**Unidad 1. Clase 2**

**Teórico – Ciencia vs Política**

* Comunicación y cultura, “Editorial”, en Comunicación y cultura, n°1, julio 1973.
* Lenguajes, “Presentación: medios masivos y política cultural. Teorías. Estrategias. Tácticas”, en Lenguajes N°1, abril 1974.
* Verón, Eliseo, “Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la semiología en la Argentina y Chile”, en Lenguajes, Nº 1, abril 1974.
* Schmucler, Héctor, “La investigación sobre comunicación masiva”, en comunicación y Cultura, nº4, 1975.

**Práctico – Los debates en torno al Pato Donald**

* Schmucler, H., “Donald y la política”, en Dorfman, A. y Mattelart, A., Para leer al pato Donald, Bs.As., Siglo XXI, 1973.
* Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand, “III. Del buen salvaje al subdesarrollado”, en ídem.
* Wajsman, Paula, “Polémica. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas, en Lenguajes Nº 1, abril 1974.

**Clase 3 - Frankfurt en América Latina**

**Teórico**

* Pasquali, Antonio, “En torno a la ideología represiva de McLuhan” y “Releyendo a Marcuse”, en Comprender la comunicación, Caracas, Monte Avila, 1970.

**Práctico.**

* Silva, Ludovico, “El sueño insomne. Ideas sobre televisión, subdesarrollo, ideología”, en Teoría y práctica de la ideología, Caracas, Nuestro tiempo, 1978 (primera edición 1971).

**Clase 4 - Economía política, políticas nacionales de comunicación y alternatividad**

**Teórico.**

* Muraro, Heriberto, “Teoría de la manipulación comunicacional”, en Neocapitalismo y comunicación de masa, Bs.As., Eudeba, 1974.

**Práctico.**

* Grupo Cine Liberación, “Cine militante: una categoría interna del Tercer Cine”, folleto mimeografiado reproducido en Solanas, F y Getino, O., Cine, cultura y descolonización, Bs.As., Siglo XXI, 1973.
* Mestman, Mariano, “Notas para una historia de un cine de contrainformación y lucha política” Causas y Azares, Núm. 2, Otoño 1995.

Traversa, Oscar, “Balance y polémica. Las imágenes del imperialismo (II). Cine la ideología de la no especificidad”, en revista Lenguajes, n° 2, Bs. As., diciembre 1974.

**Unidad 2**

**Clase 5 - Pensar la comunicación desde la cultura**

**Teórico**

* Martín Barbero, J., “Industria cultural: capitalismo y legitimación “, “Cultura, hegemonía y cotidianidad”, “Mapa nocturno para explorar el nuevo campo”, en De los medios a las mediaciones, Barcelona, Gustavo Gilli, 1987. (Páginas 1-21)
* Schmucler, H., “Un proyecto de comunicación /cultura”, en Comunicación y cultura, n° 12, agosto de 1984. (Páginas 22-26)

**Práctico**

* Sunkel, G., “Las matrices culturales y la representación de lo popular en los diarios populares de masas: aspectos teóricos y fundamentos históricos (capítulo 1, parte A y B), en Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política, Santiago de Chile, ILET, 1986. (Páginas 45-54)

**Clase 6 - La cuestión de la cultura popular**

**Teórico**

* Martín Barbero, J., “Afirmación y negación del pueblo como sujeto” y “Ni pueblo ni clase: la sociedad de masas”, en De los medios a las mediaciones, Barcelona, Gustavo Gilli, 1987. (Aparte)
* García Canclini, Néstor, “Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico metodológicas para la investigación”, en García Canclini, N. y Roncagliolo, R., Culturas transnacionales y culturas populares, IPAL, 1988. (Páginas 59-85)

**Práctico**

* Muraro, H., “Prólogo”, en Ford, A., Rivera, J. y Romano, E., Medios de comunicación y cultura popular, Bs. As., Legasa, 1985. (Páginas 101-107)
* Ford, Aníbal, “Cultura dominante y cultura popular”, en ídem. (Páginas 108-109)
* Ford, A., “La utopía de la manipulación”, en ídem. (Páginas 110-112)
* Zarowsky, Mariano, “Vanguardia, comunicación y populismo: itinerario intelectual de Aníbal Ford”, ponencia en VII Jornadas de Sociología, UNLP, 2012. (Páginas 113-130)

**Clase 7. Los debates sobre comunicación alternativa**

**Teórico**

* Graziano, Margarita, “Para una definición alternativa de la comunicación”, en Revista lninco, vol. l, núm. l, pág. 71, tercer trimestre 1980.
* Simpson Grinberg, Máximo, “Comunicación alternativa: tendencias de la investigación en América Latina” en Simpson Grinberg, M. (comp.), Comunicación alternativa y cambio social, México, Premia Editora, 1986.
* Cassigoli Perea, Armando “Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos” en Comunicación alternativa y cambio social, México, Premia, 1986, págs. 63-71.

**Clase 8. Globalización y consumo**

**Teórico**

* Martín Barbero, J., “Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático”, Diálogos n° 41, marzo de 1995.
* Ortiz, R., ¨Notas sobre la problemática de la globalización de las sociedades¨, en Diálogos n° 41, marzo de 1995.
* García Canclini, N., “El consumo sirve para pensar”, en Consumidores y ciudadanos, México, Grijalbo, 1995.

**Práctico**

* Landi, Oscar, “Prólogo”, “El videoclip, lenguaje fin de siglo”, “El televidente y su pantalla” y “Público y desorden cultural”, en Devórame otra vez, Bs. As., Planeta, 1992.
* Sarlo, Beatriz, “La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión” en revista Punto de Vista nº 44, noviembre 1992.
* Sarlo, B., “Zapping”, en Escenas de la vida posmoderna, Bs.As., Ariel, 1992.
* Heram, Yamila, “Crítica de la televisión: el desembarco de los académicos” (mimeo)

**Clase 10 - Burocratización y contratendencias**

**Teórico**

* Mangone, Carlos, “La burocratización de los análisis culturales”, en Zigurat, n.4, Bs. As., noviembre, 2003.

**Práctico**

Dal Bianco, Lucas y Zarecki, Fernando (2015). “Institucionalización Dilemas en el cruce entre el reconocimiento disciplinar y la burocratización del saber”. En Los estudios de comunicación en Argentina. Consensos y disensos. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

* Palacios, Cecilia, “Breve estado de la cuestión sobre los Estudios de Recepción en Latinoamérica (2000-2010): continuidades y desplazamientos en relación a décadas anteriores”, ponencia, 2014.
* Bruni, María, “El lugar de la cultura popular en los estudios latinoamericanos de comunicación y cultura (2000-2012)”, ponencia 2014.
* Ferreira, Paula, “Aproximaciones a los estudios de juventud en Latinoamérica (2000-2012): continuidades, rupturas y desplazamientos en el campo de la comunicación y la cultura”, ponencia, 2014.

**Clase 11. Los debates sobre las políticas de comunicación**

**Teórico**

* Gándara, S., “La madre de todas las batallas. Un examen crítico de las políticas de comunicación en Argentina en el período 2003-2014”, mimeo.
* Henkel, Cristian y Morcillo, Julián, “Hacia una crítica marxista de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”, en La palabra liberada. Una crítica marxista de la ley de medios, Bs.As., Eudeba, 2013.
* De Charras, Diego, “Democratizar la comunicación audiovisual en Argentina: una carrera de obstáculos”, en revista Sociedad, nº31, invierno 2012.
* Postolsky, Glenn y Hernández, Pablo, “Populismo/Gentismo. Las tensiones entre los gobiernos transformadores y los medios”, en revista Ciencias sociales, nº82, noviembre de 2012.
* Becerra, M., “América Latina a contramano; poder mediático y regulaciones”, Bs.As, 2015.

**Práctico**

* Segura, María Soledad, “La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática”, en Argumentos, nº 13, Bs. As., octubre 2011.

**Tener en cuenta:**

**Unidad 1. ´60 - ´70**

Ciencia, política, imperialismo, imperialismo cultural, dominación, ideología, manipulación, alienación, clase, industria cultural, mercancía, intelectual, revolución.

Proceso de autonomización del campo de la comunicación y la cultura. Política vs ciencia. Los discursos de la ideología. *Las corrientes de la crítica ideológica y la economía política (crítica) de la comunicación en la tradición marxista.*

**Unidad 2. `80**

Cultura, hegemonía, transnacionalización, mediación, matriz cultural, transposición (de los géneros populares), cultura popular, apropiación, reforma.

La institucionalización del campo de la comunicación y la cultura. La comunicación masiva desde la cultura. La promocionada crisis del marxismo y de la modernidad. Comunicación alternativa y la contrainformación.

**Unidad 3. `90**

Capital financiero, mercado, consumo, ciudadanía, identidad, globalización, mundialización, nuevas tecnologías, cultura massmediática.

El consumo como proceso sociocultural y la concentración mediática. Las nuevas tecnologías como nuevos fetiches.

**Unidad 4. ´00**

Burocratización, contratendencias, políticas nacionales, Estado, comunicación alternativa, popular, comunitaria.

Los debates en torno las nuevas políticas de comunicación y su implementación.

**-**

**Resumenes**

**-**

**Unidad 1. Clase 2**

**Teórico – Ciencia vs Política**

Iniciativa de la revista Comunicación y Cultura (1973) en el contexto de autonomización de la Comunicación como campo disciplinario.

La revista escoge la “comunicación masiva” como punto de partida específico.

Tienen como prioridad política la norma de comunicar por medio de la revista, los procesos para la liberación total de las sociedades latinas dependientes. Al igual y en colaboración con grupos de personas en la región con misma orientación, procuran hacer de su práctica de trabajadores de la comunicación una práctica política al servicio de las luchas revolucionaras. Los grupos que nombra son dirigencia o militancia de base de los partidos populares encargadas de la prensa obrera o campesina, alumnos o profesores que pugnan por romper con el cerco de la ideología del periodismo presuntamente neutro y objetivo. Son investigadores que buscan fundir la teoría con la acción. Piensan esa acción como instrumento del proyecto popular de descolonización.

Los medios se encuentran bajo el control de la burguesía y del imperialismo. Pero las masas han alcanzado niveles de conciencia que permitieron que el pueblo se organice en su lucha por la emancipación. En este caldo de cultivo se gestaron alternativas a la comunicación y cultura diseñadas por las clases dominantes para servir a sus intereses.

Además de la “comunicación masiva”, retomarán en la revista, cuestionamientos s otros aparatos de difusión masiva de ideología, como el sistema educativo.

Línea editorial de la revista: La Batalla ideológica que se escinde dentro de la comunicación masiva en el proceso político latinoamericano.

-

Presentación de la revista Lenguajes. (1974)

Anuncian que el imperialismo no solo ocupa lugar en la comunicación de masas sino también en la producción del saber. “La producción de las palabras (en nuestro país) es con mucha frecuencia una simple reproducción. Palabras que han sido trabajadas en los países centrales, que parecieran detentar el privilegio de la verdadera producción del saber y de la ciencia.”

Nombra contradicciones: 1. Las que caracterizan la situación de dependencia cultural, determinada por la estructura de dominación imperialista en América Latina. 2. Dentro del contexto de dependencia, las contradicciones entre los llamados “intelectuales” y sus relaciones con los procesos de la movilización popular y de la lucha política por la liberación.

El campo específico de los participantes de la revista Lenguajes será el definido por la expresión de lenguajes sociales. Será el de la producción social de la significación, ese campo que la ideología burguesa llama “la cultura”. Con importancia especial a las “comunicaciones masivas”.

Modalidad (se necesita): de la inserción en la estrategia de la lucha popular contra la explotación; (es necesaria) la producción de teoría, de conocimiento. Ambas son prioritarias.

 Los fenómenos culturales no pueden ser considerados como aislados. Los autores piensan que la significación no puede ser separada del funcionamiento de la sociedad en su conjunto y, de la producción social.

La significación es el producto de un trabajo social, resulta de una práctica que opera dentro de la sociedad, del mismo modo que ésta produce bienes en el plano económico y produce instituciones en el plano político. Lo determinante sería “cómo pensar” el vínculo entre esos fenómenos culturales y los otros aspectos de la sociedad. Sobre todo si estamos interesados en discutir la importancia de los mecanismos culturales dentro del proceso de la lucha política de la clase obrera. Sería entonces importante interrogarnos acerca de las relaciones entre la producción del sentido y la dinámica más amplia generada por la movilización popular.

Cuando el fenómeno de la cultura se presenta como un todo articulado en una multitud de niveles heterogéneos y contradictorios, es lo que los autores llaman reduccionismo. Esto significa que por más que pase por un momento de elaboración teórica, está determinado por una ideología y una política arraigada en la coyuntura. Nos señalan el carácter complementario entre los dos principales reduccionismos que operan en la lucha política en torno a los productos culturales: Contenidismo (contenidos manifiestos en los mensajes masivos) y esteticismo.

Contenidismo: Manipulación sistematizada por la industria cultural. Si el sistema económico – político de dominación imperialista impone en el plano cultural sus propios contenidos, que expresan, aseguran y profundizan la dominación, los pueblos en lucha por su liberación deberán sustituir los contenidos que a su vez aseguran y profundizan el proceso revolucionario.

Esteticismo: Determinación política clara, el bastión de la reacción liberal. La cultura culta y la vanguardia.

Al ya existir un sistema de géneros constituidos, el contenidismo solo puede reproducir, y allí hay un problema: Cuando el contenido de un manifiesto sentido político reemplaza otro, se revela la incompatibilidad entre ambos contenidos. El contenidismo popular va en retroceso, de un ambicioso programa de control y planificación del producto cultural, se ha derivado a la satisfacción de algunas reivindicaciones gremiales.

Otro reduccionismo:

El tecnologismo (los contenidos no importan, es la revolución electrónica la que está operando los cambios más profundos en la cultura). Pero una cosa es la importación del objeto técnico, otra la importación de reglas de uso, sociales, convenciones (no técnicas) determinadas en los países centrales. Esta es una penetración cultural.

Economicismo: tiende a posponer toda política cultural hasta la nacionalización de todos o la mayoría de los medios.

Pero, la nacionalización económica no basta para revolucionar los contenidos de una cultura, por lo tanto hay que formular propuestas a éste nivel: el contenidismo. Así se cierra el círculo.

Dirán: “no hay estrategia política socialista sin una teoría del modo de producción de las significaciones”.

Lenguajes se propone estimular la producción de esa teoría, bajos las condiciones señaladas y en lo posible, de acuerdo con las siguientes premisas: 1/Rigor teórico; 28/Reconocimiento que los conocimientos que se puedan producir resultarán siempre envueltos en la corteza ideológica reduccionista; 3/Necesidad de una tarea político-ideológica crítica; 4/Reconocimiento de la especificidad histórica de los países del Tercer Mundo en su combate por la liberación, emergencia de nuevas formas de cultura y de las luchas populares.

La tensión (¿contradicción?) entre política (revista comunicación y cultura) y ciencia (revista lenguajes) se figura entre producir conocimiento científico sobre los fenómenos sociales o accionar políticamente para transformarlos.

-

Verón, Eliseo, “Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la semiología en la Argentina y Chile”, en Lenguajes, Nº 1, abril 1974.

Verón demarca un contexto para descubrir las diferencias en la penetración de la metodología estructuralista-semiológica de los ´60-´70 en Argentina y Chile. Es diferente en estos dos países, aunque sean limítrofes y hayan llegado de Francia los mismos textos, de la misma escuela y con la misma traducción. Remarca que su trabajo solo es una descripción, puesto que carece de una teoría acerca de la producción social de los significados. Es decir, que no puede explicar sino solo describir.

Verón introduce en ésta introducción dos postulados teóricos.

1. Los textos (en tanto mercancías) están siempre incluidos en un complejo ciclo productivo. Es preciso ubicar los textos en el contexto de los procesos sociales de producción, distribución y consumo de significaciones. Verón cree que el sentido es un producto intrínsecamente social, a la vez que los textos están insertos en una matriz social, y esta inserción es parte constitutiva de su significación.
2. Introduce la idea de pluralidad articulada de procesos productivos en el plano cultural; es decir, la producción del sentido aparece organizada en diferentes prácticas. Explica que cada sociedad impone particularidades en la producción social del sentido. Dentro de cada una de ellas, la cultura se articula en diferentes prácticas sociales que aún no cuenta con una tipología por no poseer una sustentación teórica. Es así como las prácticas sociales se limitan a la clasificación social institucional, es decir a la ideología social misma.

Verón utiliza estas concepciones teóricas y las aplica en una comparación de apropiación de conceptos propios del estructuralismo francés en dos países latinoamericanos: Argentina y Chile. Se podría predecir una similitud en la producción de la significación del estructuralismo entre ellos, puesto que son países que se encuentran en la misma región, hablan el mismo idioma y comparten el área cultural. También pertenecen ambos a la misma área de influencia de la industria del libro en la lengua castellana.

Pero las predicciones serán incorrectas, pues el estructuralismo ha conocido en cada uno de estos países un destino cultural diferente. Campos ideológicos diferentes y su impacto distinto. En Argentina nunca se ha vinculado al estructuralismo con el marxismo.

En cambio, el estructuralismo y la semiología de corte chileno recibieron una marca cultural diferente. Los autores locales estaban vinculados a intelectuales muy activos políticamente en el campo de la izquierda marxista, por lo que así fue percibido el estructuralismo, sus ideas y métodos en Chile.

Agrega algunas precisiones para ubicar el nivel descriptivo de su trabajo. Para ello nombra trabajos locales y cursos universitarios donde se “difunden” los conceptos funcionalistas; las publicaciones locales que manipulan términos funcionalistas (más allá de los modos); las publicaciones originales traducidas al español de la semiología y el estructuralismo. Por último, la incorporación de los temas ideológicos en los medios masivos (la publicación en notas o comentarios en los semanarios por ejemplo)

En segundo lugar, justifica por qué unifica estructuralismo con semiología. “El estructuralismo es la primera semiología”. Porque encuentran raíz común en la lingüística estructural de Saussure. En América Latina también se han percibido socialmente como asociados muy estrechamente. A Verón le importa para su artículo el impacto ideológico en la región y particularmente en Argentina y Chile.

Lo ideológico no es una propiedad intrínseca del texto, solo puede definirse como una función entre lo textual y lo extratextual. El discurso admite varias lecturas, de allí la complejidad en el análisis textual.

La pluralidad de vínculos complejos entre un texto y factores extratextuales obedece a que cada discurso social está caracterizado por una inserción múltiple en las prácticas sociales. Un mismo texto producido o introducido en un país, se ubicará en el contexto más amplio de la historia social de otros textos. Historia que es distinta para cada práctica cultural. Un mismo texto=múltiples y diferentes destinos ideológicos según las prácticas sociales en las cuales se inserta.

E trabajo de Verón supone solo una descripción de la inserción diferencial del estructuralismo y la semiología en Chile y Argentina porque carece de una teoría acerca de la producción social de la significación. Por ello supone una tarea de carácter descriptivo.

*Argentina: las muchas vidas de una ideología*

La primera inserción del estructuralismo en la Argentina debe analizarse en el contexto del proceso de modernización de las instituciones universitarias después del golpe militar de 1955. Dicha modernización se inspiró en la ideología tecnocrática de corte cientificista-liberal con ilusión desarrollista reinante en los ´50. La aparición inicial del estructuralismo tuvo lugar dentro del marco de la introducción de las ciencias sociales modernas.

Durante el primer período (1959-1966) los enemigos ideológicos estuvieron localizados en los grupos tradicionales más conservadores. La oposición al estructuralismo se encontraba en la derecha.

En 1966 se termina el primer período, junto con el golpe al gobierno de Illia, coincidiendo con la destrucción modernizante en las universidades. Desde 1966 hasta cuando escribe el autor (1974) las influencias del estructuralismo en Argentina se incorporan a otros mecanismos culturales fuera de las instituciones oficiales de educación o investigación. Al mismo tiempo se empiezan a difundir las primeras versiones de semiología. Las influencias del estructuralismo y de la semiología se diversifican en distintos campos culturales. Al mismo tiempo, se refleja en un crecimiento de la producción local en este segundo periodo. Se multiplican los adversarios ideológicos, localizando en 1969 el momento más intenso de la moda estructuralista.

Verón se detiene en un recorrido por la producción local del período 1959-1966. 1967 se realiza e simposio con título “teoría de la comunicación y modelos lingüísticos en ciencias sociales”. La influencia del estructuralismo dio lugar a un interés por las estructuras de significación, en general, y por los fenómenos del lenguaje en particular. Pero sin dejar de lado el interés por el estudio del comportamiento social concreto. Así es como se dieron varias combinaciones de conceptos y disciplinas, como la comunicación y el psicoanálisis.

Un participante del Simposio de 1967 merece especial atención para Verón: Oscar Masotta, creador de “grupo contorno”, revista dedicada a la crítica y el análisis literarios en los ´50 en Argentina. Preocupado por la significación ideológica de la obra literaria y por las implicaciones políticas de la literatura. Masotta constituye prácticamente, una reflexión sobre los modos de articulación de las prácticas sociales con la literatura. Estudia el arte pop y las historietas.

Los “Grupos de estudio” desarrollaban actividades complementarias a las actividades de la universidad. Compuesto por estudiantes poco avanzados y en consecuencia de la crisis de 1966, los grupos se multiplicaron tras la intervención militar que provocase desorganización en las carreras de las ciencias sociales. Así los grupos de estudio se convirtieron a mediados de los ´60, en agentes de recepción, elaboración y difusión de nuevas ideas y orientaciones. Eran mecanismos culturales de influencia.

Se nombra también el Simposio de 1970, donde se combina en los estudios e investigaciones, la semiología con la arquitectura. Esfuerzo por incorporar al campo de la semiología el espacio social organizado y los sistemas de objetos.

*Chile: la semiología y la lucha política*

1969 en Chile se aproximan las elecciones de Salvador Allende (Unión Popular – partidos comunistas y socialistas unidos)

La universidad chilena de aquellos años era estable institucionalmente, autónoma y de corte marxista en el área de las ciencias humanas. Las investigaciones de semiología y estructuralismo se encuentran contenidas en las universidades (no extrauniversitario como en Argentina). Conocidas figuras de las elites intelectuales apoyarán la campaña de Allende.

Las condiciones de una transición al socialismo sin lucha armada, exigen poner en marcha a la vez cambios estructurales y transformaciones culturales profundas.

La influencia del estructuralismo y la semiología se concentró en el estudio de los mecanismos del poder cultural en particular las comunicaciones masivas. Durante la campaña electoral una de las tareas decisivas en este campo consistió en analizar y denunciar las trampas ideológicas preparadas por los principales medios masivos en manos de la burguesía, contra los candidatos de la Unión Popular. Una vez el gobierno popular en el poder se establecieron otros objetivos prioritarios: definir estrategias para estimular el nivel de la conciencia social de participación y movilización de la clase obrera; para explorar nuevas formas de comunicación capaces de iniciar la destrucción dela cultura de clases existentes por los estereotipos de la burguesía.

En cuanto a la producción local, se destaca: la revista CEREN, producida en la Universidad Católica de Chile (Santiago) 1969 se definió un programa de investigaciones sobre los lenguajes masivos, bajo la inspiración de Mattelart. El impacto cultural de los estudios (acerca de la reflexión acerca de las condiciones estructurales del funcionamiento de los medios en los países sometidos a la dominación imperialista, las consideraciones metodológicas relativas a la noción de ideología y el análisis de inspiración semiológica acerca de los mitos sobre la juventud y el romanticismo por parte de los medios) se expresa claramente dentro de la situación chilena, sobre todo porque las críticas se realizaban al periódico más “serio” del país: El Mercurio (de derecha). Y además porque era citado por Allende en los medios.

También cita la investigación semiológica a cargo de la escuela de artes de la comunicación,. 1970 abría el programa de estudios en comunicación social. Nombrará Verón la expropiación de la editorial más grande de Chile posterior al triunfo de la Unión Popular (Zig-Zag)

Intelectuales asociados y comprometidos ocuparon roles y responsabilidades en el gobierno. En este contexto Dorfman y Mattelart publican un análisis ideológico del Pato Donald. Lo cual destapó una serie de discusiones acerca de la importancia relativa de los aspectos culturales del proceso de transformación social, y más específicamente, acerca del papel de los medios masivos.

*La pregunta de Lenin*

Tanto en Argentina como en Chile los semiólogos están especialmente interesados en el estudio de los fenómenos ideológicos. Además éste campo de investigación puede permitir obtener resultados que posean relevancia política y utilidad práctica en el contexto del combate hacia el socialismo en esta parte del mundo. El problema central en la teoría semiológica de las ideologías para Verón es el de los métodos. En éste plano se plantea un desafío crucial para el desarrollo de la semiología (y su aplicación práctica) Hay algo que es la práctica de la lectura ideológica de los texto que consiste en detectar intuitivamente los significados ideológicos presentes en un discurso dado. Ahora bien, ocurre con cualquier tipo de competencia social esta práctica de lectura no contiene su propia teoría, no controla sus propios fundamentos.

Para desarrollar una teoría semiológica que vaya más allá del conocimiento práctico, se debe desarrollar en, por lo menos, dos niveles: uno, la construcción de una teoría sistemática de la ideología-en-los-leguajes; por otro, de construcción de un conjunto explícito de operaciones metodológicas concebidas para la manipulación de los textos.

Verón piensa que la situación “esperable” y “normal” en un país dependiente es aquella caracterizada por una contradicción objetiva entre las condiciones para la inserción política revolucionaria y las condiciones para la producción de conocimientos. Esta contradicción le parece casi formar parte de la definición de lo que es el capitalismo dependiente a nivel cultural.

Critica a Chile:

Para Verón, buena parte de los análisis realizados por colegas chilenos no van más allá de la práctica intuitiva de la lectura ideológica de los textos. La contradicción entre la demanda práctica (política) y las condiciones de la investigación es aún más clara en el estudio de Mattelart y Dorfman sobre el Pato Donald. En este trabajo, no solo se aplica como método el comentario intuitivo e interpretativo del material, al caso le parece más grave: el problema del método ha desaparecido completamente como problema.

Dirá al respecto también: Optar por la inserción política y abandonar las exigencias contenidas en el proceso de producción de conocimientos me parece una elección perfectamente legítima, pero ¿para qué mantener todo el “aparato retórico” del lenguaje “científico”?

A su juicio el uso de la jerga científica oculta la opción que se ha realizado. Porque piensa que se pone en juego la identidad social del intelectual, que en cuanto tal contribuye a la lucha política con su capacidad profesional de especialista.

 Para él, el trabajo de lectura del “el Pato Donald” es incorrecto no solo respecto de su objeto especifico (la historieta del Pato Donald) sino también respecto de la concepción implícita acerca de lo que es un texto, de cómo manipularlo para describir la ideología, de qué relación debe tener la descripción con un texto. Plantea que más que mistificación, hay ingenuidad y trivialidad .Si decido responder a la demanda social, y esa demanda me impide satisfacer al mismo tiempo las condiciones internas de la producción de conocimientos, y no obstante sigo acumulando términos técnicos y referencias bibliográficas, no estoy solo insertándome en la lucha política, estoy también intentando preservare mis privilegios de intelectual.

-

Schmucler, Héctor, “La investigación sobre comunicación masiva”, en comunicación y Cultura, nº4, 1975.

¿Para qué investigar sobre los medios masivos de comunicación?
A) Los medios crecieron en el contexto en el cual escribe el autor, en especial la TV.

B) Los pensadores políticos otorgaron un lugar privilegiado a los medios masivos.

C) Los estudios acerca de “los efectos de la comunicación”, estimulados por los vendedores de productos, están orientados en el mismo sentido que las empresas dueñas de los medios. Comparten negocios e intereses.

D) Nuevas tendencias de investigación se presentan en la contemporaneidad del autor, que señalan a los medios como instrumentos de las estructuras sociales dominantes en los países capitalistas y dependientes. Útil para develar los contenidos ideológicos de los mensajes difundidos por los medios masivos.

\*

Contextualización latina. Reflexión estimulada por 3 razones:

1 – Practicas sociales directas e indirectas que modificaron las concepciones de los medios masivos.

2 – Polémica presentada entre política y ciencia. Expresada en los trabajos realizados. Metodología y su legitimidad es un eje central de ésta disputa.

3 – Proceso político latino. Contexto que ha generado nuevas condiciones de pensamiento.

\*\*

¿Por qué hablar de corrientes semiológicas en el acontecer latino si hay problemas anteriores?

POSTULACIONES:

\_ La metodología semiológica tiene validez científica, su objeto científico es válido, ya que busca descubrir los mecanismos estructurales de significación.

\_ El objetivo propuesto por Schmucler es diferente. Está presentado según un proyecto general de transformación de la realidad. Respecto al método, debe seleccionarse en función al objetivo antes nombrado. Es decir que el método puede variar, no es siempre el mismo ni uno único. El método es funcional al objetivo y se legitima en virtud de la eficacia y NO en base a una pureza intrínseca.

El objeto en el caso del autor es la comunicación masiva. Tiene en cuenta la situación histórica (política e ideológica), como también al método (ciencia).

\_ La ciencia SIEMPRE está ligada a una política. TODA POLÍTICA CONDICIONA UNA CIENCIA.

\*\*\*

CRITICA DE SCHMUCLER A LA REVISTA LENGUAJES (RESPECTO DE LA DICOTOMÍA POLITICA-CIENCIA QUE PLANTEA)

Schmucler destaca problemas generales que hacen a la propuesta de investigación (a partir de 6 proposiciones que toma cita y no cita, de la presentación de la línea editorial de la 1ra edición de la revista Lenguajes)

Problemas (3):

* En la presentación de la revista se muestra un campo semiótico político que luego se niega en las realizaciones teóricas que se ofrecen.
* Oposición ciencia/política que justifica la no-político con un discurso político.
* Enfrentamiento de la ciencia contra los instrumentos políticos y el prestigio del “saber”.

Para Schmucler el dilema que propone Verón acerca de la marginación del científico de su contexto social y político en el proceso de producción de significaciones (y de conocimiento) en un país dependiente como el nuestro, expresa una distorsión intrínseca al proceso de producción de conocimientos.

\*\*\*\*

CRITICAS DE SCHMUCLER A VERON (RESPECTO DE LA CRÍTICA DE VERÓN A DORFMAN (D) Y MATTELART (M) EN “COMO LEER `EL PATO DONALD´”)

* Verón (V): “el método ha desaparecido”. Schmucler (S): ¿quién resuelve la calidad y la legitimidad de un método? D y M utilizaron el comentario intuitivo y la interpretación.
* V: el intelectual debe elegir entre hacer política y producir conocimientos. S: eso lo erige y elige V, pero D y M no separan uno de otro. Para ellos la práctica política es condición de verdad para las ciencias sociales.
* V: cuestiona el uso de “elementos” científicos en la intervención ilegítima de D y M, en el lenguaje político. “Lo que está en juego es la legitimidad del intelectual”. S: la participación política del especialista no se realiza en cuanto tal sino en relación a su acuerdo con un proyecto político.

Verón se soporta en Wajsman, pero S dirá que ella no critica el método sino la concepción y la finalidad del libro. “los autores buscan elementos ideológicos que reproduce el mundo concebido por el imperialismo norteamericano.

S: Refugiada en la ciencia del psicoanálisis, W no percibe la significación social de las producciones sociales. El psicoanálisis se olvida del contexto en el que se inserta su práctica. Entonces la ideología dominante, dice S, reluce triunfante.

 \*\*\*\*\*

Critica a Traversa. (En la crítica que hace Traversa de Getino y Solanas, en “cine como un hecho político”)

Para Traversa lo político es diferente al cine. Son categorías disímiles.

Getino y Solanas (G y S), partieron de la política y encontraron sus formas en el cine.

S: Discursos (cine y política) son 2 formas de naturaleza social, que invisten de significación materias significantes, es decir, que son hechos equivalentes los discursos políticos y el cine.

En el discurso de Traversa hay un término ausente: acción.

\*\*\*\*\*\*

Hecha la reflexión puede proponer S. Pero primero aclara las dos perspectivas que NO interesan en su investigación de comunicación masiva:

\*La que legitima el papel de los medios como reguladores de la sociedad (en ese sentido como instrumento de hegemonía ideológica); y \*\*la que se postula como reveladora de la ideología de los mensajes, pero prescindiendo de las circunstancias político-sociales en el que se inscribe tal mensaje.

Intentará precisar *¿por qué?*  y *¿para qué?*

1. ¿Cuál es el papel que realmente cumplen los medios masivos de comunicación? La significación de un mensaje podrá indagarse a partir de las condiciones histórico-sociales en que circula. Estas condiciones significan la experiencia socio-cultural de los receptores. El mensaje significa en el encuentro con el receptor. ¿Desde dónde se lo recepta?, desde qué relación con el mundo.
2. El poder de los medios puede ser nulo e incluso revertirse en la medida que el mensaje es recodificado y sirve e confirmación del propio código de lectura. Esto es así porque se pueden diferenciar distintos mensajes en un mismo receptor que posee diversos niveles de experiencias. No se trata de modificar los mensajes solamente para provocar actuaciones determinadas, es fundamental modificar las condiciones en que esos mensajes van a ser receptados. Esto puede pasar en los mensajes políticos, pero es menos frecuente en otras áreas de la vida cotidiana donde los receptores no poseen experiencias distintas a los modelos de existencia que proponen las clases dominantes.
3. A su criterio hay que comenzar el análisis de las condiciones de recepción de los mensajes para obtener los datos reales sobre su significación. Esas condiciones tienen un referente político.
4. Toda investigación deberá partir de la situación político-económica en el cual circula el mensaje. La situación política condicionara la acción (significación) del medio. Política y economía son las estructuras en las cuales se instala el comunicador.
5. “Utilidad”=> para algo o alguien.
6. Carácter instrumental de la investigación sobre los medios masivos, entonces queda a criterio de la conciencia popular: -investigar los medios como un proyecto político-cultural; -el método depende del objetivo a conseguir. Cree en la pertinencia de cada uno de los métodos (funcionales) en función del objetivo planteado; los medios son instrumentos afines a un proyecto de sociedad.
7. El objeto de estudio es una función: la circulación de la ideología en condiciones particulares de decodificación. El objeto se va elaborando de acuerdo al proyecto político-cultural que lo define.

Volviendo al primer interrogante: ¿Para qué investigar sobre los medios masivos de comunicación?

Investigar sobre comunicación masiva para develar su estructura y funcionamiento actual a fin de volcarlos al servicio de un proyecto socio-político que en el caso de América Latina, tiene como primer objetivo la liberación del imperialismo.

La instancia ideológica es constitutiva de la estructura socio-económica.

Pretender autonomizar la función social de los medios del proceso de la sociedad es tan defectuoso como despreciar su papel específico. El lugar de la comunicación masiva queda definido desde el interior de un proyecto global de sociedad.

**Práctico – Los debates en torno al Pato Donald**

Schmucler, H., “Donald y la política”, en Dorfman, A. y Mattelart, A., Para leer al pato Donald, Bs.As., Siglo XXI, 1973.

Comunicación de masas y colonialismo

 Para la burguesía, el pato Donald es intocable: lo ha impuesto como modelo de “sano esparcimiento para los niños”. Pero el trabajo de Dorfman y Mattelart pone en duda lo indiscutible, desde el derecho a la propiedad privada de los medios de producción, hasta el derecho a mostrar como pensamiento natural la ideología que justifica el mundo creado alrededor de la propiedad privada. Así es como el problema deja de ser marginal y pasa a ser político.

Hablar del Pato Donald es hablar del mundo cotidiano en el que se resuelve la vida concreta de las personas. Solo la construcción de otra cultura otorga sentido a la imprescindible deconstrucción del ordenamiento capitalista.

 En ese mundo de lo cotidiano se verifica el papel del andamiaje jurídico-institucional reproductor de la ideología dominante, cuyos instrumentos más eficaces lo constituyen los medios de comunicación de masas.

 Un cambio concreto y revolucionario solo puede darse a partir de una nueva manera de ver el mundo, dejando de lado la aceptación del mundo heredado. Esto será posible por medio de la realización de un salto cualitativo en la transformación de la relación entre el obrero y la producción. La cultura que se gestará como consecuencia de las diferentes prácticas sociales hará papable una nueva existencia por medio de la participación de todas las personas en todo.

Para leer el Pato Donald muestra que nada escapa a la ideología. Nada, por lo tanto, escapa a la lucha de clases. Tiende a develar este estudio, los mecanismos por los que la ideología burguesa se reproduce a través de los personajes de historietas como la de Disney.

Donald es la metáfora del pensamiento burgués que penetra insensiblemente en los niños a través de todos los canales de formación de su estructura mental. Es manifestación simbólica de una cultura que vertebra sus significaciones alrededor del oro y donde lo vuelve inocente al despegarlo de su función social. El dinero no aparece como un elemento de relación entre un capitalista y la sociedad, sino neutro. Así el dinero pierde la propiedad fetichizante del poder, para convertirse en objeto de la psicología individual más o menos patológica. En la misma línea aparecen el resto de los personajes, como erupciones psicológicas y no como producto de relaciones sociales.

El mundo lineal, el mundo de las psicologías actuantes, es el mundo de lo cotidiano. Los personajes de Disney no son míticos sino axiológicos: en su mundo se actúa por interés, en ese mundo se engaña, en ese mundo de todos los días se establecen las diferencias entre los hombres.

Entonces se puede decir que este ya es no es el campo de la anécdota, sino en el campo de la política. El mundo donde se entablan relaciones según las formas de la propiedad privada. Las estructuras culturales vigentes que se ofrecen como naturales son reflejo de las relaciones sociales interdefinidas por las oposiciones propias de la sociedad clasista: maestro-alumno, entretenimiento-política.

La circunstancia chilena donde surgió el estudio se define como un instrumento claramente político que denuncia la colonización cultural común a todos los países latinoamericanos. De allí su tono parcial y polémico.

-

*Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand, “III. Del buen salvaje al subdesarrollado”, en ídem.*

Además de infantilizar a los países subdesarrollados y exonerar la actitud ladrona de los países centrales, el imperialismo se permite presentarse a sí mismo como un vestal de la liberación de los pueblos oprimidos y el juez imparcial de sus intereses.

Para Disney los pueblos subdesarrollados son como niños, deben ser tratados como tales. El niño-buen-salvaje en estas revistas es el pueblo marginal. La relación de hegemonía entre los niños-adultos que vienen con su civilización y sus técnicas, y los niños-buenos-salvajes que aceptan esta autoridad extranjera y entregan sus riquezas, queda revelada como la réplica matemática de la relación entre metrópoli y el satélite, entre el imperio y su colonia, entre los dueños y sus esclavos.

El subdesarrollado mental es súper desarrollado físico, lo que representa que los salvajes marginales cuentan con una fuerza corporal solo apta para trabajar físicamente en la naturaleza pura. El metropolita le entrega una baratija producto de la superioridad técnica y se lleva el oro del país salvaje y satélite.

Muestran a los nativos eufóricos con cada objeto que se les extrae, y un aumento en su felicidad con cada artefacto que reciben como magia desprovista de origen maquinario.

Los autores marcan un paralelismo entre el imperialismo extractor y el país mono productor de materias primas, entre dominados y dominantes representativos. Es una estrategia de Disney para caricaturizar los países atrasados, pero sin revelar la causa de su atraso.

¿Cómo hacen posible que aparezca como igualdad esta desigualdad?

El saqueo capitalista se escenifica con sonrisas. Pobres nativos. Qué ingenuos. Pero si ellos no usan su oro, es mejor llevárselo. En otra parte servirá de algo. El pobre se deja entregado a la felicidad de la vida simple. Los pobres no tienen preocupaciones, la riqueza trae problemas. Hay que saquear a los subdesarrollados pobres, sin sentimiento de culpa. No es malo el que viene de afuera, solo el que no paga “justicieramente” es perverso.

En otras tiras se muestra cómo el país subdesarrollado debe aliarse con los extranjeros si quiere conservar su poder.

La oposición bueno-malo crea la alianza de los nativos con los extranjeros buenos contra los extranjeros malos. Los extranjeros buenos se ganan el derecho a decidir acerca de la distribución de ña riqueza de aquel país. Los metropolitanos logran convertirse en los portavoces internacionales de estos pueblos sumergidos y sin habla.

Disney no descubre los estereotipos internacionales, solo los explota encerrando todos esos lugares comunes sociales, enraizados en las visiones del mundo de las clases dominantes nacionales e internacionales, dentro de un sistema que afianza su coherencia. Estos clichés diluyen la cotidianeidad de estos pueblos a través de la cultura masiva.

El autor encuentra estrategias en las tiras. Nombra 2 en este capítulo:

DILUCION: consiste en hacer que un fenómeno anormal al cuerpo de la sociedad pueda ser rechazado automáticamente por la “opinión pública” (por ejemplo, convertir el signo de protesta en impostura)

RECUPERACIÓN: un fenómeno que niega abierta y dinámicamente el sistema, una conflagración política explícita sirve para nutrir la represión agresiva y sus justificaciones.

Ya no se puede escapar a los propósitos políticos de Disney, su trama de intereses, que es la de un sistema social históricamente determinado y concretamente situado: el imperialismo norteamericano.

El niño es el buen salvaje, que remite al subdesarrollado y por ende al proletariado.

LO IMAGINARIO INFANTIL ES LA UTOPIA POLITICA DE UNA CLASE: la clase proletaria.

La clase proletaria está presente bajo dos máscaras: el buen salvaje y el criminal lumpen. Ambos personajes destruyen al proletariado como clase, pero rescata den esta clase ciertos mitos que la burguesía han construido. La burguesía dividió el mundo de los dominados en dos: el campesinado, no peligroso, natural, infantil, estático, como niño a ser protegido por su propio bien (el buen salvaje, guardián de lo popular y lo folclórico; positivo-popular-campesino); el otro, urbano, amenazante, hacinado, insalubre, calculador, vicioso, esencialmente móvil (negativo-popular-proletario).

Para finalizar el texto, se citan unos párrafos de una editorial de El Mercurio con título “Voz de alerta a los padres” donde alertan, justamente, que se trata de invadir a los menores en edad escolar con propaganda sistemática marxista desde la Unión Popular, para desviarlos, como también de penetrar en los adultos con materiales que acompañen las revistas propiciadas a los menores. Lo impactante es que lo enuncian como material desviante “en otras etapas de su formación hacia los derroteros marxistas”.

-

*Wajsman, Paula, “Polémica. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas, en Lenguajes Nº 1, abril 1974.*

* Dorfman y Mattelart tratan de afirmarse como científicos revolucionarios, pero no existe en su libro ningún rastro del momento en que el hombre de ciencia intenta alcanzar aquello en lo que se pone empeño en ocultar.
* La imagen de un niño auténtico como tabula rasa que proponen los autores no existe.
* Ambos autores comparten una ceguera ante los mecanismos de deseo y los atractivos del juego, y desconfían ante el placer.
* Las historietas solo entretienen, el humor se reconoce en la sed de aventuras de los personajes, no hace de los chicos víctimas de un medio dador de ideología pro capitalista.
* El libro de Dorfman y Mattelart es ajeno a la problemática específica de la penetración del imperialismo: allí la denuncia se engendra a sí misma y flota adherida a las hilachas de un fantasma, es decir que la búsqueda de amenazas imperialistas de los autores se ven reflejadas en sus impulsos por verlo representado en los personajes, proyectando sus propios fantasmas.

**Clase 3 - Frankfurt en América Latina - Teórico**

Pasquali, Antonio, “En torno a la ideología represiva de McLuhan” y “Releyendo a Marcuse”, en Comprender la comunicación, Caracas, Monte Avila, 1970.

8.1 Ideología y utopía

1964: Marshall McLuhan: Understanding Media / Herbert Marcuse: El hombre unidimensional

Ambos conciben su filosofía como un intento de comprensión del mundo histórico actual y como una crítica de la sociedad.

**McLuhan:** *pensamiento positivo* que disuelve la “crítica a la sociedad” en una franca ideología, como representaciones falsas de respaldo al orden social e intelectual predominante y como mentalidad insincera que enmascara la realidad. Pensamiento ideológico conservador. Encubrimiento ideológico. La ideología se disfraza en lo cotidiano y pretende ser fiel al perfil de la realidad, porque propende a cimentar el orden existente y ser puro pensamiento afirmativo.

**Marcuse:** *pensamiento negativo* en donde la crítica a la sociedad desemboca abiertamente en la utopía relativa o negativa o concreta. Una reducción de la dimensión utópica a la negación del ser social actual en favor de su deber ser futuro. Revelación utópica. La praxis utópica es visible y ruidosa porque intenta negar y derribar el statu quo.

 8.2 La carga ideológica de Understanding Media

El supuesto natural-utilitarista de que la realidad es una cuestión “dada”, contemplable y descifrable, pero no transformable conduce a racionalizar, justificar y respaldar de alguna manera el orden existente. Es el producto más vistoso de un pensamiento adialéctico que se consagra al reafirmarla a condenar a la irrealidad de la utopía absoluta que pueda negar u oponerse a la realidad. La ideología conservadora y la utopía renovadora tienen en el sector de las Comunicaciones sociales uno de sus más encendidos campos de batalla.

En UM, se reduce el discurso a un elegante análisis de los “medios”, centrado en sus menos comprometedores ingredientes: los semánticos, los estéticos y los tecnológicos. Entierra el análisis sociológico-político sobre controles, contenidos y efectos del mensaje difundido por los medios masivos. La metodología que utilizaría es la de simular que se puede ir más allá de la apariencia política de las comunicaciones para desembocar en una esencia tecnológico-estética libre de esquemas interpretativos políticos, sociales, económicos o jurídicos.

8.3 Desaparecen los mass-media

La obra de McLuhan deja al medio sin el atributo de masas, el componente sociológico que le otorga fuerza y sentido. El autor lo hace con el propósito de negarle a “comunicación” una dimensión filosófico-social, para convertirla en objeto de una “descripción pura” en términos de filosofía analítica.

8.4 “El médium es el simple aparato o extensión de la subjetividad psicofísica”

Médium, concepto central en UM. Término de máxima generalidad, pues médium es todo lo que esté dotado de una función mediadora o simbólica cualquiera, y que pasa a ser concebido sin mayores explicaciones como una extensión del hombre. Tales media agotan el universo de las mediaciones entre hombre y realidad y subsisten entre sí en una relación de inherencia. Un médium es un aparato, pero en el sentido de que no son más que extensiones de los humanos sentidos; no pueden sino añadirse a lo que ya somos y son parte de nosotros mismos. Son extensiones dotadas de leyes propias, es decir que se perciben como si nunca hubiese un cerebro actuante por detrás.

En McLuhan el destino de la humanidad es declaradamente el de llegar a ser un grupo eficiente de productores-consumidores, y el medio, en lugar de favorecer a la autonciencia (Kapp) se autonomiza y pierde todo contacto con la matriz político-social de su inventor.

En el capítulo IV se evidencia la voluntad del autor de eliminar toda distinción entre *aparato* como extensión de la subjetividad e *instrumento* como artefacto dotado de propiedades objetivas, capaz de recibir usos contrastantes, nada neutrales. Acude a las leyes de la psicología. “Cada extensión del hombre produce un encanto narcisista inmediato. El médium produce en el individuo un stress que provoca en el sistema nervioso un estado de bloqueo, generando una operación de amputación, que invalida a su vez, la tesis de extensión de Kapp. Por una especie de vértigo, las personas convertirían en instrumento lo que nunca dejo de ser aparato. El principio de automutilación como desahogo inmediato a las tensiones del sistema nervioso central, se aplica fácilmente al origen de todos los media de comunicación, desde la palabra al calculador. Entonces se concibe al médium como extensión de la naturaleza humana inocente por amputado.

Distinción entre medios calientes y fríos: la temperatura de los medios estaría en relación con su grado de definición y de participación, la sugerencia es que no distingamos los medios por el uso o los efectos sino en un atributo psico-tecnológico como el de “temperatura”.

 8.5 “El mensaje como contenido de un médium no existe”. Medium is message

Cada cosa es lo que es y ninguna otra. Dentro del medio no hay mensaje para McLuhan. Un médium no puede contener más que otro médium, esto significa que medio y mensaje se identifican. El método reduccionista suprime el contenido como algo objetivable.

El valor del mensaje quedaría englobado en el “estar ahí” del medio. Al propietario de los medios le interesa el medio y no el contenido, ellos saben que los media son un poder y que este poder poco tiene que ver con el contenido. El medio es el mensaje, es una teorización gerencial basada en cálculos de rendimiento con propósitos ideológicos. Ya lo decían Adorno y Horkheimer: los dueños del cine y la radio no necesitan despacharse como arte, la verdad expresada de que son negocios les sirve de cobertura ideológica, destinada a justificar las desviaciones deliberadamente producidas. Ellos se autodefinen industrias, y las cifras que publican sobre las rentas de sus managers acaban con cualquier duda acerca de valor social de sus productos.

Los contenidos de los media pueden variar pero no ejercen ninguna influencia sobre las formas de la asociación humana. En el estudio de los medios es aconsejable abandonar los juicios de valor porque no es posible aislar sus efectos. Los medios no valen por su contenido significante, sino por su mera presencia. Los media no tendrían según este autor ninguna dimensión sociológica.

 8.6 “El medio se posee, no se usa”

Los usos de los media se vuelve insignificante en este momento. Para ello diferencia tenencia y uso.

Marx: el uso del instrumento de producción determina desajustes en una posesión, en ese sentido el filósofo y el hombre de a pie coinciden en que actuar vale más que el ser, que el uso determina el valor de las cosas y no su posesión.

Después de negar la objetividad del contenido, solo quedaba negar su valor de uso. McLuhan: lo que es, es verdadero, las cosas son lo que son, basta contemplarlas sin transformarlas. No existe el uso dirigido de los medios y los controles de sus contenidos, los medios son efectivamente ineficaces para fines de dominio ideológico. El autor pretende dejar obsoleto el análisis de los contenidos, realiza innumerables proposiciones con un intento ideológico por neutralizar cualquier enjuiciamiento de los medios por el uso.

 *Releyendo a Marcuse*

9.1 Elogio de la Escuela de Frankfurt

En “Dialéctica del iluminismo” (1944), Adorno y Horkheimer, desarmaron el mecanismo ideológico y funcional del pensamiento positivo y tecnocrático, dejando al descubierto sus ingredientes y raíces históricas. Teorizaron acerca del término “autoridad” relacionando tal concepto con la el desarreglo comunicacional, ensayando el uso de los medios empíricos de investigación.

Filones de pensamiento frankfurtianos aprovechables:

1. La filosofía crítica de la sociedad no ha muerto.
2. Distinción entre razón crítica (negativa y dialéctica), y razón instrumental (positiva e irracional. Lógica del dominio).
3. La filosofía niega lo que es, lo actual en favor de lo que las cosas deben ser. En un intento por convertir la contemplación en transformación.
4. Recuperación de la dimensión utópica. Utopía relativa (negativa, antimítica y anti-ideológica).
5. La industria cultural como máximo exponente e instrumento del pensamiento positivo. La cultura de masas.
6. Autoritarismo e instrumentalismo emanados del uso de los medios. La necesidad de negarlos.

Se lee a continuación a Marcuse en el hombre unidimensional (1964), desde el concepto de utopía.

 9.2 Sobre el concepto de utopía

Al identificar status con lo real y utopía con lo posible (como posible social), el término utopía como posible social cesa de connotar una vaga y remota composibilidad muy eventualmente destinada a no realizarse jamás, para significar el estadio previo a una nueva realidad social, una vez que esta se realiza.

Toda potencialidad (incluyendo la de tipo social) es utópica mientras no se realiza aun y solo si se realiza. “Utopía” pasa a ser la traslación sociológica de la categoría metafísica de potencia en sentido genérico.

La utopía como negatividad (crítica y negación de la ideología), y como positivo (elaboración de un nuevo ideal revolucionario).

Todo pensamiento utópico es a su manera dialectico y bidimensiona: elabora un modelo-ideal-por-venir, porque niega una realidad fáctica actual.

¿Hacia qué lado se inclina la utopía, del lado de la negación de lo que es o del diseño positivo de lo que debe ser en su lugar?

El utopista contemporáneo sólo negará la verdad de lo actual y no diseñará nuevas Repúblicas (Platón). La teoría crítica de la sociedad no posee conceptos que puedan llenar el vacío entre el presente y el futuro; no teniendo promesas que hacer ni éxitos que exhibir, ella permanece negativa. Marcuse reconoce en Plantón el primer modelo de pensador negativo.

Pensar negativamente, es la forma más difícil y comprometida de pensar, porque requiere entre otras cosas un concreto y exhaustivo conocimiento de las estructuras de pensamiento que se quieren derribar.

La utopía es ahora pensamiento negativo, pero éste no es más que razón teórico-práctica que capta la realidad antagónica e intenta subvertirla para que devenga lo que realmente es.

La teoría crítica no le teme a la utopía, termino con el que se suele definir el nuevo orden para desacreditarlo. Pero es una trascendencia que habla en favor de la verdad.

El hombre unidimensional viene a presentarse como el primer término de una critica de la razón utópica, en sus límites y funciones. Un análisis del lenguaje que excluya sus múltiples dimensiones significantes concluye en una operación ideológica. Al hablar su propio lenguaje cotidiano, la gente habla a la vez el lenguaje de sus amos. Por lo cual la gramática, la sintaxis y el vocabulario se vuelven actos morales y políticos.

Reapertura a lo posible contra el inmovilismo ideológico naturalista; dinamismo dialectico y “negativo” contra el antifinalismo represivo de la tecnología actual; primado de la razón práctica para sacar de su huevo la cabeza del avestruz neo-positivista; aceptación de la prueba por las consecuencias por coherencia realista contra el principio formal de la “lógica del dominio”. Son los elementos más vistosos de la crítica marcusiana de la razón utópica.

**Práctico.**

Silva, Ludovico, “El sueño insomne. Ideas sobre televisión, subdesarrollo, ideología”, en Teoría y práctica de la ideología, Caracas, Nuestro tiempo, 1978 (primera edición 1971).

Los medios de comunicación masiva de nuestros países constituyen más que el sistema educativo y el sistema religioso, el genuino instrumento ideológico de que se sirve el capitalismo monopolista imperialista para perpetuar la dependencia en las cabezas mismas de los neocolonizados.

El sueño insomne es la expresión hallada por Adorno para designar a la TV en uno de sus ensayos sobre este tema. El autor sugiere un armado de una teoría crítica destinada a diagnosticar y combatir la guerra subliminal o también llamado “ofensiva ideológica” en EEUU.

1. Orígenes de la ideología del subdesarrollo. Educación y religión

El capitalismo es un sistema tentacular, expansivo. La condición material fue engendrando progresivamente su expresión ideológica. Para que el sistema material del capitalismo pudiera sostenerse es preciso que haya en explotadores y explotados una ideología que justifique idealmente al sistema. El colonizado debió convencer a todos que el sistema de explotación es no solo el mejor sino el inevitable y el necesario. Para ello creó fuentes suministradoras de ideologías justificadoras. Dos fuentes principales\_

1. Un sistema de instrucción y de educación, no siempre consciente en los educadores, con el fin de crear una imagen del mundo dentro de los límites de la “cultura occidental”. Una cultura y una civilización imperial enseñada que devino en una colonización mental, en una reducción de la visión del mundo a una visión refleja conformada por patrones de consumo. Nació así una desigualdad radical entre las aspiraciones o esperanzas de unos pueblos y si vida material. La gigantesca desigualdad existente entre las aspiraciones creadas en la mente de la mayor parte del pueblo (clases medias y bajas) y su nivel real de posibilidades materiales. Creación de necesidades por medio de patrones culturales y educativos, que no pueden satisfacer pero que actúan como justificación ideológica en las mentes de los desposeídos.
2. Al sistema de instrucción sirve de poderoso complemento a todas las clases, pero especialmente a las más miserables: la religión. Decía Napoleón que la religión es el misterio del orden social. Es un factor unificador de gran potencia. Une e a los pueblos en momentos de temor. Incluye el autor, lo religioso en todas sus formas, como un elemento específico y constituyente de la ideología. La primera ideología que existió fue la religiosa. Sólo por miedo a lo sobrenatural es que se puede explicar la pasividad de los colonizados. La constitución de los países naciones (autonomía política formal) se constituyó a la par una ilusión de dependencia, que solo ocultó la dependencia económica respecto de los centros imperialistas. La dependencia continuó, pero ahora amparada por la ilusión ideológica de la soberanía política.

Darse cuenta que la explotación es algo histórico y reversible es la primera condición para la subversión.

El elemento religioso no se limita al culto, pasa por mil matices que van desde los ídolos hasta la adoración de las abstracciones. Lo religioso lo tiñe todo de sumisión a valores establecidos.

Los dos grandes factores de alienación ideológica de nuestros países son el sistema educativo y el sistema religioso. Fueron modelando lo que puede nombrarse como la ideología del subdesarrollo latinoamericano. La alienación ideológica es expresión de la alienación material, es decir, por un fenómeno de alienación de la estructura socio-económica.

 Junto a la plusvalía material, se fue formando progresivamente un mecanismo de producción de plusvalía ideológica, mediante la cual la parte no consciente de la energía psíquica de las gentes pasa a formar parte del capital ideológico imperialista, a sustentarlo, a preservarlo y a perpetuarlo.

1. Interiorización del subdesarrollo

El subdesarrollo interiorizado no es otra cosa que una contradicción interiorizada (ser explotado y al mismo tiempo tener la ideología del explotador). En el desarrollo de dicha contradicción está una de las condiciones para la explosión revolucionaria. La precepción de la inmensa disparidad entre su nivel real de vida y el nivel de las aspiraciones que posee por compartir la ideología de las clases dominantes puede ser un factor de desencadenamiento.

1. Ideología tecnológica, tecnología ideológica

Analiza aquí el autor, la TV en una región subdesarrollada. La TV, porque constituye una especie de concentración de todos los medios de comunicación. Está en la casa, en un sitio de honor. Pero además, porque es un medio que en los países capitalistas constituye la más genuina expresión ideológica del sistema. La TV es el punto neurálgico de la industria cultural (como industria ideológica, como manipulación industrial de las conciencias).Si la ideología propia del capitalismo tiene su medio de expresión en las instituciones de la industria cultural, esta a su vez tiene como punto culminante, de máxima intensidad y eficiencia social, la TV.

Proceso de producción de plusvalía ideológica: pertenencia a la explotación material en el sistema de producción industrial, como también lealtad al sistema del hombre común por medio de la alienación del excedente de trabajo mental, psíquico del productor.

Plusvalía ideológica: explotación inmaterial con beneficios materiales de los dominadores.

1. Subdesarrollo y “mass-media”

La teoría del subdesarrollo implica y necesita de una teoría especial de los medios de comunicación de masas en relación a la alienación ideológica, correlato del sector tecnológico del que forma parte la industria cultural. La teoría especial sobre los medios de comunicación debe partir del hecho siguiente: los rasgos de nuestras comunicaciones son los mismos que tienen los mass media de los países centrales, pero nuestros mass media poseen, como vehículos ideológicos, diferencias específicas que conviene analizar, vinculadas a la estructura de nuestra dependencia.

Síntesis: la TV de los países subdesarrollados es a) expresión ideológica de nuestro carácter capitalista dependiente; b) campo de penetración del capital extranjero; c) aliado de democracias y dictaduras subdesarrolladas que se fundan en la entrega y sumisión ideológica al capitalismo central; d) lugar privilegiado en la industria cultural dependiente, de producción de plusvalía material y de riqueza natural.

1. Nuevos instrumentos ideológicos

A los dos instrumentos para la conformación y difusión de la ideología (religión y educación) en la era del colonialismo se le suman, para la contemporaneidad del autor, los medios de comunicación de masas.

1. ¿Se puede aislar la TV como objeto de estudio?

Aunque puedan las técnicas perfeccionadas de la investigación social empírica aislar los factores que son característicos dela TV, resulta que esos factores solo adquieren su fuerza en la totalidad del sistema. No se trata solo del sistema de comunicaciones, sino de la totalidad social en que estas se hallan inscritas. Para seguir este camino, además de las técnicas de investigación empírica, una teoría, es preciso combinar los criterios cuantitativos con los criterios cualitativos.

1. TV, mercado y psicología profunda

Estudios de los efectos de la TV. Con los datos resultados de encuestas se construyen cuadros matemáticos de gran precisión, llenos de datos objetivos, y de variables que, relacionadas, arrojan “tendencias” o “probabilidades”. Sin embargo: 1) tales datos y tendencias sirven poco si no son manejados por una teoría adecuada; 2) en lo referente a la TV hay escollos como el que señala Adorno: “como el material especial con o inconsciente, las encuestas directas no servirían de mucho”

Más se complica si se pretende analizad los efectos del condicionamiento ideológico.

El receptor se convierte en un productor de plusvalía ideológica. En el subdesarrollo, se une a esas representaciones elementales la no menos elemental representación de la dependencia material e ideológica como forma “natural” de existencia de nuestros países.

Las necesidades y los valores son representaciones ideológicas, no solo porque condicionan al hombre sino porque además, producen una fusión de movilidad social que tiende a disfrazar el verdadero carácter de la lucha de clases.

1. Filosofía del tiempo libre

Cita a Marcuse con el concepto de triunfo y final de la introyección: la etapa en la que la gente no puede rechazar el sistema de dominación sin rechazarse a sí misma, a sus propios valores y necesidades instintivos que los reprimen. La liberación significaría entonces subversión contra la voluntad y contra los intereses prevalecientes en la mayoría de la gente.

El tiempo libre en la sociedad actual es el tiempo del no trabajo. Es una definición puramente negativa. Es un falso tiempo libre, porque en la sociedad capitalista es escaparse durante el resto del día a la alienación del trabajo (para hundirse en la alienación ideológica y de las necesidades). Lo más importante es que el tiempo libre es donde trabajamos para la preservación del sistema, es el tiempo de la producción de la plusvalía ideológica. El tiempo libre de la sociedad capitalista es el tiempo de la producción de la plusvalía ideológica.

1. El envilecimiento cultural

El ciudadano corriente del mundo subdesarrollado cree que la “cultura” es un producto exclusivo y que debe ponerse a la altura de ella. No cree que toda su vida ciudadana sea un tejido cultural. Ignora que es un hombre culto, en una cultura determinada que lo ha dotado de hábitos, necesidades, conocimientos y costumbres. Que la cultura no se limita a manifestaciones artísticas o científicas, sino que se extiende a toda la actividad humana. Por lo tanto ignora también que los medios de comunicación son el elemento más poderoso de “culturización”, que esos medios forman parte de una industria cultural y que gran parte de las actitudes de las personas son inducidas directamente por esos medios mismos que consume diariamente.

El ciudadano corriente no se percibe productor de cultura. Así la alienación cultural es doble. La cultura es entendida como “arte y ciencia”, por otra, no reconoce como cultura el cumulo de mensajes que cree diversión o entretenimiento que recibe diariamente a través de la TV. Ignorando la relación entre cultura e ideología.

1. Alicia en el país de las mercancías. El fenómeno del superfetichismo

El fetichismo mercantil reside en que lo que es una relación social entre personas se presenta en el capitalismo como una relación entre cosas. Una personificación de las cosas y una cosificación de la persona. En el caso de la TV, es una mercancía hablando de otras mercancías. Nos la presenta como si fueran personas y las deja que ellas mismas os cuenten su historia de bondad y belleza.

1. Conclusión: la guerra subliminal

Los medios de comunicación y en particular la TV, son actualmente la expresión más intensa de la alienación ideológica en la que se encuentran los países subdesarrollados latinoamericanos; hecho que, a su vez, es expresión de la alienación estructural.

La guerra subliminal o la manipulación de las profundidades es un fenómeno que consiste en la formación, a nivel de la psiquis profunda, de una representación ideológica del mundo destinada a apoyar “espontáneamente” la dominación imperialista, constituye junto con el sistema educativo y la religión heredada de la colonia, el sistema ideológico del subdesarrollo latinoamericano.

**Clase 4 - Economía política, políticas nacionales de comunicación y alternatividad - Teórico.**

Muraro, Heriberto, “Teoría de la manipulación comunicacional”, en Neocapitalismo y comunicación de masa, Bs.As., Eudeba, 1974.

1. Manipulación y sociología critica de la comunicación de masa

El concepto manipulación ha sido el instrumento teórico básico de la sociología crítica de la comunicación de masa. En sus trabajos descansa la idea de que los medios de las modernas sociedades neocapitalistas, son sistemáticamente empleados por los monopolios para divertir o desviar a los individuos de toda consideración política de su sociedad.

Mills (sociólogo) consideraba el rasgo distintivo de la moderna cultura de masa a la existencia de la manipulación del receptor por el emisor. Consideraba que la sociedad de masa sería un orden caracterizado por la manipulación sistemática de los medios en beneficio de las corporaciones (medios monopolizados por pocas enormes empresas de medios; instituciones políticas no democráticas que no ofrecen posibilidades de participación ciudadana).

Baran (economista): la penetración de los medios en las modernas sociedades capitalistas es tan intensa y radical que, hasta la misma noción de ideología, resulta inadecuada para comprender los fenómenos políticos.

La ideología para él es una verdad a medias, desarrollada inconscientemente por una clase o estrato. Pero la ideología en el periodo neocapitalista monopolista, cede ante condicionamiento de las masas, trasladándose su estudio desde la sociología hacia la conducción de la opinión. Las nociones prejuiciadas se implantan conscientemente en las mentes de los hombres mediante las manipulaciones de una clase para lograr su aceptación generalizada de ellos.

Marcuse: En esta misma dirección consideraba a los medios con la función básica de desarrollar “pseudonecesidades” de bienes y servicios fabricados por las corporaciones gigantes y atar a los individuos al carro de consumo de masa y a la pasividad política. Se puede distinguir entre necesidades verdaderas y necesidades falsas. Falsas son aquellas que están superimpuestas al individuo por intereses sociales particulares empeñados en su represión (las necesidades que perpetúan el trabajo, la miseria y la injusticia). El resultado es la euforia dentro de la infelicidad. Ya que las necesidades tienen un contenido y una función social determinada por poderes externos sobre los que el individuo no tiene ningún control: el desarrollo y la satisfacción de estas necesidades como algo propio son productos de una sociedad cuyos intereses dominantes requieren la represión.

1. El concepto de “manipulación”

La manipulación supone la concurrencia de los siguientes fenómenos sociales:

1. La existencia de un monopolio de la comunicación y de un sistema de medios burocratizada de especialistas.
2. Una instrumentación de los mensajes desde los emisores, destinadas a favorecer dichos intereses de grupo.
3. Producir aceptación por parte de los individuos sometidos a la manipulación de valores o estereotipos sociales en contradicción a sus necesidades individuales o de clase. Es decir, “creer” que las opiniones impuestas son propias.
4. La conducta del emisor debe ser deliberada y sistemática, para producir la interiorización de las ideologías en los receptores.
5. Los mensajes de los manipuladores deben apelar a la irracionalidad del receptor, o ser lógicamente coherentes pero basados en informaciones incompletas o falsas.

El **problema** es que la **operación** de *manipulación* **no puede ser verificada** o medida:

En un **entrevistado receptor** porque si la manipulación fue eficaz, creerá que son propias las opiniones, y no impuestas. Tampoco puede verificase en el **emisor**, ya que operan conscientemente y están prevenidos para no revelar sus secretos. A la vez de que la manipulación no siempre puede ser verificada comparando **los medios**, pues si se supone un sistema de medios monopólicos, podemos suponer que además existe una misma línea editorial; una administración regular en sus mensajes en función de determinados objetivos ideológicos.

Entre **mensajes**, **testigos** o **hechos** es más difícil aun analizar la complejidad de la estructura social donde el conocimiento de los hechos sociales se vuelve importante para la decisión de posiciones políticas. Los sujetos, en la sociedad neocapitalista, dependerían cada vez más de los mensajes de los medios, de la transmisión de ideas y de material fáctico, y cada vez menos de una experiencia individua parcial y especializada, debido a la burocratización y subdivisión del trabajo social. Existiría entonces una suerte de economía del saber en términos de acumulación y concentración. La resultante es la incapacidad de las masas para controlar su propio destino.

Este tipo de operaciones de manipulación no se restringe a la política, también se ha visto aplicada en la práctica comercial. De hecho cualquier tipo de organización puede manipular de una manera u otra a su público. Solo es necesario que cuente con algunas influencias en el aparato de comunicación y ser lo bastante “cerrada” y burocratizada como para lograr acallar en su interior a aquellas voces disidentes que exijan una información completa y racional sobre sus actividades y fines.

Como es sabido, no puede lograrse una buena imagen de empresa si no se consigue el apoyo de los medios. Por lo que no es sorprendente que las corporaciones hayan incursionado tempranamente en el área de las comunicaciones, como que se hayan preocupado por controlarla comunicación interna y externa, desarrollando nuevas formas de control y manipulación de los diversos segmentos de la sociedad.

1. El estado y la manipulación de la comunicación

El sistema de comunicaciones en un estado central como el de EEUU deja en evidencia que el control de las comunicaciones es tan importante para el gobierno que este no teme entrar en colisión con la industria periodística o radiodifusora exigiéndole defender puntos de vista, amenazándola con sancionarla como sucedió en situaciones como la guerra de Vietnam. Por otro lado, las burocracias estatales, han acumulado recursos y usurpado poderes civiles a fin de actuar libres de la intervención de controles políticos parlamentarios (como el Pentágono), sin que esto se difunda en la población.

En países dependientes como Argentina, la posibilidad de decisión de las masas a decidir ha sido casi nula. El gobierno de nuestra nación es defensor de los intereses imperialistas, similar a EEUU, pero con el agravante de una mayor represión directa por parte del Estado.

1. Contradicciones del concepto manipulación

Si se carece de pruebas que demuestren cuándo y dónde las “maniobras” de los dueños de los medios han resultado eficaces, la manipulación no nos servirá como principio explicativo del contenido y de la génesis de las ideologías de las masas contemporáneas al autor.

Considerar la manipulación como una categoría sociológica válida y fértil desde un punto de vista crítico: La manipulación ilustra cómo se ha modificado desde el poder el proceso de dominación ideológica, siendo su objetivo la modificación de la interioridad del sujeto.

El control de la comunicación tiende a ser en nuestra época, dice el autor, cada vez mas deliberado. La tendencia hacia el desarrollo de la manipulación se corresponde con la tendencia a la socialización creciente observada por Adorno: “La dinámica de la sociedad muestra que cada vez hay más sociedad”.

Etimológicamente, para Enzesberger, manipulación significa una intervención técnica consciente, en un determinado material. Si esta intervención es de una importancia social inmediata, la manipulación constituye un acto político. Este es el caso de la industria de la conciencia. Así, entonces, toda utilización de los medios presupone una manipulación.

La manipulación es un concepto fundado en la “sospecha” de que los medios persiguen la difusión de valores propios de una minoría en contra de las masas. Pero los descubrimientos de la communication research confirmaron que la teoría de los medios como fuerza independiente, capaz de obligar a la gente a aceptar opiniones opuestas a sus intereses o valores de clase, no pasa de ser un mito. Lograron probar que la teoría europea acerca de los medios estaba equivocada (Lazarfeld) en su investigación acerca de la influencia de los medios en la decisión del voto demostró (con otra técnica) que muy excepcionalmente la propaganda política masiva modificaba las actitudes originales de voto de los ciudadanos por varias razones: 1.La gente suele votar en “grupo”.2. Los individuos son altamente selectivos con los *mensajes.3. Dentro de cada grupo social hay “líderes de opinión”.*

*En síntesis: los mensajes de los medios logran promover una acción determinada solo en aquellos casos en los que, además de haber sido percibidos por una persona, logran una sanción favorable por parte del resto del grupo y muy especialmente de sus líderes. La experiencia del individuo y de su grupo es más decisiva que la posible influencia de los medios de comunicación de masas.*

*Por esto, el sentido de manipulación debe ser eliminado o bien revisado a la luz de estos resultados empíricos. Debemos aceptar que la manipulación comunicacional es, ante todo, una forma específica de utilización ideológica de los medios, y por ende, también una forma particular de control social. Como cualquier otro procedimiento de dominio, su eficacia debe ser probada en cada caso y relacionada con el desarrollo histórico, las estructuras de clase y la evolución de los movimientos políticos.*

La teoría de Marcuse acerca de los medios como instrumento básico de unificación del sistema resulta inaceptable y parcial.

1. Critica y extensión del concepto de manipulación

El concepto manipulación previene de recaer en una sociología de la comunicación empirista y acrítica. Es necesario verificar cada caso hipotetizado y proceder a una revisión crítica de su sentido.

La manipulación no puede ser tomada como una explicación automática y apriorística de la cultura de masa. Es necesaria entonces una teoría histórico-critica de los medios de comunicación de masa que demuestre CÓMO las personas son convencidas o persuadidas y en QUÉ condiciones logran escaparse.

Debe ser tenido en cuenta la estructura del sistema monopolista y de las estructuras políticas y sociales de carácter popular que puedan oponerse a las maniobras de los grupos dirigentes.

PROBLEMA BÁSICO: relacionar la eficacia de los mensajes emitidos y sus contenidos con la conciencia nacional y de clase de la población de un país o grupo de países determinados.

REFUTACION DE LA NOCION INTUITIVA DE “MANIPULACION”:

1. *El público no es una masa de átomos aislados carentes de experiencia a merced de la comunicación de masa.* Estudios contemporáneos al autor demuestran que es relativa la manipulación que pueden realizarse por los medios para que clases obreras se “aburguesen”, menos si no es acompañado de una serie de políticas y medidas económicas que colaboren. Por más limitada que sea la experiencia personal, sigue siendo un obstáculo para las maniobras de dominación psicológica.
2. *Los individuos manipulados NO son sujetos hipnotizados sino que son sujetos que aceptan ser objeto de la instrumentación de los medios, debido a que sus intereses son convergentes con los de los grandes monopolios*. Un ejemplo es la clase media chilena, que tiene bien en claro que su posición está ligada a sus privilegios en cuanto consumidores y se aferran a estos, indiferentes a la idea de vivir de una manera “menos enajenada”.
3. *¿Hasta qué punto las nuevas necesidades promovidas por el aparato publicitario son tan falsas como piensa Marcuse?* Si bien es cierto que las necesidades falsas tienen por función social básica perpetuar el sistema capitalista y de dominación monopólica; y que las pseudonecesidades actuarían como los principales mecanismos de recuperación, autogeneración e impulso del neocapitalismo. Las pseudonecesidades NO explican el papel de los medios en el sistema social. La publicidad y el prestigio otorgado a ciertos productos que caracterizan la moderna cultura de masas aparece como correlato de la dictadura del sistema monopólico sobre la economía; de dicha planificación autoritaria del consumo y NO como una fuerza autónoma, sino como una expresión de la limitada competencia entre monopolios. Muchas de las explicaciones sociológicas que apelan a la irracionalidad de las masas ocultan hasta dónde ésta irracionalidad es el producto del dominio de los monopolios sobre el Estado y sobre la economía. Cuentan con los medios, el poder de fijar los precios y los salarios, repartir la competencia y hasta usar la coerción física.

La tesis del autor es que si los medios manipulan las necesidades del público, muchas de éstas deben ser reales, legítimas. Dirá que la posibilidad de que las pseudonecesidades no permanezcan en estado de latencia a disposición de la industria de la comunicación, dependerá de la inteligencia del movimiento popular para rescatarlas.

La tesis que afirma que el capitalismo vive gracias a la explotación de falsas necesidades es tomada por el autor con una verdad a medias, porque no explica la atracción hipnótica del consumo masivo sobre los asalariados.

1. *Reconsiderar el contenido “subjetivo” de “manipulación”.*

Las ideologías no son algo que pueda fabricarse. Siempre existe un sustrato inconsciente en toda expresión ideológica, una matriz de símbolos y un método de pensamiento que revelan los fines e intereses del emisor. Muraro plantea una sociología crítica libre de prejuicios subjetivos y neutralistas*. La teoría de la manipulación de la sociología critica* supone la posibilidad y la necesidad de formular ante cada circunstancia histórica, ante cada fenómeno o conflicto social, una versión racionalmente verdadera de ésta.

Su principio es: el conocimiento que tiene por objeto el desarrollo real de la democracia, puede aspirar a la condición de ser teóricamente verdadero. Pero un sistema político con varios partidos o elecciones no es necesariamente más democrático que un orden basado en un sistema unipartidario y sin comicios. Dependerá de la forma en que reparten los bienes, en la que distribuyen el conocimiento, cómo gestionan las masas dentro de un contexto institucional.

La sociología crítica está vinculada a un proyecto político, a una estrategia que persigue la realización de los postulados de la democracia. Corresponde a una teoría histórico-critica del conocimiento necesariamente cambiante según estructuras sociales y su desarrollo.

La sociología crítica comprende el análisis formal de los mensajes, pero también la consideración política de su contenido. Este método sería tildado de “tendencioso” por los empiristas estrictos, pero el enfoque crítico de la comunicación considera, a su vez, al neutralismo científico como una forma más de difusión ideológica de los valores neocapitalistas.

LO QUE INTERESA A LA SOCIOLOGIA CRÍTICA E S QUE EN TODA ACCIÓN O CONCEPCIÓN DEMOCRÁTICA DE LA CULTURA SUPONE QUE ESTA DEBE SERVIR COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACION DE VALORES QUE APUNTEN A UNA COMPRENSION RACIONAL DE LA SOCIEDAD POR PARTE DE TODOS LOS INDIVIDUOS, A UNA CRITICA DE LOS “PODERES CONSTITUIDOS”. Es la condición única que puede transformar a los medios en una fuerza movilizador, y permitirnos escapar a la opción entre aceptación o rechazo pasivo de los contenidos de los medios.

Si bien los medios no cuentan con la fuerza independiente para modificar la estructura social, su difusión ha tenido por efecto disociar parcialmente los sistemas de ideas de las condiciones socioeconómicas particulares en cada parcela del mundo.

CADA ACTO DE COMPRA NOS REMITE AL CONFORMISMO POLÍTICO. ESTO NO SOLO VALE PARA EL HOMBRE DE CUELLO BLANCO ENAJENADO SINO TAMBIÉN PARA LAS CLASES TRABAJADORAS, AÚN LAS MÁS DESPOSEÍDAS.

Dos grandes peligros teóricos de la comunicación de masa:

* POPULISMO: esgrime que los medios persiguen conseguir la mayor audiencia posible, brindando al pueblo lo que quiere. Es una concepción estética de la comunicación que no ofrece reflexión acerca del contexto social y ni de la crítica, entre gustos masivos a nivel simbólico y satisfacción material de las necesidades. El populismo es para Muraro, un caso extremo de otro fenómeno de manipulación: la mercantilización de la comunicación.
* ARISTOCRACIA CULTURAL: Da por sentado que la única razón de la cultura de masa es la “estupidez” de los públicos. Considera todos los problemas sociales como problemas “de cultura”, de ideas subjetivas e individualmente percibidas.

Ambos enfoques permanecen dentro del ámbito del gusto (individual).

EL PROBLEMA BÁSICO DE LA MANIPULACIÓN NO RESIDE EN LA CONCIENCIA INDIVIDUAL DEL EMISOR O EN LA EFICACIA DE LOS MEDIOS, SINO EN LA EXISTENCIA DE MONOPOLIOS QUE CONTROLAN LA INDUSTRIA CULTURAL Y CIERRAN EL ACCESO DE LAS TAREAS CREADORES A LAS MASAS.

TODO LO QUE NO ES MOVILIZACIÓN, O SE PRESENTA FRAGMENTADO, CAÓTICO, NO ORGÁNICO ES MANIPULACIÓN.

1. *Otro problema de la teoría de la manipulación reside en que ésta no es de la misma naturaleza cuando se la efectúa con materiales informativos que cuando se ejerce en relación a comentarios, publicidad o materiales de ficción.*

Aunque ambos tipos de manipulación se superponen, las noticias pueden ser manipuladas a priori. Los de ficción o comerciales suponen una manipulación afectiva o “sentimental”, mientras que las noticias apelan a una racionalidad formalmente coherente levantada sobre premisas falsas.

La ficción parece protegerse de toda crítica en la medida que no está obligada a reflejar de manera objetiva ninguna realidad exterior. Es un material que se autodetermina mensaje imaginario.

Adorno decía que los mensajes del entretenimiento y publicitarios de la moderna industria cultural se caracterizan por imitar la vida cotidiana.

Ambas formas de manipulación no son fáciles de distinguir y se refuerzan mutuamente. Más aún, hasta se confunden. La superposición de ambas formas se realiza en dos niveles:

1. *Nivel superficial:* Las noticias no pueden ser separadas de los comentarios editoriales y de su entorno en general, y éstos hacen referencia a valores ideológicos-afectivos. Los programas de entretenimiento tampoco pueden ser ficción absoluta, pues serían ininteligibles.
2. *En un sentido profundo*: Todo mensaje contiene, aún en sus rasgos más formales y abstractos, un sentido ideológico preciso: son “el discurso del neocapitalismo”.

Dicho discurso neocapitalista es un conjunto de estructuras profundas, relativamente permanentes y cuya observación difícilmente es posible de manera indirecta, que da utilidad ideológica a los mensajes emitidos por los medios.

La mayoría de las personas suelen “leer” lo que contienen los medios sin detenerse a descifrar las estructuras de relaciones de dominación “enterradas” en los mensajes, incluso en los de apariencia más “inocentes” de la comunicación de masa.

1. *Los bienes materiales parecen estar eximidos de justificación ideológica; se los considera superfluos o innecesarios.* La sociedad industrial moderna juzga a los bienes como inocentes dentro de la totalidad del sistema social. Esa neutralidad no existe en el terreno de la comunicación. Toda operación mercantil efectuada sobre la interioridad de un ser humano es una manipulación.

Aun cuando los medios sean estructuras comerciales burocratizadas puestas al servicio de la obtención de beneficios materiales, los mensajes que éstos emiten son en general considerados por los receptores como expresiones de la interioridad de sus emisores.

Otra conceptualización de “manipulación” esgrime: que es el concepto ideológico político del carácter mercantil de la comunicación. Tiene un trasfondo objetivo hunde sus raíces en las relaciones socioeconómicas.

La comunicación mercantilizada “integrada” al sistema, es esencialmente manipulación, cualquiera sea su contenido aparente. En tanto la razón de su producción es la búsqueda del beneficio, esta es “parte” en el proceso de dominación y necesariamente violará el sentido racional y afectivo de la comunicación social y humana. Dentro del sistema neocapitalista, toda empresa lucrativa que se dedica a la producción de bienes “culturales”, manipula a su audiencia. La prueba de esta manipulación es el criterio de lucratividad misma de la empresa que si percibe beneficios es porque sus bienes se venden y, por tanto, la venta y no la convicción del público es fundamental para ella.

Si bien la comunicación se ha incorporado como polo opuesto a la mercantilización en sus inicios (como hecho o práctica comunitaria inclusive por el liberalismo), hoy en día es inseparable de su faceta mercantil presentada por la industria cultural. Toda comunicación mercantilizada, dirá Muraro, puede ser considerada como comunicación manipulada.

La concentración de la propiedad de los medios, conlleva a su monopolización, eliminando así la pluralidad, la libertad de expresión de los ciudadanos y el libre acceso a la información.

La cultura y la producción de conocimiento deberían ser de Bien Común, no condicionados por la percusión de intereses particulares. Acá influye la concentración de los medios, la producción de bienes de la industria cultural y la finalidad mercantil de los medios y de la comunicación.

Esta redefinición del concepto “manipulación” tiene el valor de una hipótesis de trabajo que Muraro cree potencialmente fértil.

**Práctico.**

Grupo Cine Liberación, “Cine militante: una categoría interna del Tercer Cine”, folleto mimeografiado reproducido en Solanas, F y Getino, O., Cine, cultura y descolonización, Bs.As., Siglo XXI, 1973.

3 Tipos de cine:

1. EL PRIMER CINE (CINER COMERCIAL, vinculado al modelo norteamericano)
2. SEGUNDO CINE (CINE DE AUTOR, cine de la plusvalía)
3. TERCER CINE (CINE DE LIBERACION)

Estas notas tienden a desarrollar el trabajo de la tercera categoría, cuándo el tercer cine juega un rol de “cine militante”.

El tercer cine es aquel que reconoce en la lucha antiimperialista de los pueblos del Tercer Mundo y de sus equivalentes en el seno de la metrópolis la más gigantesca manifestación cultural, científica y artística de nuestro tiempo, es un hecho suficientemente nuevo como para que carezca aún de un riguroso nivel de análisis y de crítica; sin embargo comienza a ser necesaria la precisión de ciertas definiciones.

Es necesario definir Cine Militante y sus límites ya que la responsabilidad que cabe a quienes abordan el cine militante es mucho mayor que la que correspondía a los realizadores del tercer cine. Esto es así porque los propulsores del cine militante intentan una labor de descolonización cultural o recuperación de la cultura nacional a la vez que proponen complementarlo con una actividad militante de una política revolucionaria para la construcción nacional del socialismo. En suma, la responsabilidad es mayor porque lo que se intenta es explícitamente la construcción de un cine militante revolucionario, y esa tarea es lo suficientemente ambiciosa como para que los problemas y riesgos que le atañen deban ser estudiados con el mayor rigor posible.

EL CINE COMO HECHO POLÍTICO

Todo cine al ser vehículo de ideas y modelos culturales e instrumento de comunicación y proyección social, es en primer término un hecho ideológico, y en consecuencia también un hecho político.

El cine como ideología viene a confirmar, negar o corregir los niveles de conciencia existente en los espectadores (el pueblo), y por lo tanto alcanza incidencias traducibles siempre en términos políticos. Si no realizan análisis ideológicos a las obras cinematográficas es porque las instituciones analíticas, teóricas y críticas tienen una concepción ideológica cuya política es la de esterilizar al cine como circunstancia política. Despolitizando al cine, del mismo modo que se trata de despolitizar la cultura, la ciencia o la mentalidad de las personas.

Entonces una primera gran categorización en lo interno del cine debería tender a la ideología sustentada por cada obra en particular. Afirmaríamos que hay 2 tipos de cine, los cuales se enfrentan: una concepción burguesa-imperialista dirigida a convertir al hombre en objeto que se autoconsume; y una concepción antiimperialista en términos socialistas, destinada a desarrollar todas las facultades del ser humano.

Ellos definen como tercer cine “al cine de destrucción de la imagen que el neocolonialismo ha hecho de sí mismo y de nosotros; construcción de una realidad palpitante y viva, rescate de la verdad nacional en cualquiera de sus expresiones”. El tercer cine admite una diversidad de géneros y de categorías múltiples que emanan del proceso de liberación.

HACIA UNA CARACTERIZACION DEL CINE MILITANTE

Todo cine es político. Lo que divide al cine son concepciones ideológicas traducibles en cada situación a términos políticos.

¿Qué se define como cine militante?

1. EL CINE MILITANTE ES AQUEL CINE QUE SE ASUME ÍNTEGRAMENTE COMO INSTRUMENTO, COMPLEMENTO O APOYATURA DE UNA DETERMINADA POLÍTICA, Y DE LAS ORGANIZACIONES QUE LA LLEVEN A CABO AL MARGEN DE LA DIVERSIDAD DE OBJETIVOS QUE PROCURE: CONTRAINFORMAR, DESARROLLAR NIVELES DE CONCIENCIA, AGITAR, FORMAR CUADROS, ETC.

Cuando hablamos de Cine Militante nos referimos al integrado a una política revolucionaria en países no liberados, o bien en países que construyen el socialismo en una situación cercana a la nuestra.

TODO CINE EN UN PAÍS EN EL QUE EL PUEBLO HA CONQUISTADO EL PODER Y CONSTRUYE SU LIBERACIÓN DEFINITIVA, ES UN CINE POLÍTICO, MILITANTE Y REVOLUCIONARIO.

Lo que define lo revolucionario de un hecho no es la forma en la que éste hecho se expresa sino el papel transformador que alcanza en determinadas circunstancias tras una estrategia de liberación. Es decir, que el tema o la manera en que se exprese no definen por sí mismas un carácter militante o no militante, sino que la militancia deviene de la relación del filme con su circunstancia concreta, de la efectividad o la justificación revolucionaria que pueda surgir de esa relación.

La categoría del cine militante no es unívoco, universal o atemporal, sino que se redefine siempre desde cada circunstancia histórica concreta.

¿Qué se define como cine militante?

1. LO QUE DEFINE A UN FILM COMO MILITANTE REVOLUCIONARIO NO ES SOLAMENTE LA IDEOLOGÍA, LOS PROPÓSITOS DE SU PRODUCTOR O REALIZADOR, NI SIQUIERA LA CORRESPODENCIA EXISTENTE ENTRE LAS IDEAS QUE EXPRESAN Y UNA TEORÍA REVOLUCIONARIA VÁLIDA EN DETERMINADOS CONTEXTOS, SINO LA PROPIA PRÁCTICA DEL FILM CON SU DESTINATARIO CONCRETO: AQUELLO QUE EL FILM DESENCADENA COMO COSA RECUPERABLE EN DETERMINADO ÁMBITO HISTÓRICO PARA EL PROCESO DE LA LIBERACIÓN. Es decir, por el sentido que imprimen las ideas o instrumentos propagandísticos, por la instrumentalización que se les da más allá de las circunstancias históricas concretas.

¿Quién es el que define el carácter militante de una obra? El pueblo. El cine militante revolucionario lo es tal en tanto el pueblo, a través de las organizaciones representativas y revolucionarias que va generando en el proceso liberacionista, le otorgan, implícita o explícitamente ese carácter.

No es un cine para el cine, ni puede ser juzgado como militante desde el cine, pues alcanza validez cuando se formula desde el propio ámbito político en el cual cumple su práctica efectiva.

EL CINE MILITANTE EN LA ARGENTINA

En algunos países el cine militante puede nacer orgánicamente de arriba hacia abajo, como producto de las resoluciones del ministerio respectivo o de la comisión de cultura de turno. En Argentina el cine en general nace como producto de la expansión imperialista de fines del siglo pasado integrado a un aparato mundial. Las bases de descolonización de un Tercer Cine en nuestro país estaban presentes en el primer y segundo cine, por contar con una fuerte postura crítica en curva ascendente.

En Argentina la evolución y los cambios se produjeron a través de violentas rupturas. El Cine militante nació como un salto o ruptura con muy pocos antecedentes locales inmediatos.

El cine militante nacional redefine la cultura y la lucha política por el poder popular. Para encontrar un marco receptivo importante, el realizador debe ubicar el cine desde un país y no al país desde un cine.

El cine de descolonización, como parte de la cultura nacional y popular en construcción, carece de posibilidades de acceso a las masas, en tanto los circuitos dominantes son la negación de los intereses populares.

EL GRUPO DE CINE MILITANTE

¿Puede ser considerado militante un cineasta o un grupo de cine cuando no está integrado a una organización o a un ámbito político organizado? Entendemos que no, ya que la categoría militante sólo es determinable a partir de la obra y la práctica desde encuadramientos orgánicos de militancia. Su eficacia política y coherencia revolucionaria serán condicionadas por la vinculación de parte del grupo o del realizador a una práctica política concreta que excede el propio trabajo cinematográfico.

El grupo militante de cine no aspira aganar gente para sí, sino para la organización y el ámbito en donde actúa. El grupo no forma militantes políticos.

LA PRÁCTICA DEL CINE MILITANTE

Es una práctica política colectiva que se da fundamentalmente en dos grandes momentos:

1. Elaboración-realización (Elaboración; Realización; Ejecución)
2. Difusión-instrumentalización

Consigna: Crear un frente de realizadores y militantes antiimperialistas, a través del desarrollo en cada país del tercer cine y de su categoría interna más radicalizada: el cine, militante.

-

*Mestman, Mariano, “Notas para una historia de un cine de contrainformación y lucha política” Causas y Azares, Núm. 2, Otoño 1995*

La propuesta de utilización del cine como un arma de contrainformación o lucha ideológica es propia de diversas experiencias de comunicación alternativa u oposicional surgidas en distintas áreas del campo cultural argentino a fines de los ´60.

La idea de contra información (cultural y política), se asocia a una práctica de descubrimiento / desenmascaramiento de la realidad a través de la cámara cinematográfica, principalmente del registro testimonial / documental, así como a la disputa del sentido de lo real que al mismo facilitaría, y es uno de los elementos de un cine que acompaña la apuesta a la liberación nacional y / o revolución socialista propias deseos años en América Latina.

1. Nuevo Cine Latinoamericano 1967-1974. Período de surgimiento del movimiento regional caracterizado por una fuerte presencia dela problemática del aporte del cine a la Revolución, en el centro de los debates.

El ensayo histórico sociológico que representa la primera parte de “La hora” (incorporación de fragmentos de otros films considerados testimoniales) encaja con las características de la etapa en la cual se sostenía la necesidad de transgredir la etapa testimonial para avanzar en una etapa más agresiva y ofensiva, desenmascarando los culpables de lo antes testimoniado y donde se explicasen las estructuras de dominación y explotación. Se organizaban los ejes temáticos de las partes dos (convocatoria de acción desde la pantalla) y la tres (reivindicación de la violencia popular por todos los medios) del film.

A través de sus citas fílmicas “La Hora” vemos el contexto político – cultural en el cual se gesta y cómo se gesta el GCL. La tendencia a la peronización de los burgueses-intelectuales de la época.

1968 La hora se emitió internacionalmente y clandestinamente en el interior de la Argentina. GCL se alió a la CGT, generándose espacios clandestinos de circulación de la película, pero también de experiencias informativo sindical (1969).

La propuesta de la película era intervenir en el proceso político, como es la idea del film-acto. Incorporar directamente al espectador como co-autorde la obra y al mismo tiempo del proceso de liberación. Esto obliga a romper con la concepción burguesa del hombre y de la obra de arte, pero también a la intervención de formas de dialogo y de comunicación que sirvan para desarrollar a antes que proyecciones, actos en los que importa más la reacción, el debate, la inquietud de los participantes-actores, que los films como tales.

La interpelación del público y la búsqueda de su in corporación a la obra estaban presentes en importantes zonas de la experimentación teatral plástica local en los años de realización de la película.

1. Nueva etapa “ofensiva” del cine regional. En esa época aparece una caracterización distintiva y significativa. La utilización de material documental registrado para la TV y la resemantización a través de un particular montaje del mismo, para disputar el sentido sobre los hechos, un recurso que en esos años excede a este cine.

Dos características que definen este cine son: la búsqueda de la organicidad fuerzas políticas que los diversos grupos ubicaban como dirección del proceso revolucionario en la Argentina; y la instrumentalización de los films en ese sentido. Ambos se encuentran como hipótesis de definiciones en GCL. En los ¨70 se transmitía la película analizando la propia experiencia. En Rosario se informaba (cine-informe) acerca de los ámbitos de proyección, características del publico auditorio, recalcando la importancia del debate durante o posterior a la exhibición y las condiciones en las cuales se llevaba a cabo. Las intervenciones variaban según el tipo de público participante. La utilización discriminada de las diferentes partes del film remite a los objetivos políticos de la instrumentalización.

Fue una forma de cine como medio de contra información, se formaban grupos de discusión política que tendían a una cada vez más clara toma de conciencia, posterior a la proyección de la hora en circuitos clandestinos. Inclusive con la película incompleta, colaboró y fue hito en las actividades e iniciativas de utilización política del cine en esos años.

1. 1972 CL publicó el único número de Cine y Liberación, en su editorial se proponía pelear por las instituciones cinematográficas y por la legalidad de los films censurados. Hablaban de una nueva etapa. Se alineaba aquella editorial, más a la idea del tercer cine de descolonización cultural que al cine militante, y pensados en exhibición en salas. La gestión del ´73 fue peronista y por ello se realizaron modificaciones sustanciales en la hora, que fueron criticadas por traicionar las postulaciones originales.

Cine de la Base así lo percibió y más adelante señaló como objetivo de su actividad hacer un trabajo político dentro de la clase obrera. Hacia 1973 la organicidad política ocupaba un lugar central.

1974 Segunda reunión del comité de cine del tercer mundo. Para relacionar cineastas y films. Denunciaron allí la acción alienante del cine imperialista. Se buscaba el intercambio de experiencias de aprendizaje y docencia del cine de liberación. Se realizaron jornadas universitarias de cine en consecuencia. Las instituciones de enseñanza independientes de las universidades fueron un lugar significativo de formación de realizadores de cine político en los ´60 y ´70.

Las propuestas de fortalecimiento del circuito popular del cine de liberación, de incorporación de su experiencia a la formación o de su institucionalización, encontraron una barrera en el incremento de la represión entre 1974/75 y el golpe de 1976. No desparecieron únicamente personas, también materiales producidos. Otros realizadores se exiliaron que continuaron trabajando, denunciando la represión y apoyando los procesos revolucionarios.

-

*Traversa, Oscar, “Balance y polémica. Las imágenes del imperialismo (II). Cine la ideología de la no especificidad”*

*1.*

Cine, cultura y descolonización de Solanas y Getino se sitúa en el ámbito problemático que tiene por objeto un proyecto y dice ser capaz de producir modificaciones en su contexto de acción. Estos autores buscaran elucidar el modelo de inserción del cine en lo social, y en lo particular, su rol en la práctica que procura gobernarlo: la política.

La hora de los hornos se situaba en el campo de lo nuevo y atentaba contra el orden establecido. La preocupación de Traversa será la reflexión acerca de la articulación entre el cine y lo político tal como lo esbozaron Getino y Solanas (sine acción).

“El cine como hecho político” liga en el título dos clases multidimensionales y complejas: Cine (hecho social total) y la política (cobra sentido en la contingencia, en lo posible, en lo probable). El cine al servicio de la política.

Error de G y S es apuntar un opuesto amplio y ambiguo. Son las instituciones que procuran despolitizar al cine (cuáles, dónde, cómo no es sabido ni señalado)

*2. De la política al cine: propuesta para el tránsito*

De la política al cine se propone un pasaje claro de objetivos políticos, de allí surgirán la expresión y el lenguaje.

Pero el discurso sea cual fuere su forma, está investido de materia significante, es decir que son textos (políticos, artísticos, etc.) de naturaleza social. Entonces el cine es otro producto social, otra materia significante.

El lenguaje cinematográfico (ese modo de decir del cine), se constituye en un proceso histórico.

Es imposible trazar modelos de acción sin tener en cuenta el fenómeno que opera a dos puntas: en el nivel de posibilidades de quien lo produce y en el nivel de posibilidades de quien lo consume. Al no contemplar el carácter histórico de las formas (contenidos y combinatorias posibles), se ofrece una ilusión de relación entre sujeto activo frente a una forma inerte. Una ilusión liberal a la que se le puede adosar cualquier elemento sin discriminación. Traversa propone partir desde el universo formal del cual nos valemos para constituir un encuentro entre el grupo realizador, el lenguaje y lo formal, es decir un hecho histórico (no natural).

*3. De lo político a lo cinematográfico: la cuestión de la especificidad.*

Formulado en los términos de G y S, el pasaje de lo político general a lo político cinematográfico elude la especificidad de este último.

La noción de especificidad tendería a hacer referencia a un conjunto de trazos que singularizan y diferencian al cine del resto de las materias significantes en su modo de investir el sentido o una región parcial de él.

Cine (totalidad) es diferente a film (manifestación singular del cine, texto reconocible como tal). Desde el lugar del código se vuelve difícil pensar alguna especificidad como absoluta. La tecnología obliga transitar un camino imprescindible para quien se proponga producir un filme. Se deberá preguntar cómo o a través de qué procedimientos se engendran tales características comunes, es decir ¿qué ocurre en la producción fílmica para que todos los filmes tengan algo en común? Es una pretensión asociativa y que convoca al sujeto productor.

Quien dice sujeto productor dice sujeto social, que ocupa un lugar social definido, a la vez que ocupa un lugar en una situación particular en la lucha de clases. Estas son las condiciones de producción textual.

Modo y proceso de producción textual, son borrados por G y S, borrando las condiciones a través de las cuales el sentido es investido por la materia significante: el entre juego de selecciones y combinaciones propio del fenómeno cinematográfico, estará reglado en su base por las posibilidades y modos de operación tecnológicos. Borran al cine.

S y G ¿por qué hacer un filme y no otra cosa?: se justifica realizar un filme cuando, para alcanzar un determinado objetivo político, aquel logra niveles de penetración, persuasión, concientización, información, agitación, etc. Superiores a cualquier otro recurso. Atribuyen al cine un rol o rasgo específico en el universo ideológico de la sociedad capitalista: el cine como un instrumento de la persuasión.

Traversa critica: es una pregunta que supone un conocimiento acabado en el destinatario de la respuesta y reduce a cuantitativo la decisión de la opción. Propone reformular la pregunta ¿Cómo saber cómo hacer un filme y no otra cosa? Para remitir a las prácticas de producción de conocimiento y la cinematográfica. Para colocar con sentido problemático en el campo que comprende el cine: el de la cultura.

El atribuirle al cine una funcionalidad determinada depende de supuestos que se formulen acerca de sus posibilidades y de la articulación con lo social. Decir que un filme puede realizar cambios en las conductas es aceptar un mito: la generalización borra la historia y la transforma en naturaleza.

*4. La interpretación histórica: el tercer cine*

El borramiento de lo específico a través de la generalización histórica aparece también cuando el “cine como hecho político” aborda la historia. El ensayo pretende una periodización del cine nacional y busca explicarla.

S y G, el tercer cine: el cine de descolonización en la Argentina debió buscar aportes de ideas que el pueblo tiene sobre la cultura y que se expresa a través de su propia práctica política.

 Crítica de Traversa: “Pueblo” engloba sectores al menos heterogéneo y quizás contradictorio respecto a las ideas sobre la cultura (oficial) y su correspondencia en prácticas políticas. Dirá de alguna manera que desde el descubrimiento de dichas “ideas” del pueblo sobre la cultura y la producción fílmica no hay revolución.

*5. La imagen: materia privilegiada del cine*

S y G tienen una imagen del cine: instrumento de persuasión. Persuasión que se instala en uno de sus componentes: la imagen. Para ellos la imagen no produce proceso intelectivo alguno, se muestra como un contacto no mediado entre el objeto y el sujeto, pero tal cosa no es así. Lo que propone es una modalidad diferente de lectura, ligada al mundo de la cultura como cualquier otra forma de interacción. El proceso que se realiza cuando se lee una imagen es la lectura desde la cultura misma, que ha pautado una manera de producirla. La imagen no se define por sí misma sino que ya está definida como tal por ciertas normas sociales que en uso nos indican una representación, una forma de relación.

Impone Traversa, la tarea de desmitificar esa “impresión de realidad tal cual es”, esa suerte de auto evidencia que la imagen o el registro cinematográfico se atribuyen. Una toma implica una negación, una fragmentación arbitraria, información manipulada por un operador que selección y toma de ella lo que considera significativo desde su propia concepción del mundo.

La tarea descolonizadora es la de señalar los modos de acción de esa tecnología y de los modos en que se nos indica que debemos utilizarla.

*6. La síntesis negada*

La acción productora de significación tal cual se enfoca en el ensayo de S y G juega en dos tableros: el de la política misma; y el del vehículo sobre el cual esa política transita (aquí es el cine)

Ambas áreas son escindidas por la acción descolonizadora; se las desconoce como existentes, pero se las postula como ajenas. No se trata del cine Argentino o regional y de su articulación con la política continental o local, sino con el aislamiento conceptual del cine, por un lado, y de lo político, por el otro.

Para Traversa, G y S caen en los mitos que proponen refutar. Nos dejan sin contexto y sin objeto (mito). No se trata del análisis de la experiencia ni de la historia sino de la aproximación de cosas disyuntas.

**Clase 5 - Pensar la comunicación desde la cultura - Teórico**

*Martín Barbero, J., “Industria cultural: capitalismo y legitimación “*

Con el nazismo, el capitalismo deja de ser únicamente economía y pone al descubierto su textura política y cultural: su tendencia hacia la totalización. Parten de la racionalidad que despliega el sistema para llegar al estudio de la masa como lugar de manifestación de la cultura en que la lógica de la mercancía se realiza no pueden hablar de sociología ni economía sin pasar primero por la filosofía).La práctica cultural de su tiempo se convertía en espacio estratégico desde el cual pensar las contradicciones sociales. Frankfurt a los ´60 tomará como eje central los nuevos sujetos-actores sociales y los nuevos espacios como la cotidianidad, heterogeneidad y conflictividad de lo cultural.

DEBATE FILOSOFICO: MARXISMO, POSITIVISMO EE.UU. Y EXISTENCIALISMO EUROPEO. La problemática cultural se convertía en un espacio estratégico para pensar las contradicciones sociales.

BENJAMIN VS ADORO O EL DEBATE DE FONDO.

La escuela de Frankfurt presento una dialéctica y una distancia que no incluía lo social ni lo cultural. Por ello Benjamin planteó un debate para pensar lo no pensado: LO POPULAR CON LA CULTURA, NO COMO SU NEGACIÓN SINO COMO SU EXPERIENCIA Y PRODUCCIÓN.

DEL LOGOS MERCANTIL AL ARTE COMO EXTRAÑAMIENTO.

Para Adorno y Horkheimer la Industria Cultural (1974) surge del caos cultural (dispersión de los niveles, dimensiones y experiencias culturales). Se afirma la existencia de un que regular la aparente dispersión.

La unidad del sistema se debe a la lógica de la industria, esto es, a un doble dispositivo: el tipo de producción (en serie) y la imbricación entre producción de cosas y de necesidades.

Aquí funciona la lógica técnica o racionalidad de la técnica como espejo de la racionalidad del dominio mismo. La fuerza de la unidad cultural reside en la necesidad de producirla.

La materialidad se dá por medio del esquematismo (asimilando toda obra al esquema) y la atrofia de toda actividad del espectador.

1 La primera dimensión del análisis se bloquea por el pesimismo cultural (uso histórico reducido a la “racionalidad técnica”), es decir que se le otorga a los medios una cualidad que corresponde a los usos históricos.

2 La segunda dimensión está caracterizada por la degradación de la cultura en la industria de la diversión, del desvío: como el capitalismo articula el trabajo, el ocio y la diversión haciendo soportable la vida inhumana.

3 La tercera dimensión es la sublimación del arte. Otra cara de la degradación de la cultura. La industria Cultural banaliza la vida cotidiana y positiviza el arte.

La desublimación del arte tiene su propia historia. El estilo, la coherencia puramente estética que se agota en la imitación, será la fórmula de arte que reproducirá la industria cultural. Así será accesible al pueblo, arte ofrecido como disfrute de todos, introducido como un objeto real desublimado. La caída del arte en la cultura. Debate entre la crítica cultural y la filosofía del arte.

Adorno: el goce artístico tiene la raíz en el goce como extravío, el que goza con la experiencia es el simple hombre trivial. Genero de arte para consumistas. Arte inferior.

Adorno niega la existencia de la pluralidad de experiencias estéticas, pluralidad de modos de hacer y usar socialmente el arte. Es una teoría de la cultura que hace del arte su único y verdadero paradigma. Lo identifica con su concepto (unitario, que relega a simple y alienante diversión cualquier tipo de práctica o uso del arte que no pueda derivarse de aquel concepto, y que termina haciendo del arte el único lugar de acceso a la verdad de la sociedad).

Arte diferente a pastiche.

Arte: Desafía a la masa. Su función es la de connotación. La negación del yo abre las puertas a la verdadera experiencia estética. El arte permanece integro cuando NO participa en la comunicación. Se coloca el arte en un lugar superior para escapar de la degradación de la cultura.

Pastiche: Mistura de sentimiento y vulgaridad. Elemento plebeyo que el verdadero arte abomina. Excita a la masa con la actuación de vivencias. Sin legitimación social, Arte inferior. Explotación de la emoción. Moda. Goce.

No parecen pensables las contradicciones cotidianas que hacen a la existencia de las masas, ni sus modos de producción del sentido y de su articulación con lo simbólico.

El paradigma del arte culto de Adorno deja algo afuera. Para la cultura culta la clave está en la obra, para la cultura de masas, la clave está en la percepción y en el uso.

LA EXPERIENCIA Y LA TÉCNICA COMO MEDIACIONES DE LAS MASAS CONLA CULTURA

Benjamin fue el primero de la escuela y de la época en vislumbrar la mediación fundamental que permite pensar históricamente la relación de la transformación en las condiciones de producción con los cambios en el espacio de la cultura. Esto es en la transformación del sensorium de los modos de percepción de la experiencia social.

Para Benjamin pensar la experiencia es el modo de acceder a lo que irrumpe en la historia de las masas y la técnica. Las nuevas técnicas y la ciudad moderna es el eje que trata en su libro "la obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica”. Tal obra debe ser leída como el modo en cómo se producen las transformaciones en la experiencia y no solo en la estética.

El autor estudia también los cambios o las transformaciones producidas por la dinámica convergente de las nuevas aspiraciones de las masas y las nuevas tecnologías de reproducción. El cambio verdaderamente importa al acercar espacial y humanamente las cosas

LA NUEVA SENSIBILIDAD DE LAS MASAS ES EL ACERCAMIENTO COMO SIGNO DE UNA LARGA TRANSFORMACIÓN SOCIAL, DELA CONQUISTA DEL SENTIDO PARA LO IGUAL EN EL MUNDO.

AURA: manifestación irrepetible de una cercanía.

Antes, para la mayoría de las personas, las cosas (no solo el arte), por cercano que estuviese, estaban simplemente lejos. Porque un modo de relación social les hacía sentirlas lejos. Ahora las masas, con ayuda de las técnicas, hasta las cosas más lejanas y sagradas se sienten cerca.

Las nuevas prácticas, las nuevas experiencias culturales, el enriquecimiento perceptivo de las técnicas nos permiten ver cosas nuevas, pero también y sobre todo, ver viejas cosas de otra manera. (Neorrealismo-Chaplin)

La operación de acercamiento hace entrar en declive el viejo modo de recepción, que correspondían al valor “cultual” de la obra,

Modos de recepción: recogimiento (arte); dispersión (masas). Benjamin ve en la técnica y en la masa la emancipación del arte.

Figuras:

La conspiración: entre la taberna y la barricada. Espacio en el que se cuece la rebeldía política, el lugar donde convergen la miseria y la bohemia.

Las huellas: la ciudad borra las huellas de identidad y tapa las huellas del criminal.

Experiencia de la multitud: “el placer de estar en multitud porque la multitud no es externa, se siente como algo intrínseco. Sensorium, sentido nuevo de la masa. La expresión de un nuevo modo de sentir.

Barbero: Pensar en las relaciones de la masa con lo popular. Para Adorno, las tecnologías de los medios de comunicación son el instrumento fatal de la alienación totalitaria. El debate se centraría en el debate entre el Estado y el individuo, olvidando o negando la sociedad civil.

En cambio, para Benjamin, el sentido no es algo que se acreciente con el valor, porque no es producido, sino transformado (pues depende del proceso de producción)

*“Cultura, hegemonía y cotidianidad”*

La cuestión cultural y la dimensión de clase en la cultura popular.

Hegemonía: proceso de dominación social en el que lo que representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas. Se hace, rehace y deshace constantemente. Es un hecho de fuerza y de sentido, de apropiación del sentido por el poder.

Cultura: Campos estratégico en la lucha, espacio articulador de conflictos.

Folklore, cultura popular: Como concepción del mundo y de la vida.

La popularidad como un USO y NO como ORIGEN. El valor de lo popular reside en la representatividad cultural, en la forma de materializar y expresar un modo de vida y de pensar de las clases subalternas.

Cómo reorganizan lo que baja de la clase dominante y cómo lo adaptan a su memoria histórica.

Por eso Gramsci liga subalternidad con cultura popular, pero NO en modo simple. Se debe prestar atención a la TRAMA:

\*No toda asunción de lo hegemónico por lo subalterno es sumisión.

\*Todo mero rechazo no es signo de resistencia.

\*NO todo lo que viene de arriba son valores de clase dominante.

La trama se hace más tupida y contradictoria con la cultura de masa.

Hoggart: la cultura que rescata no es algo separado de las condiciones materiales de existencia.

Ese estilo de vida popular es un conformismo basado en la desconfianza hacia los cambios. Tiende a replegarse al interior del pequeño círculo familiar cuando algo sale mal.

La acción de la Industria Cultural aparece estudiado desde el criterio básico: las fuerzas de cambio están condicionados por el grado en el cual una actividad nueva puede apoyarse en una actitud antigua. Por eso puede ser sentido como una desposesión cultural.

Hoggart traza un mapa de operaciones que “explotan” las aspiraciones de libertad vaciándolas de su sentido de rebeldía, y llenándolas con contenido consumista.

El éxito de la Industria Cultural es su modo de operar, que remite al modo como este se inscribe EN y transforma LA experiencia popular. Y a esa experiencia, que es memoria y es práctica, remite también la forma inconsciente que tienen las clases para hacerle frente a lo masivo: la mirada oblicua que permite disfrutar de la lectura sin que ello implique perder la identidad.

En el SXX a diferencia del XVIII, la cultura representa al mundo de la organización material y espiritual de las diferentes sociedades, ideologías y clases sociales (cultura común). Lo masivo trabajando desde dentro de lo popular (articulación de las prácticas.)

Williams: presenta un modelo para pensar la dinámica cultural contemporánea. 2 frentes:

\*Teórico: hegemonía de Gramsci en la teoría cultura. Idea de la cultura en el campo de los procesos constitutivos y transformadores de lo social.

\*Metodológico: Formaciones culturales en 3 estratos

 -Arcaico: pasado (rememoración)

 -Residual: formado en el pasado, existe en el presente de dos maneras o plenamente incorporado a la cultura dominante, o como alternativo.

 -Emergente: es lo nuevo, como dentro del proceso de innovación en prácticas y significados.

Habitus de clase: En la cultura, la manera de adquirir se perpetúa en lo que es adquirido bajo la forma de una cierta manera de usarlo. El modo de adquisición expresa en sí mismo las relaciones objetivas entre las características sociales de aquel que adquiere y la cualidad social de lo adquirido. (Aprendo-repito-enseño y percibo)

Se descubre así una homología estructural entre las prácticas y el orden social que en aquellas se expresa. En esas estructuras de la vida cotidiana desde el HABITUS, es donde se hace presente la eficacia de la “hegemonía” programando las expectativas y los gustos según las clases. “Tener clase”, una distinción de clase o poseer “cultura legítima”, significarían tener dominio, práctica y saber de los instrumentos de apropiación simbólica de las obras legitimas o en vías de legitimación.

Bourdieu: llama etnocentrismo de clase a considerar natural (obvia y fundada por naturaleza) una manera de percibir. Convierte la división de clases en negación. Una clase se afirma negándole a otra su existencia en la cultura, desvalorizando pura y llanamente cualquier otra estética, cualquier otra sensibilidad.

Critica a Bourdieu: deja por fuera la relación de las prácticas con las situaciones y lo que desde ellas se produce de innovador y transformador.

Certeau: propone una teoría de los USOS como OPERADORES DE APROPIACION, que siempre en relación a un sistema de prácticas pero también un PRESENTE (un momento y un lugar), instauran una relación de SUJETO CON LOS OTROS.

 No hay una sola lógica que abarque todos las artes del hacer. Existe un modo de hacer caracterizado más por las tácticas que por las estrategias.

Táctica: modo de operación, de lucha dependiente de un tiempo.

Estrategia: cálculo de las relaciones de fuerza con lugar propio. Lograr la gestión de las relaciones con una exterioridad diferenciada.

La cultura popular a la que Certau se refiere es a la impura y conflictiva cultura popular urbana. Habla de lo popular, de un resto y de un estilo.

Resto: memoria de la experiencia sin discurso. Experiencia marginada que carga simbólicamente la cotidianeidad y la convierten en espacio de una creación muda y colectiva.

Estilo: esquema de operaciones, un estilo de intercambio social, de inventiva técnica y de resistencia moral.

*“Mapa nocturno para explorar el nuevo campo”*

Mapa para indagar la dominación, la producción y el trabajo pero desde las brechas, el consumo y el placer. Un mapa de reconocimientos de la situación desde las mediaciones y los sujetos.

ACEERCA DE LA COTIDIANEIDAD, EL CONSUMO Y LA LECTURA

Cotidianeidad: Frente a un trabajo por la autonomía y despojado de otra actividad creativa, el espacio domestico representa y posibilita un mínimo de libertad y de iniciativa. De la misma manera, no toda forma de consumo es interiorización de los valores de las otras clases.

No toda búsqueda de ascenso social es arribismo, puede ser forma de protesta y expresión de algunos derechos elementales. De ahí la necesidad de una concepción no reproductivista ni culturalista del consumo capaz de ofrecer un marco a la investigación de la comunicación/cultura desde lo popular, esto es, que nos permita una compresión de los diferentes modos de apropiación cultural; de los diferentes usos sociales de la comunicación.

Consumo: A diferencia de las teorías funcionalistas de la recepción, se busca construir un análisis integral del consumo. Consumo entendido como el conjunto de los procesos sociales de apropiación de los productos. El consumo no es solo reproducción de fuerzas, sino también la producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de objetos, pues pasa más aun decisivamente por los usos que le dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales.

Beatriz Sarlo: abordaje de los diversos actores sociales posibles.

Lectura: la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido. En la lectura, como en el consumo, hay una producción y una reproducción. La producción pone en crisis la centralidad del texto y del mensaje, implicando asumir una asimetría de demandas y de competencias que se encuentran y negocian a partir del texto. En él hay tanto goce como resistencia.

LA TV DESDE LAS MEDIACIONES

Hacer partir el análisis desde las mediaciones es comenzar desde los que provienen las construcciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la TV. Se proponen tres lugares de mediación:

\*La cotidianeidad familiar; \*la temporalidad social; \*la competencia cultural.

*La cotidianeidad familiar (como mediación social)*

De la familia como espacio de relaciones cortas y de proximidad, la TV asume y forja dos dispositivos claves: la simulación del contacto y la retórica de lo directo.

Simulación del contacto: mecanismos por las cuales la TV especifica su modo de comunicación, organizándolo, sobre todo, la función poética. Esto es, sobre el mantenimiento del contacto. Ante la necesidad de intermediarios que faciliten el tránsito entre la realidad cotidiana y espectáculo ficcional, se presentan el personaje (presentador) y el tono (coloquial).

La predominancia de lo verbal en LA se inscribe en su articulación entre el discurso televisivo sobre el eje de la relación corta y la preeminencia de la palabra en unas culturas fuertemente orales.

La retórica de lo directo: dispositivo que organiza el espacio de la TV sobre el eje de la proximidad y la magia del ver. Una proximidad construida mediante el montaje no expresivo sino funcional y sostenido en base a un “tono directo”, real o simulado.

La sensación de inmediatez es uno de los rasgos que hacen la forma de cotidianeidad.

LA MARCA DE LA HEGEMONIA TRABAJA EN LA CONSTRUCCION DE UNA INTERPELACION QUE HABLA A LA GENTE DESDE LOS DISPOSITIVOS QUE DAN FORMA A UNA COTIDIANEIDAD FAMILIAR.

*La temporalidad social*

Mientras que el tiempo productivo, el valorado por el capital, es el tiempo que “corre”, el tiempo del cual está hecha la cotidianeidad, es un tiempo repetitivo que comienza para acabar y recomenzar. No es un tiempo hecho de unidades culturales, sino de fragmentos.

 REPETICION Y FRAGMENTO – el tiempo en el que organiza su programación. La TV contiene la forma de la rentabilidad y del palinsesto (tiempo fijo) de un entramado de géneros.

En la TV el tiempo de ocio cubre y devela el tiempo de trabajo. FRAGMENTO Y SERIE – el tiempo de la serie es el tiempo de la estandarización.

La serie y los géneros hacen ahora la mediación entre el tiempo del capital y el tiempo de la cotidianeidad.

*La competencia cultural*

En la TV el contradictorio significado de lo masivo se hace explícito y desafiante: la conjetura de que en la TV se desactivan las diferencias sociales y, por tanto, integra ideológicamente; y que en lo masivo hay presencia de una matriz cultural y de un sensorium que asquea a las élites.

Mientras que los teóricos se preguntan si la TV es cultura, la misma significación social de la cultura está siendo modificada por os mecanismos de producción y reproducción televisiva.

La dinámica cultural de la TV actúa por sus géneros. Desde ellos activa la competencia cultural y a su modo da cuenta de las diferencias sociales que la atraviesan. Los géneros que articulan narrativamente las serialidades constituyen una mediación fundamental entre las lógicas del sistema productivo y del sistema del consumo, entre las del formato y la de los modos de leer, los usos.

*Lógicas de la producción y de los usos (Como estructura y dinámica de la producción)*

Lo que importa es lo que configura las condiciones específicas de producción, lo que la estructura productiva deja huellas en el formato, y los modos en que el sistema productivo semantiza y recicla las demandas que vienen de los públicos y de sus diferentes usos.

El plural de las lógicas del uso no se agota en la diferencia social de las clases. Los usos hablan de las competencias culturales los diversos grupos que atraviesan las clases por la vía de la educación formal, en sus distintas modalidades, pero sobre todo lo que configuran las etnias, las culturas regionales, los dialectos locales y los mestizajes urbanos en base a aquellos.

Entre la lógica del sistema productivo y las lógicas de los usos median los géneros. Las reglas de los géneros son las que configuran los formatos y es en ellos donde ancla el reconocimiento cultural de los grupos.

En el sentido en el que trabajamos el género es algo que pasa por el texto pues es menos una cuestión de estructuras y combinatorias que de COMPETENCIA. Asumimos que un género es una ESTRATEGIA DE COMUNCABILIDAD y es como marca de esa comunicabilidad que un género se hace presente y analizable en un texto.

En la TV cada género se define por su arquitectura interna: horario y palisesto (tiempo fijo)

-

Schmucler, H., “Un proyecto de comunicación /cultura”, en Comunicación y cultura, n° 12, agosto de 1984. (Páginas 22-26)

Para los que negaban al funcionalismo dominante, el auténtico conocimiento tenía otro rostro: la materialidad del lenguaje, la materialidad de las ideas, las estructuras de significación que se acumulaban bajo la superficie del discurso y que debían ser desveladas de manera implacable. Lo ideológico era una construcción falsa de las apariencias del mundo.

En nombre de la ciencia, se expandía una cultura que consagraba la dominación. En todos los países se insistía en consagrar con mérito científico en reemplazo de lo que hasta entonces era considerado mero oficio o arte. Para ello la ecuación era simple: la verdad se alcanza únicamente con la ciencia, y la ciencia es sinónimo de investigación. Solo era necesario encontrar el método “correcto”. Para la ciencia funcionalista el dato cuantitativo era la realidad en sí. Pero todo eso fue antes de entrar en la época de la “crisis de la razón”.

Entonces debe emerger una nueva teoría y una nueva práctica de la comunicación que, en definitiva, se confundirá con un nuevo modo total de producir la vida hasta en los aspectos más íntimos de la cotidianeidad humana. Hoy sabemos que no existe la verdad previa a nuestro conocimiento que está esperando ser revelada; que el conocimiento es un proceso de construcción y no de descubrimiento. Hemos aprendido que las realidades son infinitamente más complejas que las anunciadas por algunas matrices teóricas. El individuo, la subjetividad no es solo una consecuencia: es un componente decisivo que actúa en condiciones físico-naturales cuyo funcionamiento también admite el azar y lo imprevisible. Declaramos que los seres humanos no deberían estar después sino antes de los modelos sociales y económicos que se proponen en la actualidad.

Un proyecto de comunicación/cultura debería asumir conceptualmente que el uso de la barra, pues la cópula anuncia la imposibilidad de un tratamiento por separado de ambos términos. A partir de esta decisión debemos construir un nuevo espacio teórico, una nueva manera de entender y estimular prácticas sociales, colectivas o individuales.

Uso e instrumento suelen mostrarse como realidad aisladas, cuando no son más que momentos indisociables de un mismo fenómeno. Se pretende estallar los contornos de las disciplinas para que las jerarquías se disuelvan. Desde la cultura, desde ese mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y espirituales, la comunicación tendrá sentido transferible a la vida cotidiana. La comunicación no como un objeto constituido, sino como objetivo a lograr.

-

Sunkel, G., “Las matrices culturales y la representación de lo popular en los diarios populares de masas: aspectos teóricos y fundamentos históricos (capítulo 1, parte A y B)

Lo popular y la crisis de la representación de lo popular en el discurso político marxista que engloba a toda la izquierda en Chile de los ´60. También la aparición de otros sujetos sociales y políticos, y con ellos, una multiplicación y dispersión de los conflictos. Crisis de representación como una falta de equivalencia entre un conjunto de convicciones, creencias y proposiciones construidos por el conocimiento acumulado sobre el tipo de acción social que “correspondería” asumir a los sectores populares y sus modalidades de acción históricas. Es una crisis teórica, pero también política en tanto los discursos sobre lo popular han orientado la práctica política y diferentes tipos de políticas culturales.

Tres aspectos principales de la crisis del discurso marxista sobre lo popular en la década del 60 en Chile:

1-La problemática que duce relación con la pre configuración de lo popular en el discurso. Dos elementos centrales:

A. La adopción del marxismo como sistema teórico por parte de las organizaciones de izquierda llevó a estas a una identificación con lo universal, lo cual tuvo como efecto principal la dificultad para reconocer el “modo nacional de los procesos de constitución del sistema político y sus actores”. El marxismo no solo se alejó de la realidad concreta de los sectores populares sino que sustituyo esta realidad por un discurso sobre lo popular;

B. La pre configuración de lo popular en el discurso operaba sobre la base de una simplificación de la realidad heterogénea y multifacética del mundo popular. Este proceso de simplificación se manifestaba en tres planos principales: la que reducía la heterogeneidad de los actores a un actor principal, la clase obrera. Reducía la heterogeneidad de los conflictos a un único conflicto, aquel que giraba en torno a la producción; y la tercera operación que reducía la variedad e facetas del mundo popular a un espacio central, aquel que aparecía como politizable. Esta reducción del mundo popular a lo que el discurso marxista constituía como politizable implicó un alejamiento del modo de representación que los sectores populares tenían de sí mismos.

2-La problemática que dice relación con la concepción heroica de la política y de la clase obrera. El marxismo convertiría al proletariado en el sujeto heroico de la revolución.

3-La dificultad que demostró el marxismo para desarrollar una capacidad hegemónica expansiva, lo cual tiene su raíz principal en la carencia de capacidad articulatoria. El discurso no era lo suficientemente flexible como para incorporar ciertos elementos básicos de la cultura popular.

El carácter ambivalente de lo “popular auténtico “opuesto a lo “popular pasivo”, es el espejo de un sector de lo popular “combatiente”: pero en la medida en que aquellas imágenes se constituyen a partir de la diferenciación son excluyentes, y por tanto no articulatorias. Otro factor que interviene en la constitución de “lo popular auténtico” y opera como un mecanismo de sustitución de capacidad articulatoria es la capacidad de apropiación y de simbolización de la historia de las luchas populares.

Sugerimos que lo popular tiene pre condición de reconocimiento del fracaso teórico (universalismo y simplificación), y del fracaso político (incapacidad para articular el discurso marxista con el mundo popular) de las concepciones analizadas hasta el momento.

Lo popular implica contraponer al universalismo y a la simplicidad del discurso unitario un principio metodológico básico: la heterogeneidad de la realidad popular.

La concepción heroica de la política y dela clase obrera, así como la pre configuración de lo popular en el discurso se presentan como obstáculos para el conocimiento de una realidad en la cual han emergido otros sujetos sociales y políticos significativos, los cuales han hecho visibles una diversidad de conflictos y espacios.

El principio de la heterogeneidad se ha desplegado en tres planos principales: el de los actores, conflictos y espacios. El coro es la expresión de múltiples actores y de múltiples conflictos que se incuban en el espacio de la sociedad civil y en la vida cotidiana.

*Relación entre el concepto coro y concepto de lo popular:* Coro hace referencia a aquellos actores, conflictos y espacios tradicionalmente olvidados por lo popular manejado en el “teatro político” y, particularmente, por el marxismo. Coro, entonces, se coloca en el vértice entre dos ejes conceptuales: el de la representación y la no representación; y por otra en el de la represión y lo reprimido. De acuerdo al primero de estos, el concepto coro tiende a revelar a aquellos actores, espacios y conflictos que no tienen representación, y especialmente representación política (lo no politizable). De acuerdo al segundo eje, el concepto de coro tiende a hacer visible y a legitimar a aquellos actores, espacios y conflictos que han sido objeto de la representación (en sentido general, no solo física). Muestra así la realidad ético-política escindida entre lo aceptable y lo prohibido. Lo *popular representado* y lo *popular reprimido* es lo que encierra “***el coro popular***”.

*Lo popular representado:* conjunto de actores, espacios y conflictos que son aceptados socialmente pero que no son interpelados por los partidos políticos de izquierda. Otra gran zona que ha sido ausente de la interpelación política y que es socialmente aceptada: aquella constituida por las tradiciones culturales.

*Lo popular reprimido:* Es considerado como el conjunto de actores, conflictos y espacios condenados a subsistir en los márgenes de lo social. Sujetos que son parte de una condena ética y política, y que son transformados en objetos de campañas moralizadoras. Los actores como prostitutas u homosexuales.

 “La ideología popular” constituye una síntesis especifica de elementos populares inherentes y de elementos derivados. Es siempre particular porque los elementos inherentes (tradiciones culturales suministradas por la experiencia) condicionan la receptibilidad de los elementos derivados (influencia de origen externo). Para Foucault las luchas particulares de carácter popular se juegan a nivel institucional. Pero estas luchas son expresiones discontinuas, y por lo tanto no son asimilables por estrategias políticas globales.

El principio general que permite considerar todos estos actores como actores populares es que los conflictos a través de los cuales construyen esta identidad siempre los coloca como el sujeto de la dominación.

**Clase 6 - La cuestión de la cultura popular**

**Teórico**

Martín Barbero, J., “Pueblo y masa en la cultura: hitos del debate”

El discurso no es mero instrumento pasivo en la construcción del sentido que toman los procesos sociales, las estructuras económicas o los conflictos políticos. Y que hay conceptos cargados en tal modo de opacidad y ambigüedad que solo su puesta en historia puede permitirnos saber de qué estamos hablando más allá de lo que creemos estar diciendo.

Martín Barbero, J., “Afirmación y negación del pueblo como sujeto”

*1. El pueblo-mito: románticos (pueblo en la cultura) vs ilustrados (pueblo en la política)*

Desde la Reforma, se ha organizado en torno a la figura de pueblo un sistema de legitimación del poder político que se ligara a ciertos derechos y valores populares que se llamaría anticolonialismo.

A la noción política del pueblo como instancia legítimamente del Gobierno Civil, como generador de nueva soberanía es que corresponde en el ámbito de la cultura una idea radicalmente negativa de lo popular, que sintetiza para los ilustrados todo lo que estos creen haber superad. En el paso de lo político a lo económico se hará evidente la inclusión abstracta y la exclusión concreta, es decir la legitimación de las diferencias sociales.

La invocación al pueblo legitima el poder dela burguesía en la medida que esa invocación articula su exclusión de la cultura. En ese movimiento se gestan las categorías de “lo culto” y “lo popular”. Sería lo popular como lo in-culto: la identidad otorgada por una negación, lo constituido por lo que le falta, no por lo que es. Definición de pueblo por exclusión

El interés por el movimiento romántico está ligado a la crisis de una concepción de la política como espacio separado de la vida y de la cultura, convertida en un espacio desafecta, un espacio sin sujetos. “Descubrimiento” del pueblo por los románticos - 3 vías:

\*La exaltación revolucionaria dotando al populacho de una imagen positiva en dos ideas: –la unidad hace a la fuerza; -héroe que se levanta frente al mal.

\*La exaltación del nacionalismo, reclamando un sustrato cultural que de vida a una unidad política.

\*La reacción contra la ilustración desde dos frentes: -el político (utilitarismo burgués en nombre del progreso idealizando el pasado y negando el presente); -el estético (contra el arte oficial y el clasista, revalorizando la experiencia como emergencia de la subjetividad)

Herder 1784, “comunidad orgánica”: imposibilidad de comprender la complejidad de la evolución de la humanidad a partir de un concepto tan abstracto como es la razón, apelando a aceptar la existencia de una pluralidad de culturas, a diferentes modos de configuración de la vida social. Desde esta noción romántica de “pueblo” es que se le suma importancia histórica a un debate que resida en la afirmación de lo popular como espacio de creatividad, actividad y producción. La idea de que exista otra cultura más allá de la oficial. La valoración de los elementos simbólicos presentes en la vida humana hace de la pregunta por la cultura, una pregunta acerca de la sociedad en tanto sujeto.

Los románticos trabajan el uso de topologías tendenciosas: Folk (folklore) que capta la coexistencia de dos mundos culturales separado: el rural (tradición) y el urbano (modernidad); Volk (Volkskunde) capta la superposición de dos estratos en la configuración geológica de la sociedad: uno exterior (diversidad, cambios históricos) y otro interior (unidad orgánica, raza), es decir que remite a la unidad nacional perdida. Entre pueblo-tradición (Folk) y pueblo-raza (Volk) se ubica el uso romántico de Peuple como una modalización en sentido político y peyorativo que da forma al populismo.

 Canclini dirá al respecto a la mistificación de la relación pueblo-Nación como “comunidad orgánica” de los románticos, que “se olvidan de los conflictos en medio de los cuales se formaron las tradiciones nacionales o se los narra legendariamente, como simples tramites arcaicos para configurar instituciones y relaciones sociales que garantizan de una vez y para siempre la esencia de la Nación”. La ambigüedad de la “cultura popular”: La originalidad cultural residiría en su autonomía, en la negación de la circulación cultural para no ser contaminada. Pero esto hace a la vez, que se vea negado el proceso histórico de formación de lo popular y el sentido social de las diferencias culturales. Al quedar sin sentido histórico, lo único que queda es mirar con nostalgia al pasado, solo queda una especie de “cultura-patrimonio”.

Entonces, tanto para ilustrados como para románticos, el pueblo es el pasado y el fututo está configurado por generalidades abstractas como el Estado y la Nación encarnadas por la burguesía. La “operación antropológica” reconoce desde la concepción evolucionista, y con perspectiva cientificista, que tanto la cultura primitiva (salvaje que marca la dualidad salvaje/civilizado) y lola cultura popular europea (marca la dualidad cultura hegemónica/cultura subalterna) significa la diferencia cultural dominante. Siempre mirando desde la postura dominante y de poder, lo atrasado en el desarrollo de la humanidad.

*2. Pueblo y clase: del anarquismo al marxismo*

En el S XIX se transforma la idea de pueblo: por izquierda hacia el concepto de clase social, y por la derecha hacia el concepto de masa. Anarquistas y marxistas transformaran el concepto de pueblo en clase social. Ambas corrientes (A y M) romperán con el culturalismo de los románticos al politizar la ida de pueblo. Marxistas y anarquistas comparten una concepción de lo popular que tiene como base la afirmación del origen social, estructural de la opresión como dinámica de conformación de la vida del pueblo. Los anarquistas conservaran la noción pueblo por no se agota en la clase oprimida, mientras que los marxistas rechazaran su uso teórico por ambiguo y mistificador reemplazándolo por el de proletariado.

*Asunción de lo popular en los movimientos anarquistas.*

 La relación constitutiva del sujeto social del enfrentamiento y la lucha es paras los libertarios no una determinada relación con los medios de producción, sino la relación con la opresión en todas sus formas. Entendiendo al proletariado cono como un sector do una parte de la sociedad victimizada por el Estado, sino como la masa de los desheredados.

Anarquistas-románticos, conexiones: idealización de las virtudes justicieras del pueblo, pero lo que ha sabido conservar el pueblo será capacidad de transformar el presente y construir el futuro. Se ven como continuidad del pueblo en sus modos de lucha,. Es la fuente de la estrategia de los libertarios. Además de implicar en la lucha a todos los sujetos de la opresión (niños, delincuentes, ancianos), se presenta una valoración de lucha implícita e informal, como resistencia a la cotidianidad.

Conectan la memoria de las luchas con la cultura popular. Concepción instrumental de la cultura. Ven a la cultura como espacio de manipulación, conflicto y la posibilidad de transformar en medios libertarios las prácticas culturales.

Los libertarios piensan sus modos de lucha en continuidad directa con el proceso de gestación del pueblo, de ahí el referente en la memoria del pueblo, y en particular, en la memoria de sus luchas. Es la relación de la opresión y de la resistencia a la cotidianidad lo que los libertarios estaban pioneramente relevando al valorar desde el punto de vista de la transformación social “la lucha implícita e informal”. La visión de esa cultura está cargada de una concepción instrumental. Una nueva idea de cómo se relaciona pueblo y cultura: la cultura como espacio no solo de manipulación, sino también de conflicto y con la posibilidad de transformar en medios de liberación las diferentes expresiones o prácticas culturales.

En una segunda línea de trabajo, se encuentra la estética anarquista que propone la continuidad del arte con la vida, es decir, luchar contra todo lo que separe el arte de la vida. Pero el arte que reside en la experiencia, no en la autoridad. Reconectando el arte con la sociedad. Proclaman un arte antiautoritario basado en la espontaneidad y la imaginación, sin creer en la subjetividad individua sino en su capacidad de expresar la voz colectiva.

El mundo de la industria incluía la participación artística del hombre no solo como espectador, sino como actor. Pues el concepto de belleza de la obra de arte se reemplaza por el deseo de significar. Y de ese deseo sí participan las clases populares en lucha contra aquel concepto de arte que acaba excluyendo lo popular de la cultura.

*Disolución de lo popular en el marxismo.*

El marxismo negara la validez teórica como política de la idea de pueblo. La explicación de la opresión y la estrategia de lucha se sitúan en un único plano: el económico, el de la producción. No podrá entonces hablarse de la clase obrera sin el capitalismo. Toda concepción de lucha social que no se centre allí es mistificadora y tramposa para ellos.. La componente racionalista romperá con los residuos del romanticismo que arrasaban los libertarios, y que les impedía pensar la especificidad de lo político como un terreno separado. En ese contexto histórico la idea de pueblo resultaba retórica y peligrosa.

Cita las 2 líneas de fuerza de Sunkel (lo politizable, los reduccionismos en el discurso que llevan a la crisis de la representación de lo popular por parte del marxismo) y la visión heroica de la política, pero dejando fuera el mundo de la cotidianeidad y la subjetividad.

Nombra también la doble operación d negación: lo popular no representado y lo reprimido del coro popular. Queda así descubierta la dificultad del marxismo para pensar la cuestión de la pluralidad de matrices culturales, la alteridad cultural. Su afán de referir y explicar la diferencia cultural por la diferencia de clases impidió pensar la especificidad de los conflictos que articula la cultura y de los modos de lucha que desde allí se producen. Esla imposibilidad de referir todos los conflictos a una sola contradicción y de analizarlos desde una sola lógica: la lógica interna a la lucha de clases.

El capitalismo puede destruir culturas, pero no puede agotar la verdad histórica que hay en ellas. Así se traduce el desconocimiento de la alteridad cultural: la indiferencia generalizada, la incapacidad para aprehender esas culturas en su doble carácter de dominadas y de poseedoras de una existencia positiva a ser desarrollada.

La negación de lo popular en el marxismo también se ve en la homologación del concepto cultura al de la ideología. La imposibilidad de asumir la riqueza cultural se materializara en la tendencia a idealizar la “cultura proletaria” y a mirar como decadente la producción cultural de la vanguardia.

Martín Barbero, J., “Ni pueblo ni clase: la sociedad de masas”

*1. El descubrimiento político de la multitud*

Tocqueville y la relación sociedad/masa: las masas se encuentran ahora desintegrando el viejo orden, como desde dentro de la sociedad y clave para la democracia moderna. Pero a la democracia de masas es visto como el principio de su propia destrucción. Lo importante no es aquello en lo que hay razón y virtud, sino lo querido por la mayoría, lo impuesto por la cantidad. T presenta la imagen de una masa ignorante que sacrifica la libertad en aras de la igualdad y subordina cualquier cosa al bienestar. La justificación del pesimismo social hace a la complicidad del pueblo con la tiranía. Para Engels la masa inicia el desencanto de la burguesía que ve peligro en un orden social por ella y para ella organizado. La masa es vista como un movimiento que afecta la estructura de la sociedad, a la vez que es el nombre con que se mistifica la existencia conflictiva de la clase que amenaza aquel orden. Para Stuart Mill, la masa es representación de la mediocridad colectiva que domina cultural y políticamente.

*2. La psicología de las muchedumbres*

Le Bon: la masa es un fenómeno psicológico por el que los individuos están dotados en un alma colectiva que les hace comportarse de manera distinta de como lo haría cada individuo aisladamente. Es la regresión a un estadio primitivo donde el instinto y la afectividad pasan a dominar. ¿Cómo controlar la masa? A través de la sugestividad. La clave está en la constitución de creencias que en su configuración religiosa permiten detectar los dos dispositivos de su funcionamiento: el mito que las cohesiona y el líder que oficia los mitos.

Freud: El “yo” pertenece a la “herencia arcaica” del alma humana (1. distinta a la memoria biológica de la raza de Le Bon) es inconsciente. Postula la existencia de “lo reprimido inconscientemente” surge de parte de la herencia arcaica. Las dos diferencias con Le Bon son claves. 2. lo que estalla en la masa está en el individuo pero reprimido.3. La obsesión de Le Bon con la falta de líderes en las sociedades modernas. Reduce las singularidades de los fenómenos sociales a dos factores: la sugestión reciproca de los individuos y el prestigio del caudillo. Es así como la teoría de la sociedad de masas tiene en la base la negación de lo social como espacio de dominación y de conflicto.

Reich: el verdadero problema que una psicología de masas debe enfrentar es el problema de la sumisión del hombre a la autoridad.

Años 30-40 el funcionalismo norteamericano tomara las consideraciones de la psicología social para conformar la primera teoría de la comunicación. La masa es convertida en público y las creencias en opinión (pública). La relación masa/público: progresiva transformación de lo activo del público popular de las ferias y los teatros en el pasivo público de una cultura convertida en espectáculo para “una masa silenciosa y asombrada”.

*3. Metafísica del hombre-masa*

Ortega y Gasset teoría metafísica del hombre-masa. El hombre de la vulgaridad y conformismo. El Estado aparece sin raíz en lo económico y el conflicto deriva hacia lo cultural. La relación masa/cultura es tematizada por Ortega argumentando una “cultura integral” definida por oposición a la ciencia y a la técnica, reafirmando aquel humanismo que delimita la cultura por su diferencia con la civilización. Otra: la cultura es ante todo normas.

La masa es incapaz de cultura, pero salva al arte moderno que sirve para poner en evidencia la incapacidad de las masas. E arte moderno resulta impopular por esto mismo.

Spengler: dirá que la vida de las culturas de occidente se encuentra en una vida vegetativa. Las culturas nacen, se desarrollan y mueren. Si bien la cultura es el alma de la Historia, la democracia que acaba con la verdadera libertad y la técnica que disuelve la ciencia, deja al descubierto una concepción contradictoria de la historia incapaz de dar cuenta de las nuevas contradicciones llegando a su fin.

*4. Antiteoría: la mediación-masa como cultura*

Fue necesaria toda la fuerza económica del nuevo imperio y todo el optimismo del país que había derrotado al fascismo y toda la fe en la democracia de ese pueblo, para que fuera posible la inversión (de capital y de sentido) que permitió a los teóricos norteamericanos asumir como la cultura de ese pueblo la producida en los medios masivos: la cultura de masas.

Lo que está cambiando, dice, en el ámbito de la cultura es entendida como los códigos de conducta de un grupo o de un pueblo. Estado el proceso de socialización el que está transformándose de raíz al cambiar el lugar desde donde se mudan los estilos de vida.

Los medios son vistos como espacios clave para la socialización, más que la familia y la escuela.

La cultura de masa es la primera en posibilitar la comunicación éntrelos diferentes estratos de la sociedad. Tiende a la unidad cultural, entonces lo importante es que haya circulación.

Rosenberg: la tecnología moderna es la causa necesaria y suficiente de la cultura de masa.

McLuhan: expresó en un leguaje antiteórico la intuición-obsesión que atraviesa la reflexión norteamericana de los 40/50 sobre la relación cultura/sociedad.

El análisis cultural es separado del análisis de las relaciones de poder. Ello mediante una concepción de la cultura que permanece amarrada al idealismo liberal que desvincula la cultura del trabajo como espacios separados de la necesidad y del placer, y conduciéndola a un culturalismo que acaba reduciendo la sociedad a cultura y la cultura al consumo.

La teoría elaborada por sociólogos y psicólogos norteamericanos coincide en que la incorporación de las masas a la sociedad significaría la disolución o superación de las clases sociales.

Queda la denominación de popular atribuida a la cultura de masa operando como dispositivo de mistificación histórica, pero también planteando por vez primera la posibilidad de pensar en positivo lo que les pasa culturalmente a las masas.

-

García Canclini, Néstor, “Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico metodológicas para la investigación”

*De la dominación a la hegemonía.*

Desde los ´60 y hasta mediados de los `70 analizar la cultura equivalía a describir las estrategias de dominación. El marxismo buscaría por el estructuralismo y la semiología develar las astucias del poder, la manipulación de las conciencias, única razón por lo que las masas no se comportaran con la energía revolucionaria que correspondería a sus intereses históricos.

 Los tres pilares teóricos que sostenían la metodología de la corriente de la dependencia eran: su concepción del poder, de los consumidores y de la configuración de la vida cotidiana.

 Se pensaba al poder omnipotente y omnipresente. Se deducía de las estrategias de los dominadores los efectos sobre los dominados. Los consumidores fueron vistos como pasivos ejecutantes de las prácticas inducidas por la dominación, incapaces de distinguir el valor de uso al valor de cambio o el valor simbólico. No se reconocía autonomía a las culturas populares.

La metodología deductivista bajo la influencia gramsciana dio lugar a que con el supuesto de que la tarea de la cultura hegemónica es dominar, y la de la subalterna resistir, muchas investigaciones tuvieran el simple fin de averiguar los modos en que una u otra cultura desempeñan sus papeles en el libreto.

La nueva manera de analizar la oposición dominación/dependencia sería redefinirla como una relación de hegemonía-consenso.

Canclini entiende por hegemonía un proceso de dirección política e ideológica en el que una clase o sector logra una apropiación preferencial de las instancias de poder en alianza con otras clases, admitiendo espacios donde los grupos subalternos desarrollan prácticas independientes y no siempre funcionales para la reproducción del sistema.

Este cambio de objeto de estudio conlleva 3 consecuencias metodológicas:

1-Analizar los agentes sociales sin sustancializarlos. Ya no se puede hablar de los aparatos ideológicos como si su función fatal fuera manipular las consecuencias y empujar compulsivamente al consumismo.

Hay que pensar las relaciones sociales como una lucha entre poderes diversos, que no son tentados exclusivamente por una clase ni por instituciones absolutamente verticales. El poder no es algo que se adquiera, son relaciones de fuerza múltiples que se forman y actúan en la producción, en las familias y en los individuos, que se refuerzan al operar conjuntamente en todos esos espacios.

2-La hegemonía no actúa como impositiva ni unidireccional. Los objetos de la Industria Cultural tienen ciertamente intereses sectoriales, pero al mismo tiempo brindan un servicio a las clases populares. Es por esto que las clases populares prestan su consenso, conceden a la hegemonía cierta legitimidad. Esto es una alianza donde hegemónicos y subalternos pactan prestaciones “reciprocas”. La importancia de tal intercambio explica por qué la explotación no es el eje de sus relaciones. El populismo aparece como la capacidad para comprender la necesidad de enlace entre clases opuestas.

3-Los bienes y mensajes hegemónicos interactúan con los códigos perceptivos y los hábitos cotidianos delas clases populares. Es decir, que si bien el repertorio ofrecido por la cultura hegemónica condiciona las opciones, los sectores subalternos seleccionan y combinan (en la memoria y el uso) construyendo otros sistemas que no son eco automático y sistemático de la oferta hegemónica.

*2. Del imperialismo cultural a la transnacionalización de la cultura*

Hubo dos lugares predilectos para localizar la dominación que generaron el padecimiento de las culturas populares: el imperialismo cultural y los medios masivos.

El tradicional esquema de acción imperial no es adecuado para entender las actuales relaciones de poder internacional donde el sistema industrial, cultural, financiero y tecnológico no se encuentra en una nación sino en una red de estructuras económicas e ideológicas.

El cuestionamiento del imperialismo cultural solía acompañarse por la teoría de la manipulación para desmitificar los instrumentos de persuasión, más o menos oculta, pero no se preocuparon por conocer la recepción de los mensajes hegemónicos. Además las masas de los países latinos se encuentran con mejor calidad de vida y mayor expectativa de vida, lo cual hace que encuentren en el orden hegemónico los beneficios y el servicio y no solo explotación. Lo que quiere decir es que la dominación no es la principal ni la más duradera forma de control social, y que las denuncias contra la hegemonía serían más eficaces, si emplearan un esquema donde se explicara la multideterminación de las opresiones con eficacia a largo plazo.

*3. La cultura transnacional es hoy el neoconservadurismo*

Si entendemos por cultura el conjunto de procesos simbólicos a través de los cuales se comprende, reproduce y transforma la estructura social, la reorganización conservadora de la cultura puede verse como la reconstrucción del consenso ideológico necesaria para establecer una nueva hegemonía. Lo que debiéramos investigar e centralmente para conocer las relaciones entre cultura transnacional y culturas populares es de que modo los cambios político – económicos se combinan con la reformulación de las políticas culturales para promover una nueva cultura política, un nuevo sentido de la vida social.

En algunos casos la iniciativa privada trata de sustituir al Estado como agente constructor de hegemonía. Haciendo que ella aparezca como defensora de la libertad de creación cultural, como benefactora y legitimadora de la producción cultural, como modelo de enlace entre cultura nacional y cultura transnacional.

El papel cohesionador del Estado va siendo desplazado por un sistema privado de interpelaciones mercantiles e ideológicas que reformula las identidades colectivas anteriores, para atomizar a los miembros de las clases populares bajo la forma de consumidores individuales.

Los Estados autoritarios, desinteresados del consenso masivo, dejan que la iniciativa privada sustituya al Estado, a los partidos y a las organizaciones populares en la reestructuración de la identidad cotidiana, de los sistemas de conocimiento, prestigio y diferenciación simbólica entre las clases. Al clausurarse los espacios políticos y al monetizarse la economía, cambian las formas de interpelación ideológica que constituían a los sujetos sociales: mientras en décadas anteriores la identidad de los grupos se formaban desde discursos que apelaban a las personas en tanto “ciudadanos” , en el último decenio (de autor) el discurso mercantil los interpela como “consumidores”, ahorristas” o “inversores”; la represión desactiva los mecanismos de movilización y cooperación colectiva, trata de reducir la participación social a la inserción particular de cada individuo en los beneficios del consumo y de la especulación financiera.

*4. ¿Cultura masiva vs cultura popular?*

Lo masivo se presenta aliado a lo transnacional y opuesto a lo popular.

Para Canclini el problema general es el debate de cómo evitar el culturalismo. Tanto quienes defienden la preservación de la cultura tradicional, como los que buscan adaptarla a la modernidad, omiten casi siempre relacionar esas posiciones con las necesidades socioeconómicas de los sectores populares y con las condiciones globales del desarrollo social.

3 principios generales que ***NO*** parecen útiles para guiar la investigación y la política cultural respecto a las causas estructurales que modificaron los vínculos entre lo masivo y lo popular:

\*Lo masivo es una característica constitutiva de las sociedades actuales, y no ha comenzado con los medios de comunicación masiva.

\*Lo masivo no es algo completamente ajeno ni exterior a lo popular. Lo masivo es la forma que adoptan las relaciones sociales en una sociedad en la que todo se ha masificado, incluso las luchas populares.

\*Lo popular no puede definirse como una serie de rasgos internos o un repertorio de contenidos tradicionales, sino por una posición: la que construye frente a lo hegemónico.

Luego de desechar la hipótesis de que la cultura de masas es una cultura de dominación, se replantea la relación entre cultura y poder. Desestimar la teoría de la dominación por la teoría de la hegemonía.

*II. 1. Reduccionismos: 1.3 El reduccionismo político: la cultura popular entendida como concientización.*

Concepción dinámica de la cultura y de lo popular como ligado a procesos políticos de cambio. Ejemplo GCL en Argentina: buscaron romper con la pasividad del espectáculo y promover la participación del público. En la misma época se invirtió la caracterización folclórica de lo popular en algunos movimientos: en vez de definirlo por las tradiciones, lo hicieron por su potencia transformadora. Dieron preeminencia a la dimensión política sobre la representación simbólica y su práctica, olvidando la distancia con la realidad.

*2. Después de los fracasos políticos y la crisis del economicismo: poder y cultura*

Si la antropología redujo el estudio de lo popular a comunidades tradicionales, el folclore lo limito a objetos arcaicos y la acción política a la concientización, fue en parte, porque las grandes teorías sociales subestimaron este tema en sus investigaciones.

Una explicación puede ser encontrada en causas socioeconómicas propias de la industrialización y urbanización acelerada desde los `40. Las migraciones y las necesidades de incorporar al mercado de consumo a amplios sectores populares y entender, a su vez, sus demandas.

Otra explicación se encuentra en factores políticos: El Estado busca conocer las estructuras culturales de los grupos emergentes y migrantes para controlar sus movimientos y renovar el consenso en medio de los cambios.

*3. ¿Por qué existen culturas populares?*

Esta pregunta es el mejor punto de partida para el análisis. La hipótesis del autor es que existen culturas populares porque la reproducción desigual de la sociedad genera:

\*Una apropiación desigual de los bienes económicos y culturales por parte de diferentes clases y grupos en la producción y ene l consumo.

\*Una elaboración propia de sus condiciones de vida y una satisfacción especifica de sus necesidades en los sectores excluidos de la participación plena en el producto social.

\*Una interacción conflictiva entre las clases populares con las hegemónicas por la apropiación de los bienes.

*3.1 La apropiación desigual en la producción.*

Al complejizarse la producción y otras áreas de la vida social, se agranda la distancia material y cultural entre las clases de una misma sociedad, y entre los países centrales y los dependientes. La propiedad transnacional de los nuevos recursos tecnológicos e informáticos aumenta también la asimetría entre los poderes locales o nacionales y los de carácter transnacional. Aun desde el punto de vista de la producción y reproducción social es hoy reproducción de un orden material – simbólico.

*3.2 La apropiación desigual en el consumo*

El consumo es el lugar en el que los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la distribución en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución de los bienes y la satisfacción de las necesidades. Es por eso que ello reside la constitución de la cultura de las clases populares y se marcan sus diferencias respecto de otras.

Para despejar el camino hacia un conocimiento científico del consumo, fueron decisivas las críticas a otros dos conceptos asociados entre sí: necesidades y bienes.

Proponen desechar la concepción naturalista de las necesidades. Postula que no hay necesidades, ni siquiera las básicas puesto que son resultado de la elaboración psicológica de los deseos (de clase); se desprende de la anterior otra concepción a desestimar: la instrumentalista de los bienes, ya que el supuesto de que los bienes serian producidos por su valor de uso, es decir para satisfacer necesidades, no corresponder por no haber una “organización natural” en la producción de mercancías, acorde a un repertorio fijo de necesidades.

Entonces ¿qué es el consumo? 5 postulados desde el autor:

1-El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo u de expansión del capital.

2-El consumo es el lugar donde las clases luchan por la apropiación del producto social.

3-El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre las clases. En sociedades que se pretenden democráticas, donde los hombres nacen iguales, el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias entre los grupos.

4-El consumo como sistema de integración y comunicación. Consumir es intercambiar significados culturales y sociales. El consumo tiene por finalidad definir o reconfirmar significados y valores comunes. A través de los objetos y la forma de consumir nos construimos el personaje que queremos ser y transmitimos información acerca de nosotros.

5-El consumo como lugar de objetivación de los deseos. Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas fijas. El deseo es errático.

*3.3 La reproducción social desintegrada*

Un rasgo de la expansión capitalista es el no poder incluir a toda la población. Por lo tanto esos sectores satisfacen sus necesidades en forma mínima y hacen su cultura mediante una elaboración propia de sus condiciones inmediatas de vida. Pero eso no los desvincula del sistema hegemónico. Su existencia misma es un resultado del desarrollo desigual del capitalismo. Su modo de vida no es asalariado por no tener un trabajo formal y/o fijo. Lo poco que se sabe de estos sectores que viven por medios alternativos o solidarios, no permite plantear el carácter alternativo (posible) de su cultura y potencialidad política.

3 Componentes del capital cultural unificado con el que fue establecida la homogeneidad de América Latina: 1-La lengua; 2-La educación; 3-El modo de organización de la vida cotidiana.

Las clases hegemónicas fundan su posición en la continuidad de este capital cultural y en la apropiación desigual del capital. Por eso en la mayor parte de América Latina los movimientos populares son menos de oposición que de participación en el sistema hegemónico.

*4. Bajo la hegemonía o frente a ella: lo popular como subalterno y como alternativo*

El consumo debe ser reconocido, junto a la producción, como el otro gran espacio en el que se forman las identidades colectivas y las diferencias entre clases. La desigualdad en la apropiación de los bienes es un factor clave para que las culturas populares sean subalternas.

Si seguimos el enfoque de Bourdieu, el consenso se obtiene si se cumplen 4 condiciones:

A-El ámbito social por la clase hegemónica sea aceptado por las clases subalternas como campo de lucha.

B-Que la lógica de la lucha sea la apropiación diferencial, distinta para cada clase, como capital simbólico y material.

C-Los sectores subalternos partan con un capital cultural y económico que los coloque en desventaja.

D-Que esta desventaja inicial sea ocultada.

La hegemonía se basa en el control de las estructuras de producción cotidiana de la vida social: este es el fundamento de su éxito para lograr y renovar el consenso, y también de su enorme capacidad de resistir los embates populares. En cambio, la impugnación de los subalternos se basa en la producción de acontecimientos transgresores.

*5. Vida cotidiana e interiorización de la hegemonía*

La cultura popular está menos en la conciencia, en el sentido intelectual, que en el modo de vida, en las prácticas de producción y de consumo. Si queremos intervenir en ellas (mediante la promoción cultural o la acción política) necesitamos revisar las dos concepciones más difundidas acerca de la recepción: la teoría marxista sobre ideología y la conductista sobre los efectos.

Todos actuamos a partir de esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción, que por estar edificados sobre las estructuras sociales, dirigen nuestras prácticas individuales para que correspondan al orden colectivo. A través el habitus se programa el consumo de los grupos, la coherencia de elecciones es el habitus.

La sociedad organiza la distribución desigual de los bienes materiales y simbólicos, y al mismo tiempo, organiza en los grupos y los individuos la relación subjetiva con ellos, las aspiraciones, la conciencia de lo que cada uno puede apropiarse. En esta estructuración de la vida cotidiana se arraiga la hegemonía. Pero las prácticas no son meras ejecuciones del habitus, producido por la educación y la familia. En las prácticas se actualizan las disposiciones del habitus encontrado en condiciones propicias para ejercerse.

Si bien el concepto de habitus de Bourdieu no permite distinguir entre prácticas (ejecución) y praxis (transformación), pero permite precisar en qué condiciones socioculturales opera el conflicto político entre lo hegemónico y lo subalterno. Permite situar el potencial transformador de las clases subalternas en los límites del consumo.

*6. Cultura y organización popular.*

Las acciones hegemónicas y las contra hegemónicas pueden suscitar nuevos comportamientos en el consumo cotidiano y en la acción política, en la media en que los sujetos logran compatibilizar esas propuestas con sus hábitos y con los de sus grupos de pertenencia (familia, barrio, trabajo, cultural). Estos grupos son organizadores colectivos primarios: otorgan informaticen básica para la subsistencia y en los procesos más avanzados, para el soporte vivencial de las grandes luchas sociales.

**Práctico**

*Muraro, H., “Prólogo”*

*Primera lectura: desde la crítica a la cultura el Proceso*

Los argentinos necesitamos recuperar formas culturales y valores condenados a la marginalidad, como también erradicar otras que se procuraron imponer desde arriba.

El proceso no fue exclusivamente un régimen policial y económico: también incluyo un capitulo cultural, en el mas amplio sentido del término. Intentó modificar no solo el perfil industrial, las instituciones políticas, gremiales o educativas del país, sino también los valores e inclusive, la estructura de la personalidad de los habitantes de la nación. El aspecto más destacado de la ideología del proceso es su empeño por atacar los valores e la solidaridad social en beneficio del privatismo y postular implícitamente una doctrina según la cual un Estado es más perfecto en cuanto más alejado esta de la sociedad. El proceso intentó moldearnos según la moral de la eficiencia. El mundo de la cultura fue fragmentado en dos grandes ámbitos antagónicos: en entorno oficial e institucional; y el de la masa de actividades culturales que continuaron realizándose de manera dispersa y discontinua. También fueron parte de la cultura los esfuerzos de resistencia y protesta.

La recuperación debe ser entendida como una maniobra fundamentalmente política. Se trata de recapturar aparatos culturales usurpados por el autoritarismo y ponerlos en el centro de la escena nacional. La recuperación es en ese sentido, un acto de reconciliación entre el Estado argentino y la sociedad de los argentinos.

La recuperación cultura implica un cambio con respecto al aparato cultural enajenado, pero también una metamorfosis de las formas de expresión y vida hasta ahora marginadas por el discurso y la persecución del autoritarismo. La cultura popular es un proceso de creación que busca alcanzar forma de proyecto político nacional, siendo la política el uso de los recursos del Estado para la conservación de una comunidad en su unidad cultural. La cultura popular suele refugiarse en una especie de arcaísmo. Esos rasgos arcaicos son elementos de la memoria selectiva que operan como marcas o semillas y servirán de disipadores de nuevos procesos cuando llegue el momento adecuado. Conjugar el cambio con la continuidad es el problema fundamental de toda tradición cultural El desarrollo cultural es continuidad; de allí que lo nuevo aparezca siempre de la mano de lo viejo. La identidad cultural de un pueblo no estriba solo en la adhesión da ciertos símbolos sino también a la forma peculiar de recrearlos y articularlos con un entorno físico, social y político necesariamente cambiante.

*Segunda lectura: desde las ciencias sociales*

En las ciencias humanas el proceso de cambio fundamental consiste en la incorporación a la teoría de algún dato de la experiencia cotidiana. Nuestra propia concepción anticuada de lo que es la ciencia pone a que lo cotidiano sea seriamente considerado con un aspecto fundamenta del espíritu y se le asigne un papel tan relevante para la organización social como a las instituciones políticas, religiosas o familiares.

A esas dificultades y conflictos propios se le suma, en el caso de la investigación acerca de la cultura popular, un problema espinoso: la separación entre cultura-culta y cultura-de-masas. Ha sido esto un dispositivo central de las instituciones de control social y político de las comunidades divididas por barreras de clase. Examinar científicamente la cultura popular afectó definiciones socialmente establecidas de qué debe ser considerado racional y qué irracional.

La sociología es una ciencia de los cortes sincrónicos, de la traducción de fenómenos sociales a datos duros. Para muchos sociólogos, la cultura de masas es una derivación más o menos racionalizada de pulsiones. El sociólogo mirara con desconfianza al tema de la cultura popular y se preguntara si tiene estatus científico. Dado que la cultura popular solo se entiende desde la perspectiva histórica, es decir por medio de la diacronía, el cambio y la permanencia es que escapará a las redes del modelo sociológico de reducción de lo real. La cultura popular es la forma en la que el conjunto de la sociedad formula sus demandas políticas.

Para muchos especialistas de la comunicación, la cultura popular debía ser algo separado y heterogéneo con respecto a la cultura de masas. Desconocían que aunque los medios fueran controlados por las transnacionales de la comunicación, los receptores poseen mecanismos de defensa ideológica y de reinterpretación de los mensajes particularmente eficientes.

-

*Ford, Aníbal, “Cultura dominante y cultura popular*

El trabajo crítico debe ser un trabajo de afirmación de la conciencia nacional y popular. Como ataque a la cultura dominante, reproductora, elitista, dependiente y confirmadora del orden existente; como afirmación y exploración de los procesos que se oponen a la cultura dominante, a formas culturales que fueron o van formando, junto con otras luchas, una conciencia nacional y popular.

La persistencia del concepto burgués de cultura al margen de la historia, es un concepto que tiene una vertiente reformista y elitista. Para ésta, la cultura es un bien universal que hay que distribuir entre las masas carentes de cultura. De ahí que se otorgue un rol pasivo a las clases populares, un papel no creador sino carente de iniciativa histórica.

Una redefinición de cultura nacional y cultura popular debe apoyarse en el análisis concreto de la historia argentina, de la forma que adopto en nuestro país el conflicto social y el tipo de dependencia al que estamos sujetos. No serán los códigos de la cultura burguesa ni los análisis hechos sobre otras realidades los que indicarán el camino para valorar los procesos culturales que influyeron a partir de las precarias contra ideologías, en la formación de una conciencia de clase y de una conciencia antiimperialista.

*Ford, A., “La utopía de la manipulación”,*

La valorización del receptor en el proceso de comunicación está creciendo fuertemente. La reivindicación de sus posibilidades de creación, selección, reformulación o negación sobre lo que recibe. De alguna manera nuestra cultura revalorizo siempre al emisor.

Nos educamos en una cultura donde la creencia de fondo era que el hombre, tarde o tempranos, podía o iba a ser dominado, manipulado. La concepción pesimista y desvalorizadora del hombre común y de su cultura en la medida en que lo conciben como un hombre pasivo y manipulable. Los teóricos que lo afirmaban, ignoraban el hecho de que las personas embarcadas en la comunicación son proactivas porque ingresan totalmente en la transacción.

Ford afirmará la capacidad del hombre para crear propuestas a partir de sus necesidades políticas, económicas, culturales o meramente humanas; para leer los hechos y no las palabras; para defender su identidad aún bajo las condiciones más precarias. Llama a pensar lo político como lo cultural, a tener cuidado de no pensar el paso a la democracia desde arriba y dejar que el soberano “nos eduque”.

-

*Zarowsky, Mariano, “Vanguardia, comunicación y populismo: itinerario intelectual de Aníbal Ford”,*

Inflexión en los modos de abordar los medios de masas y la cultura popular en el país. Este contingente de intelectuales populistas practico una lectura peronista de la cultura popular, y reivindico objetos que entonces parecían monopolizados por el análisis semiológico y la estética pop.

Era un modo de leer las relaciones entre intelectuales, cultura y política en los años sesenta y setenta. Esta puesta intelectual se sitúa en los ochenta, en proceso de consolidación e institucionalización académica. Se trata de poner en relieve la diversidad de espacios institucionales, tradiciones intelectuales y formaciones culturales, entre la modernización cultural y actualización teórica; entre peronismo y vanguardia.

*Entre la modernización cultural y la vanguardia*

Frente a la cultura como saber constituido, frente a la cultura “separada”, frente a los contenidos imaginarios, se trata de identificar cultura y experiencia.

Los contenidos efectivamente nacional-populares de la cultura de masas fabricada entre nosotros dejaron bastante que desear, si no nos inducen a confusión cierto populismo retorico y alguna vaga reivindicación nacionalista perceptibles en la radio, el cine y las revistas de época. Ford y Rivera reivindicaban una cultura al servicio del hombre que admitía un solo camino y única estrategia: el camino y la estrategia revolucionaria.

*De las clases a Crisis: la vanguardia cultual del populismo*

En la respuesta a Los Libros, Ford se ubicaba claramente en el campo de la crítica literaria, que definía por su capacidad de poner en relación el sistema de la literatura con otros sistemas.

La función crítica que Ford definía como un trabajo de afirmación de la conciencia nacional y popular. Es una doble tarea: atacar la cultura dominante; y la afirmación y exploración de los procesos que se le oponen, esas formas culturales que a pesar de estar sometidas a la expropiación, a la recuperación desdialectizadora, a la represión fueron o van formando, junto con otras luchas, una conciencia nacional y popular.

Este horizonte de debate y expectativas se deja leer en las palabras de Ford cuando escribían que no solo el concepto burgués de cultura negaba la existencia de una cultura popular, sino también las desviaciones ultraizquierdistas que suponían que la cultura dominante lo inunda todo. Se trataba de pensar los fundamentos teóricos y el carácter que debían adoptar una política cultural en un proceso de radicalización y transformación política. O de un modo más clásico: dela relación entre vanguardia y las masas.

Ford reivindicaba los conceptos de cultura nacional y de cultura popular que se apoyaban en el análisis de la historia argentina y de la forma que adoptó en nuestro país la lucha de clases.

Ford sostenía que existía una continuidad entre la cultura popular en la etapa de dominación y la de la etapa de liberación. Que las clases populares elaboran, aún bajo dominio, una cultura o los gérmenes de base de la otra. Es decir que no hay grado cero en la cultura. La tesis antes que un planteo intelectualista o populista, suponía la compleja apuesta de articular el trabajo de los intelectuales con la cultura popular. Ford enunciaba su enfrentamiento con los partidarios de las tesis vanguardistas que sostenían que las clases populares por sí mismas no eran capaces de ir más allá de las reivindicaciones parciales y que necesitaban ayuda “desde afuera”, y que tal ayuda era fundamental.

Pero Ford también se enfrentaba con los partidarios de la tesis contraria (populista) para quienes las masas por sí solas pueden llevar adelante un proceso revolucionario. Dirá Ford, que esta desconocía la apropiación que hacen las clases dominantes del saber, de la instrumentación teórica, y técnica de los métodos para transformarla realidad, y por lo tanto, la necesidad de que las cosas oprimidas cuenten con los que han podido acceder a ese saber. Entre una y otra tesis se situaba el postulado de la crítica político-cultural que proponía Ford, la afirmación y exploración de la cultura popular como germen de una nueva cultura.

*Jauretche revisitado: o el giro populista*

El postulado de 1973 postulaba la “afirmación y exploración” de la cultura popular como “germen de una nueva cultura”, como “introducción de la lucha de clases en el territorio cultural” (una cultura a crear y organizar, puesto que su material progresivo era germinal) a la “afirmación y rescate” de un “saber encarnado por el pueblo” que suponía, por el contrario, un saber y una identidad pre constituida que pretendía recuperar de su marginalidad. El desplazamiento era doble: suponía tanto una reformulación teórica de la noción de cultura popular como una reconsideración de la tarea intelectual.

Las referencias a la *lucha de clases* de la versión de 1973 serán sustituidas por las referencias al *conflicto social* y la acusación a las *desviaciones ultraizquierdistas* que negaban la cultura popular tanto como el liberalismo (indicando su posición peronista), será reemplazada por una imputación en la versión de 1985 a la izquierda de conjunto.

Ford explicaría que los trabajos realizados por él tienen por objetivo el conocimiento de la cultura nacional donde valían tanto la teoría como la vida cotidiana. La definición inaugural permite leer un cambio de énfasis y modulaciones: de la preocupación vanguardista por la formulación de una política cultural en los `70 a una preocupación de carácter más epistemológico y, en especial, a una revalorización de los saberes populares. Una reivindicación de “un modo nacional deber las cosas”. Reconocía implícitamente que lo que estaba en juego era un modo de posicionarse en el campo intelectual y académico. Estrategias de condescendencia mediante, Ford apelaba al pueblo como una fuente de saber y a su capacidad de contacto directo como fuente de legitimidad. Reivindicar las microhistorias. Lo micro como dato central; como conjunto de conductas, valores, estrategias de acción y comunicación, ejes de procesamiento de la autorreferencia, de constitución de lo político. Así la cultura popular permitía formular categorías, clasificacione3s y relaciones hegemónicas, levantar saberes no institucionalizados.

*Palabras finales*

El itinerario de Aníbal Ford es productivo para explorar una de las zonas más relevantes donde, en el cruce de saberes emergentes (actualización teórica de la crítica literaria y de las ciencias sociales) y prácticas político-culturales (la docencia, periodismo, editorial y militancia), emergió la problemática de la comunicación como campo de saber específico en el filo de los `60 y `70 en la Argentina. Su figura contribuye a poner de relieve el modo en que en el proceso de modernización cultural, actualización teórica y radicalización política, se elaboraron t procesaron de manera singular “nuevos saberes” en espacios sociales de entrecruzamiento múltiples, esto es, en formaciones e instituciones culturales tensionadas por el proceso de cambio.

Es un itinerario que invita a estudiar el proceso de inclinación hacia el peronismo por los jóvenes intelectuales que adoptaron una ideología nacional y popular.

En relación a esto el autor pone en relieve como la invención de una “tradición populista” en los comunicación fue una invención tardía, de los `80, que disimulaba para constituirse trayectorias, antecedentes e intervenciones que habían tenido lugar en espacios compartidos, donde se entreveraban tradiciones de la crítica de la cultura y el pensamiento político heterogéneas. El giro populista de los `80 (donde retrocedía la idea crítica, estrategia de condescendencia en el campo por autodefinirse marginal) puede explicarse no solo por las redefiniciones que al interior del peronismo se procesaron al momento de la caída de la dictadura, sino como un modo de posicionarse, en un campo de estudios emergente que avanzaba en un proceso de consolidación disciplinar e institucionalización académica.