura popular”, como hacía Bigsby, a la cultura de masas, equiparando sin más ambos sintagmas, puesto que la segunda no nace de un conjunto eidético perteneciente al pueblo; “pueblo” significa entonces sólo un dato estadístico, en que se habla de “gentes”, ya que la industria de la cultura de masas únicamente ve “consumidores”. Esto es lo que ha venido defendiendo A. Méndez Rubio en diversas ocasiones (1995, 1997, 2003), siguiendo la sugestiva apuesta de tomar en cuenta las formulaciones de Gramsci en los *Quaderni del carcere* (1975) y del Bajtin de los estudios sobre la *carnavalización* como constante antropológica y modo discursivo de la crítica popular. Desde su perspectiva, *lo popular* no es algo meramente reducible a un origen histórico determinado o a una serie de manifestaciones estéticas concretas, sino un modo de ver el mundo completamente diferente al de la cultura oficial, que Méndez Rubio caracteriza como fundamentalmente “solidario”.

De aquí que debemos sostener que para una completa comprensión de la dimensión popular en los tiempos de la industria cultural de masas no basta con atender al género discursivo, ni al origen campesino o urbano de tal o cual manifestación cultural, ni a la hipertecnificación de los productos o a su elaboración artesanal, sino a su carácter de refracción de ideologemas forjados en la cultura oficial (aparato ideológico) o, por el contrario, de proyección de estrategias de escritura/lectura en tanto “modo práctico de





relación y producción cultural” que “sugiere vías en las que sería posible colaborar en la tarea de construir comunidades solidarias” (Méndez Rubio, 1997: 145).

En este aspecto resulta interesantísimo estudiar la defensa que se ha venido haciendo por parte de diversos autores (Nuttal, 1968; Maffi, 1972; Marcus, 1989, entre otros) de la contracultura *underground* como forma de ataque a una cultura masiva alienante y a la vez negación de la cultura oficial hegemónica, incluido el rechazo de las convenciones de la alta cultura (en algunos casos, al referirnos a músicos como Frank Zappa, Brian Eno o Robert Fripp, y a autores de cómics como Robert Crumb, Moebius, Art Spiegelman, Nazario o Frank Miller, habría que hablar más propiamente de asimilación de la alta cultura por parte del *underground*, especialmente de las soluciones estéticas de las vanguardias) en beneficio de un espacio cultural libre y creativo, pretendidamente situado en los márgenes del sistema social capitalista.

Es curioso, entonces, leer en todos estos autores una nueva reducción de la acción cultural revolucionaria a discurso artístico. Por ejemplo, en uno de los textos clásicos de la contracultura anglosajona (*Bomb Culture*, 1968), Jeff Nuttall⁶ defiende lo siguiente:

La cultura, al ser un amplio efecto del arte, radica en la irracionalidad, y como tal opera constantemente en contra de la estructura económica diaria de la sociedad. La estructura económica se mueve hacia una situación estática centrada en las necesidades estáticas del hombre: es centrípeta. La cultura empuja a un cambio centrado en los cambiantes deseos del hombre: es centrífuga. (Nuttal, 1968: 11).

⁶ Jeff Nuttall (1933-2004): poeta, editor, actor, pintor, escultor, trompetista de jazz, simpatizante anarquista y crítico social inglés. Ocupó un lugar importante en la contracultura británica de los años 60 y fue uno de los pioneros del *happening*. Su ensayo sobre los movimientos juveniles alternativos en la época pop, *Bomb Culture* (1968), se considera un texto clave en la revolución *underground* de su tiempo.





De esta manera, la cultura *underground* se ve básicamente como una forma estética de lucha revolucionaria o incluso como una estetización de todos los órdenes de la vida, ese “así en la vida como en el arte” de los dadaístas de principios del siglo XX.

En *Bomb Culture* (la *Cultura de la bomba*, en referencia al peligro nuclear durante la Guerra Fría , que se tradujo en España con el más aséptico título de *Las culturas de posguerra*), Nuttall nos ofrece una extraordinaria, aunque parcial y a veces ingenua, crónica a pie de obra de los cambios socioculturales (anunciados por los *beatnicks* y los *hipsters* del jazz de finales de la década de 1940, elevados a fenómeno de masas por el *rock* americano de los años 50 y el pop británico de los primeros 60, y dotados de cierta trascendencia ideológica por el movimiento *hippie* hacia el verano de 1967), que los jóvenes de su generación y de las inmediatamente siguientes habían protagonizado más o menos activamente o habían experimentado más o menos pasivamente.

Ligaba el fenómeno de la contracultura pop de manera directa al radicalismo izquierdista de mayo del 68 y a las revueltas juveniles antisistema que se daban por todo el mundo desde mediados de los años 50 (altercados antiestalinistas en Praga, la respuesta popular a la invasión de Hungría por la U.R .S.S., las protestas antiimperialistas y pro *vietcong* en Japón, la lucha de los jóvenes estadounidenses contra la guerra de Vietnam, los movimientos revolucionarios en América Latina, etc.). Para Nuttall estos estallidos puntuales tenían un origen común en lo que no duda en considerar como “cultura juvenil universitaria” occidental (es decir, como un conjunto reconocible, si bien no sistemático, de ideas y comportamientos parecidos a una ideología; poco definida y hasta contradictoria, añadiríamos nosotros) que, a su vez, se extendía más allá de la ideología directamente política, ramificándose en todo el movimiento *underground* que había crecido a la sombra de la música rock y la cultura pop.





La clave habría que buscarla, según Nuttall, en el hecho de que el estallido revolucionario que simbolizamos en la explosión sesentayochista sería esencialmente el producto no de un cambio de manos del poder político o de una reorganización de las estructuras económicas, sino de una auténtica revolución en la cultura. La transformación de las costumbres y de la dimensión estética del cotidiano empujada por las modas juveniles fue, a su juicio, el vehículo de la plasmación simbólica de un malestar en la cultura occidental provocado por una especie de *horror vacui* que, supuestamente, habría gobernado de manera inconsciente la vida de todo el planeta tras el holocausto de la II Guerra Mundial, cuyo terrible eco se prolongaba más allá de la victoria aliada y la caída del nazismo, transmutado ahora en las tensiones capitalismo/socialismo de la Guerra Fría y, sobre todo, en la amenaza de un inminente apocalipsis atómico.

Esto se tradujo - seguimos glosando a Nuttall - en una situación vital de desamparo existencial que afectó a toda la civilización occidental y que no podía resolverse, sino en un estallido espontáneo y anárquico de violencia antisistema. Serán los jóvenes, casi sin importancia sociopolítica hasta mediados de la década de 1950, los canalizadores de esta bofetada al orden dominante, y su violento rechazo tendrá uno de sus orígenes en las ideas surgidas de la reconfiguración del arte y la cultura de posguerra.

La perspectiva de Nuttall, que bajo el manto del *underground* une culturas rock, juventud universitaria, rebeldía antisistema, anarquismo y pacifismo integrados en “la clase internacional de jóvenes no afiliados, el provotariado” (Nuttall, 1968: 11), resulta sumamente sugerente como instrumento conceptual para interpretar algunos fenómenos decisivos de la cultura contemporánea y dilucidar si la cultura masiva está organizada como un todo ideológicamente homogéneo o si, por el contrario, se debería hablar de una





“multitud” (como anuncia el título del nuevo libro de Hardt y Negri) que habita el imperio postmoderno.

Lo primero que llama la atención es que esta rebeldía contracultural se constituye como una cosmovisión híbrida que, por una parte es heredera directa de la modernidad ilustrada y del romanticismo, y por la otra de la propia industria cultural masiva, pero cuyas prácticas pretenden subvertir la ideología dominante emanada de la cultura oficial y que se percibe a sí mismas como claramente subalterna, hasta marginada (subterránea), pero desde luego, nunca como un adorno distinguido (por usar el término que P. Bourdieu aplica a la consideración actual de la alta cultura).

Sin embargo, cuando Nuttall enumera las características de esta nueva cultura juvenil, revolucionaria pero desorganizada y ajena al juego de los partidos de la izquierda tradicional, anárquica en sus revueltas, comienza planteando la existencia de una nueva “guerra caliente” dentro de la época de la guerra fría: “Lo claro y evidente es que entre el otoño del 67 [...] y el verano del 68 [...] los jóvenes han hecho a guerra a sus mayores, y los mayores les han hecho la guerra a ellos” (Nuttall, 1968: 9). Pero, ¿de qué modo se ha desarrollado esta guerra intergeneracional en el espacio simbólico de nuestro tiempo? ¿Cuál es esa nueva dimensión cultural que aporta el *underground* y el provotariado?

Al responder a estas preguntas aparece lo más interesante a nuestro juicio, pues los rasgos con los que se define a la contracultura son en parte los mismos que están presentes en lo que se ha venido denominando en términos generales cultura de masas y en parte la contradicen intentando superar su carácter alienante, aunque sin renunciar a su inherente populismo (por lo que toca a su pretensión de construir una lógica cultural homogeneizadora, niveladora del gusto social, empobrecedora, para los apocalípticos de U. Eco, o democrática, para los integrados). Quizá, buscando instintivamente devolverle su





sentido auténticamente popular con, entre otras constantes, el retorno a los agrupamientos solidarios del tribalismo (recuérdese el apelativo de tribus urbanas. Común para referirse a las distintas comunidades juveniles del pop).

El hecho de que esta contracultura se proyecte a la sociedad desde la juventud es uno de los rasgos más definitorios de su ligazón directa con los productos y los discursos de la industria cultural masiva, pues la emergencia de la juventud como clase social con una pequeña visión del mundo propia, tiene que ver definitivamente con la emergencia del fenómeno musical del pop y el rock en los años 50 (como ha estudiado Frith, 1978: 23-24), en cuanto productos culturales diseñados precisa y exclusivamente para construir un negocio alrededor de su capacidad de representar el universo simbólico y sentimental de los adolescentes y servirles como forma de identificación colectiva especular. Este tipo de productos y otros que como la moda juvenil, giran alrededor del rock y la música pop, posibilitan una comunicación entre los participantes, tanto productores como receptores, espectacular, mitificante, divertida, superficial y eminentemente dominada por las reacciones emocionales más primarias e impulsivas de sus consumidores.

La segunda de las características del *underground* que conviene destacar consiste en el carácter eminentemente idealista de sus propuestas de vida y en el irracionalismo o esteticismo que domina las retóricas a través de las cuales expresan su rechazo el orden establecido y su fe en una difusa utopía de paz, amor y libertad. La comunicación estética domina sobre cualquier otro modo discursivo, político, científico o utilitarista. Por ejemplo, cuando Nuttall interpreta al *hipster* de los años cincuenta (aficionado a las drogas y al jazz, y con una fuerte autoconciencia de su apariencia como identificador de identidad, que cuida extremadamente buscando cierto toque de originalidad que marque las diferencias con los que “no están en el rollo”), como el producto social de una reacción





espontánea y emotiva ante un mundo amenazado por el desastre nuclear, es decir, como una respuesta a la amenaza del apocalipsis atómico a la vez nihilista y hedonista. Se descubre en ellos la primera construcción de un nuevo discurso social, expresión de un nuevo conjunto eidético alternativo, que luego pasará a los lenguajes y actitudes de los movimientos pop que asumieron los jóvenes contestatarios de los años sesenta y setenta, pero también los *teenagers* rebeldes sin causa:

Utilizaban al hablar un argot rítmico incomprensible para el mundo respetable, primero porque el vocabulario cambiaba constantemente, y segundo porque el pensamiento y la sintaxis eran distintos y mucho más rápidos que los suyos [los que usaba la gente respetable y “civilizada”]. En la civilización de la ciencia, el acero, el cemento y la paradoja moral, el hipster constituía una alternativa de movimiento, rapidez, gracia e intuición. (Nuttall, 1968: 18; las cursivas son nuestras).

Pensamiento rápido, en perpetua renovación, intuitivo y rítmico (el ritmo que reconcilia el pensamiento con la corporalidad y el conocimiento emocional), lenguaje sintético, inspirado en las sensaciones que sugería el vuelo libre de la música de jazz. Aquí está la clave de un nuevo discurso que, como todo discurso, no es sólo una forma de expresión vacía, sino que proyecta ideología, que encierra una comprensión particular del mundo, una manera de considerar la construcción simbólica de la realidad. Una fórmula que, si fue acuñada por los jóvenes del jazz y los primeros *beatnicks*, vale igualmente para el caso de los *rockers*, los *hippies*, los jóvenes del *underground* más políticamente comprometido, los *punks*, los *rappers*, los *ravers* y todos los distintos modos (revolucionarios políticamente hablando o simples modas estéticamente chocantes) de la contestación pop a las normas y valores socialmente dominantes.





Un discurso común a la juventud pop más rebelde (hija de la cultura de masas, tanto como de crisis nihilista ante el agotamiento de los valores trascendentes sobre los que se había levantado la modernidad capitalista y la moralidad burguesa), que busca auto-reconstruirse como comunidad desde la voluntad de escapar de las “verdades” de vida admitidas por el sistema de poder e incluso de proyectarse, en algunos casos, como una alternativa subversiva e impermeable a las directrices del poder dominante, aunque, en general, esto acabe más en una utopía soñada con puntuales momentos de fuerza transformadora que alimentan la esperanza, nunca cumplida, de un cambio social radical en el espacio de la realidad material.

Otras características de esta juventud hedonista e inconformista serían la incorporación de rutinas tribales a partir de la primera de las sectas pop, la constituida por los *teddy boys* agrupados en torno al *rock'n'roll* de los años cincuenta. También se convertirían en costumbres de las posteriores tribus urbanas el gusto por la violencia como forma de marcar el orgullo identitario, el estoicismo político, la reivindicación de lo instintivo sobre lo racional, la importancia del vestido y las actitudes como marca simbólica, “la demostración abierta de las emociones íntimas [convertidas] en un espectáculo público” (Nuttall, 1968: 31). Considerado de mal gusto por la sociedad “bienpensante”, el deseo de excitación que pone en el centro de la vida la sexualidad y que propicia el gusto por los estados de ebriedad como ayuda a la liberación desinhibida de los sentimientos y medio para alcanzar el placer y la alegría, tan importante para su concepción de una existencia perfecta basada en el escapismo de normas y responsabilidades.

A principios de la década de 1950 todo esto es propio de chicos marginales de clase obrera que viven en las grandes ciudades occidentales. Será algunos años después,





ya en la década de los sesenta, con la eclosión del fenómeno pop en el *swinging London*, el triunfo de las modas juveniles de la mano del éxito comercial de Mary Quant, la reincorporación a los ritmos blancos de músicas afroamericanas como el *blues*, el *rythm & blues*, el *gospel* (que ya habían fecundado el primer *rock'n'roll*) y el nuevo pop negro, denominado *soul music*, el fenómeno Beatles, el verano de las flores de San Francisco y los festivales de Monterey y Woodstock, cuando artistas e intelectuales jóvenes se asimilan a ese discurso emotivo, hedonista y rápido que se había ido creando en los movimientos juveniles marginales de la primera posguerra.

A partir de entonces, finales de la década de 1960, es cuando se construye una verdadera contracultura *underground* consciente de su levantamiento en armas contra la moral burguesa, el mercantilismo y el militarismo imperialista. Sus ideales quedan claros en las siguientes palabras de un manifiesto anarquista de la época, que Nuttall considera coincidente con los ideales políticos generalmente compartidos por los jóvenes rebeldes del *underground*:

Al rechazar totalmente los supuestos políticos, teológicos, literarios y filosóficos que bisagran nuestra sociedad al blanco refrigerador de la civilización - y que tienen sus raíces en la estupidez y los intereses de clase-, y al insistir sobre todo en nuestra autonomía emocional, encontramos que es necesario afirmar aquí y ahora y sin ningún tipo de reservas y a cualquier costo, la maravillosa validez roja y negra de la revuelta absoluta, única actitud digna de sobrevivir en este milenio de calles y sueños. (Cit. Por Nuttall, 1968: 69).

Las armas de esta revuelta absoluta o, en los propios términos empleados por los firmantes del manifiesto, “las armas más peligrosas del arsenal de la libertad”. Eran el amor loco, la poesía, el humor y el sabotaje. Unos principios que luego asumirían completamente los diversos movimientos juveniles, tanto los de carácter más claramente político, como aquellos otros ligados a la dimensión musical del pop: los situacionistas de





Guy Debord y Roul Vaneigen que insuflaron su filosofía contra el miserabilismo vital capitalista en las revueltas del mayo parisino; los *hippies* de las comunas californianas y los artistas *underground* de Ashbury Park en el San Francisco de 1967; los tres días de paz, amor y buenas vibraciones del Monterey Pop Festival, los viajeros alucinados de LSD del experimento *Merry Pranksters* del escritor *beatnick* Ken Kesey, los *Black Panthers* del orgullo negro en la comunidades afronorteamericanas y los perfiles antisistema de los *White Panthers* organizados alrededor de MC5, el grupo *hard-rock* de Detroit, los *punks* de 1977 y sus himnos nihilistas; los raperos de los ochenta, con Public Enemy a la cabeza, y su *hip-hop* de combate político y concienciación social...

En todos estos ejemplos y en otros que podrían citarse igualmente, lo que se produce no es otra cosa que una manifestación de la lucha de clases en el terreno de la cultura. Sus armas, salvo los estallidos puntuales como los de 1968, han sido siempre la mostración estética de las contradicciones del sistema capitalista occidental, la revuelta simbólica, no la propuesta madura de un nuevo sistema alternativo de carácter económico-político como lo fue el marxismo clásico. Además, en todos los movimientos contraculturales, ha primado sobre el ideario político (que existe por supuesto), la expresión espectacularizada y ceñida a esa homogeneidad discursiva característica de los géneros de la cultura de masas, sus lenguajes y hasta su modo de producción cultural, vienen directamente importados de las convenciones y el funcionamiento de la música pop y sus refracciones más allá de lo estrictamente musical.

Queda por dilucidar la coincidencia entre estos dos fenómenos: de un lado una cultura de masas alienante por su superficialidad, sentimentalismo acrítico y discursos mitificantes que, en cierto modo, contradicen la visión cultural del mundo defendida por la burguesía modernista pero no sus basamentos políticos y económicos (no ponen en





peligro, ni siquiera cuestionan al poder dominante); del otro, una contracultura igualmente dominada por el irracionalismo emotivo, y por la sustitución del criticismo (tal como lo entendemos desde la perspectiva del proyecto ilustrado moderno), en beneficio de la mostración de una reconocible violencia estética como lenguaje que expresa el rechazo total a las normas y convenciones del ideario burgués, excepción hecha del sacrosanto principio de la libertad individual.

Lo primero que nos ocurre es postular que ambas conforman dos caras de una misma moneda, de una misma narrativa social: tanto esa cultura de masas mercantil, escapista y conformista que ha sido criticada por quienes han sostenido posturas apocalípticas ante la industria cultural masiva (en tanto causa directa de la construcción del edificio discursivo, axiológico y normativo de una anticultura que adormece a las clases dominadas en un espectáculo sin fin), como aquella otra cultura *underground* contestataria y rebelde ante los discursos morales, políticos y estéticos dominantes, pero también ante los poderes institucionales que los ejecutan.

Ambas, decimos, constituyen refracciones de una misma forma de ver el mundo, de un mismo relato de la realidad, ya no el Gran Relato monológico de la modernidad clásica, sino el que se construye por la suma de las pequeñas historias (Grüner, 2002) del estadio postmoderno de la cultura occidental, marcado profundamente por las características que dimanan de los medios de comunicación de masas, que podríamos sintetizar en los siguientes rasgos principales: *a)* imperio de una actualidad que relega al pasado al espacio de lo extraño (presente continuo); *b)* visión del mundo desde la multiplicidad simultánea (influencia del dominio discursivo de la retórica del espectáculo audiovisual televisivo); *c)* concentración semántica, fluidez sintáctica y rapidez en los ritmos de la enunciación del discurso y preferencia por la comunicación que propician los





mensajes basados en la imagen en movimiento; *d*) asistematismo y preferencia por una cultura divulgativa; *e*) vindicación de lo nuevo, lo fresco, lo espontáneo, “lo joven”; *f*) comunicación mítica y espectacular que construye imágenes simbólicas identitarias extraídas de los patrones del “gusto común”; *g*) identificación de lo serio con lo aburrido y reivindicación del placer y la diversión como centro de la vida; *h*) revalorización de los sentidos y la experiencia emocional, por encima de la reflexión intelectual: la espontaneidad como virtud; *i*) sustitución de la idea tradicional del amor por el imperio de los afectos cambiantes y descubrimiento del sexo como un ámbito no sólo de goce efímero, sino como el verdadero núcleo para construir la afectividad psíquica (separación de sexualidad y amor); *j*) espectacularización cultural de la violencia, técnicamente hiperrealista hasta convertirla en objeto estético.

Creemos que aunque podamos haber olvidado algún rasgo en el camino, estaremos de acuerdo en que los productos “oficiales” y conformistas de la industria cultural de masas y los que se derivan del *underground pop* alternativo muestran una asombrosa coincidencia al refractar discursos que comparten, sin duda alguna, las características arriba apuntadas. Entonces: ¿la presunta diferencia conformismo/inconformismo es un simple espejismo y los movimientos alternativos del occidente postmoderno no son más que posturas vacías o, peor aún, el resultado de estrategias de mercado que adecuan sus productos a los gustos de un comprador difícil. ¿Por el contrario, podríamos distinguir una cultura pop “popular” y representativa de los intereses de las clases dominadas, de otra cultura de masas alienante y dirigista?

A nuestro juicio, una de las respuestas más inteligentes que se ha dado a estas preguntas es la que ha formulado A. Méndez Rubio (1997), desde una perspectiva sociocrítica basada en la idea de que no son únicamente - aunque también - las





características discursivas o los contextos de producción los que condicionan el nivel social de un texto de cultura, sino que debemos tener en cuenta la intención comunicativa y los efectos políticos de los enunciados. En este sentido, interpretando desde nuestro propio planteamiento teórico lo escrito por Méndez Rubio, las cosas podrían quedar más o menos como se explica en los párrafos siguientes.

La cultura popular *construye* una *historia viva* desde abajo, expresando las relaciones que establecen las clases dominadas con el entorno de sus necesidades y los valores comunitarios en medio de los que transcurre su existencia. La cultura popular sería, pues, el fruto de la espontaneidad (la oralidad, la música, la expresión corporal, lo efímero, las costumbres nacidas de los ritmos que marcan el medio ambiente), de la libre expresión propia y ajena a la sistematización o el plan preconcebido, en ella se proyecta la manera en que las clases dominadas entienden y experimentan su vivir entre los otros.

La alta cultura, en cambio, por mucho que sus logros sean admirables desde perspectivas estéticas, científicas, políticas, etc., no deja de ser una expresión propia de las *élites*, de los *aristoi* que, en su origen consistía en la *escritura* (la inscripción, la huella profundamente marcada en la corteza social) del *relato* de los valores que sustentaban el poder dominante. Naturalmente, el criticismo nacido en el seno de la alta cultura modernista queda muy lejos de la literatura clerical del medievo o de las sagas caballerescas, discursos monológicos que testimonian una jerarquía inamovible de valores nobles, fuera de los cuales no existe nada. Incluso cuando se toman rasgos de la vida y las costumbres del pueblo para incorporarlos - por ejemplo, en el género épico - quedan incluidos en el espacio de la escritura como elementos subalternos puestos al servicio del discurso de autoridad de la dominación.





La alta cultura contemporánea, con no ser en absoluto representativa del sentir de las clases oprimidas, sí admite sus puntos de vista y los *muestra* muchas veces como fuerzas en conflicto, puesto que las transformaciones ideológicas que los discursos y las instituciones de la alta cultura occidental han experimentado en los últimos trescientos años, han hecho de su campo un espacio polifónico y abierto que no convendría despreciar alegremente. Precisamente en su seno, con su arsenal de nociones, estrategias de conocimiento y modalidades discursivas, se ha reinventado y reivindicado la idea de pueblo y la defensa de las luchas de emancipación contra la injusticia social: los socialistas utópicos, Marx, Lenin, Trotsky, Bakunin... Todos ellos han escrito en el lenguaje logogramático (por utilizar el término acuñado por Derrida) del pensamiento altocultural occidental.

Por último. La cultura de masas, ni *construye una historia de vida*, ni *escribe el relato de la dominación* (ya sea para legitimarla o para derribarla), sino que en su lugar sólo *muestra la imagen superficial del deseo*, procurando la satisfacción inmediata del placer más primario. Por lo demás, mientras que la cultura popular responde a una lógica existencial y la alta cultura lo hace desde una lógica intelectual, la cultura de masas está concebida desde una razón mercantil.

Sin embargo, la complejidad inherente a la vida social y a los flujos culturales hace que estos espacios que hemos delimitado anteriormente no puedan ser nunca compartimentos estancos. La idea de semiosferas porosas que propician la interpenetración de unas por otras (que tomamos de I.M. Lotman, 1984: 21-32) nos puede explicar muy bien la existencia de territorios fronterizos y nuestra propia experiencia puede dar nos mil ejemplos de cómo somos capaces de pasar de un lugar cultural a otro, múltiples veces en un mismo día, algunas voluntariamente y otras fruto de





nuestra inmersión en la galaxia sociocomunicativa, que es el nuevo dios omnipresente de la postmodernidad occidental. Así pues, como estos tres niveles no son más que una abstracción, cuya pureza se da sólo en el centro de cada sistema y se difumina en sus márgenes, podemos concluir que también se puede *escribir la ida* en un relato de legitimación de la experiencia cotidiana; se puede *hacer viva la escritura*, encarnando la dimensión eidética, como hicieron los dadaístas o los *beatnicks* de la generación de Jack Kerouak y William S. Burroughs. Hasta se puede *reescribir y revivir la imagen del deseo* como se ha hecho, por ejemplo, en los territorios del pop y el rock *underground* de Bob Dylan a Sonic Youth, de Serge Gainsbourg a los Sex Pistols, de Violeta Parra a Camarón, de The Kinks a Public Enemy, de Enique Morente a Fela Anikulapo Kuti... En suma, se puede obedecer o se puede subvertir el orden reglado del imaginario y el *habitus*, las costumbres de la tradición que se autolegitima, etc.

Y en esta dinámica, ¿dónde queda el pop, del lado de la cultura popular o de la industria del entretenimiento masivo? En principio habría que responder que la cultura pop dimanada del modo de producción estético del rock y del *stars system* importado del negocio cinematográfico hollywoodiense, se construye como antifolklore, puesto que en todos los casos (también en la llamada música étnica, *world music* o en discursos más cercanos para nosotros como el flamenco), aunque su origen esté en los de tal o cual género del género del folklore de Norteamérica, Irlanda, Jamaica, etc.

La música folklórica responde a un modo de producción artesanal que no permite la intermediación tecnológica entre el músico y el oyente (el estudio de grabación, la amplificación electrónica, la grabación en discos o cualquier otro soporte, la reproducción mecánica y la distribución comercial como producto consumible, el apoyo de técnicas de mercadotecnia, la promoción publicitaria, la mitificación del artista), ni la limitación de la





expresión comunitaria a espacios reglados por otras formas culturales como el teatro, la discoteca, los grandes estadios o el bar de conciertos.

El pop es cultura de masas, absolutamente alienante en cuanto responde únicamente al diseño de estrategias mercantiles que tratan el producto no como una expresión estética válida en sí misma y por sí misma, sino como un medio para el enriquecimiento del equipo de producción, dentro del cual el músico es una pieza más (a veces la más importante y con alta capacidad de decisión en lo que respecta al diseño del producto final que saldrá a la venta; a veces no tanto y otras un mero instrumento de usar y tirar que encarna una fórmula comercial abstracta que va renovando sus caras cada cierto tiempo, pero que permanece genéricamente inalterable) que se “debe” a su público, es decir, a las tendencias del mercado musical.

El pop es también capaz de generar estrategias de destrucción de las constantes de control político e ideológico que gobiernan el mercado musical y hasta de otras esferas culturales controladas por los poderes dominantes. El ejemplo del *underground* y las diversas culturas alternativas, que han surgido alrededor de las músicas *rock*, *pop* y *soul* o de las vanguardias electrónicas, ha sido citado aquí en varias ocasiones.

Pero el pop quizá sea también algo más que una expresión estética, una colección de géneros musicales, de modas y actitudes que los acompañan. También es una expresión de clase, pues surge fundamentalmente ligado a la clase obrera (dirigido primero a la clase obrera) y, a la vez, una experiencia de desestructuración de las fronteras entre clases, sobre todo a partir de mediados de los años sesenta cuando los jóvenes universitarios de clase alta, los intelectuales y los artistas de vanguardia se incorporan al consumo y a la producción de músicas rock y pop, de cómics, de moda





juvenil, de espectáculos audiovisuales y otras formas de expresión cultural ligadas de una u otra forma a la experiencia musical pop.

El *pop* como constante de la sensibilidad cultural contemporánea, esto es, considerado en abstracto y más allá de una limitación circunscrita al espacio puramente musical, quizá pueda responder a la definición que ha propuesto Lindsay Waters, partiendo de las ideas de Walter Benjamin (1936), en términos de *pop art* o de discurso estético derivado de la cultura de masas y por tanto de la cosmovisión dominante en nuestros tiempos postmodernos de espectacularidad integrada en la vida diaria:

La regla en la producción del pop art es el rock and roll. Los que lo practican buscan constantemente soluciones expeditivas a problemas técnicos, soluciones de ingeniería. Se trata de un proceso conducido por la solución del momento. Existe una continua negociación entre hombres y máquinas. El proceso es altamente no estructurado y, sin embargo, surgen obras estructuradas de pop art: El lenguaje de críticos y de artistas retrocede constantemente hacia un discurso aurático. (Waters, 1999: 56)

Así el pop debe ser entendido como una excrecencia corporativa de la imagen del imperio (en el sentido de Negri y Hardt, 2000) que, desde los años cincuenta del pasado siglo en adelante, se ha convertido en la más fuerte marca identitaria de la juventud occidental, por encima de las diversas identidades nacionales y de clase. Ha sido y es sentimental, emotivo y epidérmico, acrítico y conformista, pero también subversivo (el *white negro* de Norman Mailer, el loco liberado de Ken Kesey, la guitarra que mata fascistas de Woody Guthrie y Bob Dylan, la apertura de las puertas de la percepción de Timothy Leary, el comunitarismo de Grateful Dead, el descaro moral antiburgués de los primeros Rolling Stones, Paco Ibáñez cantando las palabras de Gabriel Celaya, el humor cáustico de *Os Resentidos...*). No obstante, el pop es una sensibilidad ligada fundamentalmente a la expresión estética y a la comunicación a través de la imagen espectacular, siempre técnicamente mediado y comercialmente distribuido, no un sistema





político, aunque como práctica cultural no puede dejar de refractar y producir continuamente ideas políticas y conductas sociales.

El pop constituye sin duda la lógica cultural del capitalismo transnacional dominante, de la sociedad de masas urbana y posindustrial. Una lógica ambivalente que tiende a la homogeneización de las formas de producir y consumir cultura, a la vez que resulta profundamente contradictoria entre sus diversas soluciones discursivas (*mainstream vs. underground*). En suma, conforma una supercultura (Biggsby, 1975) que puede definirse en términos de *archicultura pop* en cuanto se trata de un discurso maestro que permite comprender el funcionamiento de las políticas del imperio global y de sus estrategias de dominación refractadas en el universo simbólico de la actividad cultural, puesto que es *su discurso* simbólico más representativo.

No nos parece acertada una visión plural del pop en tanto modelo de la cultura de masas que parece desprenderse de la idea de un análisis comparatista de la comunicación de masas, como el que proponían Asante y Gudykunst (1989: 190) en el esquema que recogíamos al principio de este trabajo. Si realmente la globalización fuera una situación plural, heterogénea, descentralizada, con presencia efectiva de una multiplicidad de valores y formas de expresión simbólica procedentes de todo el mundo, sin predominio de ninguna de sus posibles combinaciones en especial, ¿por qué, entonces, no se puede garantizar “el acceso a la cultura de cualquier persona en cualquier parte, pues mientras que los artistas occidentales pueden llegar a cualquiera parte, lo contrario es mucho más difícil” (Street, 1997: 97)?

Lo que ocurre es que la *archicultura pop* fagocita y homogeneiza las diferencias, como industria que obedece a criterios de rentabilidad económica, pero lo hace según los patrones de su centro de poder, es decir de aquellos patrones que ha generado el imperio





occidental bajo el liderazgo norteamericano. Por eso, el único acto revolucionario en el ámbito de la archicultura pop no puede ser la mera transmisión de mensajes de concienciación a través de los canales comerciales establecidos (*mainstream*), sino el acceso al control de los procesos de producción, mediación y recepción, como se ha hecho desde las llamadas culturas alternativas, los sellos discográficos independientes, los cómics, fanzines y distribuidoras *underground*, independientes o alternativas, etc. Sólo eso puede permitirnos la creación de discursos libres dentro de los lenguajes y retóricas que ha construido la industria musical del entretenimiento de masas. Sólo así, con el nuevo asalto al palacio de invierno de los medios de producción y distribución de la cultura masiva, se puede hacer posible la emergencia de una cultura *pop* realmente *popular*, o lo que es lo mismo, ligada a la clase y que funcione con los criterios de *construcción de historias de vida* que hemos propuesto más arriba, para que una expresión cultural sea representativa de los intereses y la visión del mundo de las clases subalternas y los grupos sociales marginados.

Esa cultura popular y pop, tecnificada y urbana, alejada de las concepciones campesinas del folklore tradicional, existe en las catacumbas del sistema capitalista y de la industria del mercado de documentos simbólicos, pero existe en forma de deslumbrantes fogonazos efímeros. Si hay una lógica perfectamente organizada que produce esa archicultura pop dominante, las estrategias de subversión que podrían abrir el sistema cultural a una auténtica pluralidad de identidades y discursos, aún está en pañales.

Finalmente, y volviendo al esquema propuesto por Asante y Gudykunst (1989) para indicar los campos que deberían entrar como objeto de una Teoría de la Comunicación Intercultural, hemos de decir al respecto que tal esquema nos parecería acertado, con las oportunas correcciones que podemos colegir de las precisiones en torno a popular/pop





que hemos venido haciendo y que exigirían preocuparse del papel desempeñado por las culturas folklóricas étnicas en la conformación de las identidades desde las que se quiere entablar un diálogo intercultural, así como de consideración de una archicultura pop comprendida en tanto lógica cultural derivada del dominio social de las comunicaciones masivas. Pero, como ya habíamos criticado en páginas anteriores, esta perspectiva falsamente objetivista no suele tener suficientemente en cuenta las condiciones de producción de la cultura, ni su papel como elemento de transformación de las sociedades. Una visión tal nos valdría para establecer el lugar que ocupan los discursos cosificados en el mapa de las comunicaciones globales de nuestro tiempo, pero no para explicar desde dónde actúa el poder que fosiliza las diferentes esferas culturales y les aplica un nombre de archivo para clasificarlas de una vez por todas.

Desde esa posición teórica únicamente descriptiva no entendemos si en la red rizomática de las comunicaciones transnacionales e interculturales existe igualdad o asimetría en el flujo de ideas desde los distintos nodos, si hay, o no, equidad a la hora de transitar por un determinado recorrido comunicativo u otro. Desde este punto de vista, el flujo comunicativo tal como se da en la actualidad es considerado simplemente algo “natural”, que no obedece a ningún tipo de regulación o cortapisa. Y desde luego que no se ve regulación alguna funcionando como *a priori* en el marco de la comunicación intercultural, considerando ese tipo de regulaciones bajo la apariencia de normas represivas marcadas de antemano e imposibles de esquivar, si no es corriendo el riesgo de ser penalizado legalmente por delito comunicativo.

Pero en cambio, si en lugar de pensar que con la puesta en marcha de un objetivismo descriptivista hemos terminado nuestra labor de científicos sociales, vamos más allá, hacia los terrenos de la interpretación y la crítica de los valores puestos en juego,





y aceptamos la propuesta que formulábamos páginas atrás, deberíamos tener en cuenta que existe otra posibilidad hermenéutica: aquélla que nace de la asunción de una perspectiva participante, atenta a lo que ocurre en el momento mismo de la producción de los discursos culturales.

Desde ahí, es desde donde podemos distinguir una actividad cultural que se produce con la intención de ser usada en tanto modo de *formación-control* social, la propia de nuestras sociedades occidentales postmodernas. Lo ha señalado Gilles Deleuze (1993) cuando habla de la transformación de nuestras sociedades hacia el nuevo modelo de las “sociedades de control”, lo que supondría un refinamiento del poder que mejora las posibilidades de dominación en comparación con las estrategias del sistema que Foucault denominó de las sociedades “disciplinarias”.

La estructura de la disciplina se ordena desde la represión ante la desobediencia y el incumplimiento de las normas. En cambio, finalidad del control no es punir la desobediencia social, sino conducir al ciudadano por sendas que le impidan hacerlo, por medio del empleo de la estrategia de recanalizar sus acciones transgresoras y desviarlas hasta un espacio socialmente inocuo. Esta última es la pauta general que sigue el imperio en su expansión comunicativa, en forma de *penetración blanda*, más allá de los límites del centro del poder.

No estamos de acuerdo, pues, con la idea - tan extendida entre los teóricos de los *cultural studies* norteamericanos - de la actividad cultural como “negociación”. No podemos estar de acuerdo con lo de que la comunicación intercultural lleve hoy aparejada una saludable “negociación” entre iguales. La simple referencia a la potencia del capital y medios de producción destinados a la comunicación social transcultural en occidente en general, y en Estados Unidos en particular, la sola mención de en manos de





quiénes están las empresas de distribución de productos comunicativos masivos, no deja lugar a dudas. Para comprender el fenómeno en toda su complejidad hay que dar paso a una teoría igualmente compleja de los fenómenos culturales, dentro de los cuales habría que distinguir con Michel Foucault y Gilles Deleuze una dimensión *macropolítica* respecto de otra *micropolítica*.

En la primera estaría el planteamiento neocolonial que Hardt y Negri han estudiado en *Imperio* (2000). En la segunda deberíamos incluir los procesos de corto alcance, las políticas de la vida diaria. Dentro de esta última dimensión no son posibles los grandes cambios económicos o sociales, que deben adscribirse a la dimensión *macro*, pero se producen en su espacio determinados flujos de emancipación, aunque en la mayoría de los casos (como ha ocurrido en las prácticas del *underground pop*) se queden únicamente en la creación de refugios de evasión o de discursos críticos concienciadores, que pueden dejar un poso en la cultura y penetrar en distinto grado dentro de los *habitus* sociales, pero a la postre resultan poco efectivos para la transformación radical de la sociedad en un plazo corto o medio, casi poco más que un consuelo.

No obstante, si en el análisis de las dimensiones *macro* somos capaces de llegar a descubrir los sistemas de dominación y sus estrategias económicas, en las dimensiones *micro* podemos observar, de un lado, el funcionamiento real de las sociedades de control del Imperio, y de otro, la realización concreta de la cultura no oficial (una realización que no puede observarse desde una dimensión *macro* porque resulta insignificante), accediendo a la comprensión de la concepción vital de las clases y colectivos sociales y a las refracciones de las estructuras superiores sobre la caótica red de lo cotidiano.

Por ello, sugeriríamos como corrección al esquema de Asante y Gudykunst que su diagrama quedara inserto en un rectángulo bajo la etiqueta de *archicultura pop*, en tanto





que todas las transacciones interculturales posibles en la sociedad de la globalización deben tener en cuenta, como marco de referencia, la lógica cultural del Imperio, el pop. Esta corrección nos permitiría obtener indicaciones del funcionamiento sistemático de la comunicación transcultural a gran escala. Y finalmente, incluiríamos una dimensión de análisis *micro* para poder estudiar la reorganización de esa cultura popular solidaria y representativa de las clases subalternas en la época del pop, la hipertecnificación y la concepción industrial de la actividad cultural. Sólo así podríamos comprender los niveles en que la lucha transgresora incide, o no, en la transformación del sistema, entender si es capaz, o no, de hacer oír la voz de los dominados y si es capaz, o no, de construir una visión *otra* de la realidad que desafíe a la cultura oficial y le permita acceder al control futuro de los espacios de producción y mediación de la cultura masiva, donde está la clave del poder.

BIBLIOGRAFÍA:

- ABU-LUGHOD, L. Writing against culture - en. R.G. FORD (ed.), 1991.
- ADORNO, Th. La crítica de la cultura y la sociedad: Crítica cultural y Sociedad. Barcelona: Sarpe, 1955, reimpresión 1984.
- ADORNO, Th. Teoría estética. Madrid: Taurus, 1970, reimpresión 1992.
- ANDERSON, B. Imagined Communities. Londres: Verso, 1983.
- BAJTIN, M. La cultura en la Edad Media y el Renacimiento: El contexto de François Rabelais. Madrid: Alianza, 1965, reimpresión 1990.
- BENJAMIN, W. La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica: Discursos interrumpidos I. Madrid: Taurus, 1936, reimpresión 1973.
- BIGSBY, C.W.E. Superculture: American Popular Culture and Europe.





Londres: 1975.

BIGSBY, C.W.E. La política de la cultura popular, en BIGSBY (ed.), 1976.

BIGSBY, C.W.E. Examen de la cultura popular. México: FCE, 1976, reimpresión 1982.

BOURDIEU, P. La distinción, criterios y bases sociales del gusto. Madrid:

Taurus, 1979, reimpresión 1998.

DELEUZE, G. Las sociedades de control. Ajoblanco: 1993.

DELEUZE, G. Y GUATTARI, F. El Anti-Edipo. Barcelona: Paidós, 1972, reimpresión 1995.

DELEUZE, G. Y GUATTARI, F. Rizoma, una introducción. Valencia: Pre-Textos, 1976, reimpresión 1977.

DELEUZE, G. Y GUATTARI, F. Mil mesetas. Valencia: Pre-Textos, 1980, reimpresión 1994.

FRITH, S. Sociología del rock. Madrid: Júcar, 1978, reimpresión 1980.

FORD, R.G. Recapturing Anthropology. Santa Fe: School of American Research Press, 1991

HANNERZ, U. Conexiones transnacionales: Cultura, gentes, lugares. Madrid:

Cátedra, 1996, reimpresión 1998.

HARDT, M. y NEGRI, T. Imperio. Barcelona: Paidós, 2000, reimpresión 2002.

JAMESON, F. Teoría de la postmodernidad. Madrid: Trotta, 1991, reimpresión 1996.

LOTMAN, I. M. Acerca de la semiosfera: La semiosfera, I (Semiótica de la cultura y del texto). Madrid: Cátedra, 1984, reimpresión 1996.

LYOTARD, J. F. La condición postmoderna. Madrid: Cátedra, 1979, reimpresión 1989.

MAFFI, M. La cultura underground. Barcelona: Anagrama, 1972, reimpresión 1975.

MARCUS, G. Rastros de carmín: Una historia secreta del siglo XX. Barcelona:

Anagrama, 1989, reimpresión 1993

MÉNDEZ RUBIO, A. El conflicto entre lo popular y lo masivo. Valencia:

Episteme, 1994.

MÉNDEZ RUBIO, A. Encrucijadas: elementos para una crítica de la cultura. Madrid:





Cátedra, 1997.

MÉNDEZ RUBIO, A. La apuesta invisible: Cultura, globalización y crítica social. Barcelona:

Montesinos, 2003.

POSTER, M. The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context.

Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

REDFIELD, R. Human Nature and the Study of Society. Chicago: University of

Chicago Press.

STREET, J. Política y cultura popular. Madrid: Alianza, 1997, reimpresión 2000.

TALENS, J. y PUIG, L. Rocking, Writing and Arithmetic. Valencia: Eutopías, 1993.

TALENS, J. y PUIG, L. Las culturas del rock. Valencia: Pre-textos, 1999

WATERS, L. La peligrosa idea de Walter Benjamin. En: TALENS y PUIG

(eds.), 1993.

