NOTAS PARA UNA TEORIA DE LA COMUNICACION POPULAR

1.- ¿QUE ES LO POPULAR?

Cuando hablamos de **comunicación popular** nos referimos, por supuesto, a cierto género de comunicación que de alguna manera tiene que ver con el **pueblo.** Nuestra primera tarea será, por consiguiente, la de definir qué se entiende por "pueblo".

Excluimos, de entrada, todas las connotaciones románticas o neo-románticas que representan lo popular como un "alma", una esencia, una cualidad o un estilo de vida valorados a priori y acríticamente tanto en el plano político como en el cultural.

Los románticos del siglo XVIII exaltaban de este modo el "alma popular" de la nación o de la región como fuente perenne de ingenuidad, de espontaneidad y de frescura, en contraposición al carácter artificioso de la cultura urbana o cortesana (1).

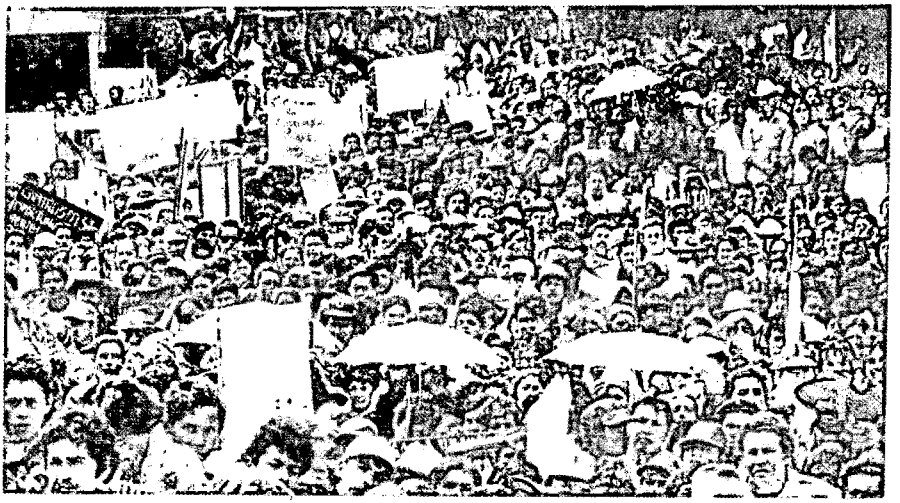
El populismo tercermundista, aún vigente en ciertos círculos de la izquierda latinoamericana, constituye una variante política de este viejo tema en la medida en que tiende a idealizar al "pueblo", presentándolo como **sujeto** protagonista de la historia, provisto de un proyecto político y cultural propio que se contrapone al de las élites urbanas "ilustradas". Lo popular es aquí progresista y liberador por definición, y el pueblo es una clase-sujeto (2).

El pueblo y lo popular no constituyen una esencia o una substancia, sino que **se definen por su posición relacional.** Así, "el carácter 'popular' de un hecho cultural cualquiera, (sea éste una canción, una práctica ceremonial, una creencia o un relato), radica en la relación histórica de diferencia y de contraste con respecto a otros hechos culturales coexistentes y co-presentes en el interior de un mismo organismo social. La transmisión oral de los textos literarios, por ejemplo, implica una 'connotación' popular sólo allí donde exista una élite socio-cultural que practique esencial o exclusivamente la tradición escrita; carece de dicha connotación en las sociedades y épocas sin escritura, en las que no existía una distinción- oposición entre oralidad y escritura" (3).

Pero no es cuestión de andar amontonando y yuxtaponiendo oposiciones binarias a la manera estructuralista para abarcar y comprender lo que es pueblo y lo que es popular (4); se requiere todavía reducir el sistema diferencial que los circunscribe a un fundamento sociológico común: la diferenciación socioeconómica y socio-cultural en el marco de las relaciones sociales de producción.

Se trata, en otros términos, de definir lo popular a la luz de una teoría de las clases sociales, fuera de la cual no es posible conferirle un estatuto científico riguroso.

Dentro de esta perspectiva, entendemos por pueblo **"el conjunto de las clases subalternas e instrumentales"** sometidas a la dominación económica y política de las clases hegemónicas dentro de una determinada sociedad (5).



Las clases sociales así caracterizadas no se definen exclusivamente por su posición en las relaciones sociales de producción (condición necesaria, pero no suficiente), sino también por sus respectivos sistemas de identificación cultural. En efecto, las clases subalternas que aquí identificamos con "pueblo" son **portadoras** (y no necesariamente productoras) de ciertos comportamientos y concepciones culturales diversos de y contrapuestos a los de las clases hegemónicas. "En la medida en que millones de familias viven bajo condiciones económicas de existencia que las distinguen por su modo de vivir, por sus intereses y por su cultura, de otras clases y las oponen a éstas de un modo hostil, aquéllas forman una clase . . . Sobre las diversas formas de sociedad y sobre las condiciones sociales de existencia se levanta toda una superestructura de sentimientos, ilusiones, modos de pensar y concepciones de vida diversos y plasmados de un modo peculiar. La clase entera los crea y los forma derivándolos de sus bases materiales y de las relaciones sociales correspondientes" (6).

Del carácter subalterno de la cultura popular - que remite siempre a una subalternación económica y política-, se derivan ciertos rasgos que la tornan profundamente ambigua. Estos son, entre otros, la ambivalencia política, la fragmentariedad, la falta de coherencia y de sistematización, porque el pueblo "no puede poseer, por definición, concepciones elaboradas, sistemáticas y políticamente centralizadas" (7), salvo cuando deja de ser subalterna y se halla en camino de conquistar la hegemonía (-capacidad de dirección política y cultural).

El pueblo así caracterizado está lejos de constituir una realidad sociológica o culturalmente homogénea, pese a tener por común denominador una situación de dependencia y subalternación con respecto a las clases dominantes. No se identifica solamente con las clases pre-industriales marcadas por la "tradición" y el arcaísmo; comprende también a las clases subalternas "modernas" ligadas al desarrollo industrial, como el proletariado y el subproletariado urbano y rural (8). Se impone distinguir, por lo tanto, sub-grupos y sub-culturas dentro del vasto ámbito popular tanto en sentido vertical como horizontal (regionalismo, etnias, etc.) (9). Pero antes de emprender cualquier operación analítica en este sentido conviene tener muy presente esta juiciosa observación epistemológica de M. Rossi. "El concepto de **clase social** constituye la primera **categoría negativa** de la filosofía social, es decir, la categoría que compendia las determinaciones esencial-

mente contradictorias de la estructura social. Por eso el concepto de clases debe **distinguirse rigurosamente** del concepto de **grupo** (que, por el contrario, expresa de un modo muy genérico el hecho **positivo** de determinadas formas de interrelación) y de otros conceptos análogos o subordinados que se utilizan en el análisis sociológico . . . De donde resulta el criterio de que el reconocimiento de la situación de clase de un grupo determinado debe preceder, **como lo más conocido a lo menos conocido,** a la individuación descriptiva de los comportamientos del grupo empíricamente considerado" (10).

2.- ¿QUE ES COMUNICACION?

La palabra "comunicación" procede del latín "communis". "Cuando nos comunicamos estamos tratando de establecer una 'comunidad' con alquien. O sea que estamos tratando de compartir una información, una idea, una actitud. La esencia de la comunicación consiste en la 'sintonización' entre el que percibe y el que envía un mensaje determinado" (11).

Naturalmente, esta aproximación puramente intuitiva y descriptiva tiene que precisarse. La teoría norteamericana concibe la comunicación como un **flujo lineal de información o de "mensajes" entre un emisor y un receptor** (12). Pero esta concepción, esquematizada por Harold D. Lasswell en su célebre "paradigma de los efectos" (quién dice, qué, a quién, con qué efectos), ha sido objeto de las más severas críticas (13). Seleccionemos solamente dos de las principales:

a) El esquema identifica comunicación con transmisión de información, desconociendo la densa infraestructura de "implícitos" que en la comunicación humana condiciona y regula todo flujo de información sin identificarse con ésta. Tales son, por ejemplo, las "presuposiciones" y los "pre-construídos" que en el proceso comunicativo se dan por supuestos y "ya sabidos", y son objeto de una especie de complicidad ideológica entre el emisor y el receptor (14).

b) El esquema de Lasswell des-socializa el acto de comunicación abstrayéndolo de todo contexto social y reduciéndolo a un proceso puramente intersubjetivo. Se olvida de este modo que la comunicación es indisociable de las relaciones sociales objetivamente estructuradas, en la medida en que necesariamente las actualiza, las expresa y las refuerza en el plano simbólico, adoptando sus mismas características de simetría o de disimetría (15). En una sociedad de clases la comunicación es forzosamente desigual y se halla profundamente marcada por sus condiciones sociales de producción.
de complejos efectos de sentido (y no sólo de "información") a partir del lugar que los interlocutores ocupan en la trama de las relaciones sociales y en función del horizonte ideológico-cultural de que son portadores en virtud de su situación o posición de calse (16).

Dentro de esta concepción el emisor y el receptor no son individuos aislados y abstractos, sino "lugares" sociales e ideológicos cristalizados en "aparatos" y ocupados por agentes individuales o colectivos que en última instancia pueden intercambiarse sin que la estructura ideológica de la comunicación varíe substancialmente (17). En otras palabras, el emisor no es nunca el origen absoluto del mensaje que emite, ni puede hablar "en nombre propio"; por su boca habla siempre, no la "raza" ni el "espíritu", sino los intereses materiales y simbólicos de su clase y de su grupo de referencia (18). El receptor, por su parte, descodifica igualmente el sentido al trasluz de los intereses materiales y simbólicos de su clase, de su grupo o de la institución a la que se halla adscrito El acto de comunicación, por lo tanto, nunca es plenamente libre, como trata de hacernos creer la ilusión de la autonomía subjetiva, sino que se halla socialmente condicionado y está sujeto a leyes (19).

La comunicación así entendida supone, obviamente, compartir al menos parcialmente un código cultural común, entendiendo por **código**, con Jakobson, un determinado repertorio de "posibilidades preconcebidas" o de "representaciones prefabricadas" sin las cuales no sería posible la comunicación.

Tal código cultural es siempre un código de clase que en virtud de su coeficiente ideológico se ignora como tal. En efecto, es propio de toda vulgata ideológica universalizar lo particular y contingente, y "olvidar" la historia de su propia fabricación.

Tal vez sea útil consignar aquí una distinción corriente entre los comunicólogos: la comunicación puede ser **unilateral o bilateral** según que exista o no reciprocidad y retroalimentación entre los interlocutores. Corresponde a lo mismo la distinción que otros hacen entre "información" (simple difusión de mensajes sin buscar ni obtener respuesta) y "comunicación" (intercambio de mensajes).

La distinción precedente se relaciona con otro aspecto fundamental de la comunicación: su eficacia social. La comunicación es siempre eficaz, no en el sentido de la ideología de la "omnipotencia de los medios", sino en el de que comporta siempre algún tipo de modificación en los interlocutores. En términos de Jakobson diríamos que toda comunicación es "conativa" en la medida en que se centra sobre el destinatario interpelándolo (no siempre explícitamente) y obligándolo a reaccionar en forma adaptativa o crítica.

Dentro de la perspectiva teórica que acabamos de dibujar, el análisis crítico de la comunicación implica formular por lo menos las siguientes preguntas fundamentales:

a) ¿Desde dónde, desde qué posición estructural, desde qué institución, aparato o estructura de poder tiene lugar la producción de mensajes y efectos de sentido?.

b) ¿Qué horizonte cultural, qué intereses materiales y simbólicos son inherentes a dichas "posiciones" o "lugares"?.

c) ¿En base a qué código cultural se desarrolla predominantemente el proceso de comunicación?

d) ¿Cuál es el efecto objetivo del proceso comunicativo sobre las condiciones de vida y sobre el sistema de identificación ideológico-cultural del que son portadores los receptores o destinatarios?

Huelga decir que nuestras reflexiones sobre comunicación popular tratarán de encuadrarse dentro de esta problemática sociológica, evitando en lo posible los consabidos enfoques subjetivizantes que continúan haciendo estragos en la materia.

3.- COMUNICACION POPULAR DESDE LA DOMINACION

Si nos atenemos a las consideraciones teóricas expuestas, el sintagma "comunicación popular" puede tener al menos dos sentidos: o se refiere a procesos comunicativos que se generan dentro del ámbito de las propias clases populares, entre interlocutores que comparten un mismo horizonte cultural (comunicación intra-clasista); o se refiere a procesos comunicativos iniciados desde las "alturas" de la cultura hegemónica hacia "abajo", es decir, en dirección a las clases subalternas (comunicación inter-clasista). En este último caso se trata de una relación que se establece entre constelaciones culturales no sólo diferentes, sino también "desniveladas" (20), dentro de una misma formación social; lo que supone, como condición de posibilidad, la existencia de un minimum de integración nacional en el plano lingüístico y cultural.

Un ejemplo de comunicación popular en el primer sentido es la que se da entre los propios

campesinos en ocasión de sus fiestas tradicionales. Ejemplos de comunicación popular en el segundo sentido son las campañas electorales de los políticos en las zonas rurales, los programas de la radio y de la televisión para "auditorios de provincia", los sermones de los curas rurales y la enseñanza escolar en área suburbana o campesina.

En lo que sigue sólo nos referimos a la comunicación popular en este último sentido, dado que el tópico que nos ocupa parece concernir principalmente a intelectuales urbanos interesados de alguna manera en tareas de promoción popular en el plano político, religioso o cultural.

¿Cómo pueden comunicarse los escolarizados urbanos con los estratos populares?

Ante todo, nunca como átomos individuales, sino en cuanto insertos en determinadas instituciones o aparatos, directa o indirectamente ligados a la estructura del poder. Lo cual no significa que los intelectuales estén irremediablemente condenados a relacionarse con el pueblo solamente desde la perspectiva y los intereses de la dominación. En efecto, la relativa elasticidad de los aparatos - permanentemente atravesados por la lucha de clases - permite que los intelectuales que lo habitan puedan adoptar una posición de clase **diferente de su situación de clase originaria** (21). En virtud de lo cual los intelectuales, o bien asumen plenamente el horizonte cultural y los intereses de su situación de clase, o bien adoptan el punto de vista y los intereses objetivos de las clases subalternas (22).

En el primer caso, **la comunicación con el pueblo se realizará siempre dentro de la lógica de la dominación y en base a los códigos culturales dominantes cristalizados en los aparatos ideológicos del Estado.**

Pasemos revista a los principales modelos de comunicación compatibles con este primer cuadro.

Estos diferentes modelos corresponden, por lo general, a la diferente valoración que hace el polo hegemónico de la configuración cultural propia de sus interlocutores populares.

Cuando el emisor hegemónico descalifica y excluye radicalmente toda cultura subalterna por desprecio racista, por elitismo urbano o por lo que sea, sólo hay lugar para una forma de **comunicación** que podríamos denominar **compulsiva o coativa.** Este tipo de comunicación, que acompaña siempre a toda empresa de aculturación forzada, se caracteriza por su verticalidad unilateral, su extrema violencia simbólica y su estilo autoritario y represivo, todo ello orientado a un único fin: la substitución en bloque de los contenidos culturales populares por los de la 'cultura cultivada" de la élite urbana, aunque sea en forma de "texto gratuito", o de catecismo elemental.

La Escuela liberal latinoamericana, cuya pedagogía descansa en última instancia sobre la dicotomía "tradición/modernización" (como en los tiempos de Sarmiento descansaba sobre la dicotomía "civilización/barbarie"), opera frecuentemente dentro de este esquema de comunicación.

No es muy diferente la actitud comunicativa de cierta izquierda pequeño-burquesa que se arroga la representación de los estratos populares, pretende adoctrinarlos desde arriba y excogita para ellos líneas de acción política desconociendo profundamente el espesor antropológico de los destinatarios de su "discurso revolucionario".

En el plano religioso, son ejemplos históricos de este mismo esquema la evangelización misionera de los tiempos de la conquista - poseída de sacro furor anti - idólatra-, y la pastoral rigorista de los obispos jansenistas del siglo XVII francés, implacables perseguidores de las fiestas populares tradicionales (23).

Pero sin abandonar en lo más mínimo la lógica de la dominación, el polo hegemónico puede valorar positivamente, en forma parcial e interesada la cultura de sus interlocutores subalter-

nos, sea para insertar a éstos en el circuito del consumo capitalista, sea para ganar su lealtad y apoyo en beneficio de la más turbias "causas" ideológicas y políticas. Llamaremos **comunicación manipulatoria** al conjunto de procesos comunicativos que se inscriben dentro de esta óptica, que es la predominante en la "civilización del lucro".

La estrategia de los **mass-media** en sus relaciones con el pueblo responde casi siempre a este modelo. Ya Eliseo Verón llamaba la atención sobre "el doble discurso de la clase dominante" a través de los **media**: uno dirigido a su propio ámbito interno (por ejemplo, la prensa "seria" o "culta"), y otro dirigido a las masas (v.g., la prensa "sensacionalista") Este último se caracteriza, entre otras cosas, por la recuperación sistemática de los estereotipos y códigos populares, convenientemente remodulados, con el objeto de conquistar y ampliar la audiencia popular (que significa simultáneamente ampliar el mercado capitalista) (24).

El acercamiento al mundo subalterno en vista de la explotación turística del folklore opera en el mismo sentido. Muchos elementos de la cultura popular son recuperados por la cultura del lucro y distorsionados en función de sus fines propios. Más aún, cabe afirmar que la sociedad capitalista avanzada tiende cada vez más a apoderarse a nivel mundial de la totalidad de la cultura popular para someterla a una transnacional operación de consumo (25).

En el plano religioso, corresponde a este esquema de comunicación cierta pastoral paternalista y condescendiente, como la que se practica en los santuarios tradicionales, en la medida en que trata de conquistar y mantener la adhesión formal de las masas campesinas o suburbanas a la Institución eclesial a cambio de tolerar sus "prácticas tradicionales" y sus "creencias ingenuas". ¿No es acaso razonable hacer algunas concesiones al pueblo-niño para mantenerlo dentro del redil? (26).

Cabe señalar todavía una forma peculiar de comunicación con el pueblo que se realiza desde los santuarios de la Ciencia capitalista avanzada. Nos referimos a la **comunicación expropiatoriá** practicada por cierta antropología positivista de inspiración anglosajona que lanza batallones de investigadores sobre las "culturas arcaicas" para hurtarles imágenes, gestos y fragmentos de identidad que luego son exhibidos sin escrúpulo alguno ante auditorios eruditos, sin que ello reporte consecuencia alguna para la "cultura observada". ¿Quién no conoce la tragedia de Chiapas, perseguida y desnudada por la "observación participante" de cientos de antropólogos, sin que por ello se hubiere registrado el más mínimo alivio en las condiciones de vida de su población indígena?. Estos "científicos sociales" se inclinan sobre el pueblo, como decía Gramsci, no para "guiarlo y conducirlo a una catarsis de civilización moderna", sino simplemente para observarlo "como el zoólogo observa el mundo de los insectos" (27).

Todas las formas de comunicación hasta aquí reseñadas concurren a un único fin: la repro-

ducción de las condiciones de dominación hegemónica a costa de la progresiva destrucción del espesor cultural de las clases subalternas.

No escapa a este efecto ni siquiera la **comunicación romántica o kenótica** de algunos intelectuales urbanos que pretenden una identificación imposible con la cultura popular, sobrevalorada en contraposición a la civilización técnico - industrial (fenómeno hyppi) o sobrecargada de sentido religioso en el marco de una mística de solidaridad con los pobres (experiencia de los curas obreros, Hermanitos de Charles Foucault). Esta actitud comparte (las más de las veces temporalmente) la cultura de la pobreza, pero no la libera ni depura. Además, muchas veces representa sólo una fuga terapéutica de la vida burguesa y citadina, unida a una búsqueda de refugio en el ámbito de la civilización pre-industrial.

4.- COMUNICACION POPULAR PARA LA LIBERTAD

A los modos ya reseñados de comunicación "desde la hegemonía" debe contraponerse una forma progresista y crítica de comunicación popular que supone por parte de los intelectuales una previa "conversión política" que los lleve a situarse en el lugar social y dentro de la perspectiva cultural de las clases subalternas. Pero no "para quedarse allí" difrutando del folklore o compartiendo evangélicamente "el destino de los pobres", sino para contribuir a su maduración política y a la elevación/depuración crítica de su cultura en vista de la eversión del bloque histórico dominante y de la construcción de una nueva "civilización crítica", como diría Gramsci.

En este caso **la comunicación popular implica al menos tendencialmente la quiebra de la lógica de la dominación y se realiza no "desde arriba", es decir, desde el pueblo mismo, compartiendo en lo posible sus propios códigos.**

Llamemos **comunicación popular emancipadora** al conjunto de los procesos comunicativos que tienden a encuadrarse dentro de este esquema. Las pocas experiencias realizadas en América Latina en esta línea (método de Paulo freire, algunos ensayos de teatro, arte y gráfica popular, etc.) nos permiten ya identificar algunas de sus características fundamentales:

a) Esta forma de comunicación supone una prolongada inmersión en el medio subalterno, de modo que se produzca una permanente relación de ósmosis y una fecundación recíproca entre los intelectuales y el pueblo. Esta inmersión se ve facilitada por lo que algunos llaman "conversión topográfica", es decir, el abandono del habitat hegemónico y la radicación en el habitat del oprimido.

Sin este "desplazamiento de lugar" el intelectual no tendría acceso a los códigos populares, ya que éstos sólo pueden ser aprendidos por contacto directo y "familiarización" (28).

Nótese que la implantación del intelectual en el medio subalterno no tiene aquí por objeto la fusión mística o una imposible identificación cultural con el elemento popular. El intelectual no abjura de su condición ni abdica de su función dirigente en su contacto con el pueblo. De lo contrario no podría existir esa fecundación recíproca que Gramsci describe admirablemente en los siguientes términos: "El elemento popular 'siente' pero no siempre comprende o sabe. El elemento intelectual 'sabe' pero no comprende o, particularmente, 'siente'. Los dos extremos son, por lo tanto, la pedantería y el filiteísmo por una parte, y la pasión ciega y el sectarismo por la otra. . . El error del intelectual consiste en creer que se pueda saber sin comprender y, especialmente, sin sentir ni ser apasionado (no sólo del saber en sí, sino del objeto del saber), esto es, que el intelectual pueda ser tal (y no un puro pedante) si se halla separado del pueblo-nación, o sea, sin sentir las pasiones elementales del pueblo, comprendiéndolas y, por lo tanto, explicándolas y justificándolas por la situación histórica determinada; vinculándolas dialécti-

camente a las leyes de la historia, a una superior concepción del mundo, científica y coherentemente elaborada: el 'saber'. No se hace política-historia sin esta pasión, sin esta vinculación sentimental entre intelectuales y pueblo-nación. En ausencia de tal nexo, las relaciones entre el intelectual y el pueblo-nación son o se reducen a relaciones de orden puramente burocrático, formal; los intelectuales se convierten en una casta o un sacerdocio" (29).

b) Como claramente lo señala Gramsci en el texto citado, la inmersión del intelectual progresista en el mundo subalterno no es pasiva ni puede ser políticamente muda o silenciosa. Por el contrario, ha de traducirse al menos en denuncia, cólera y testimonio; denuncia de la sub-humanidad en que viven los oprimidos, articulación de su inmensa cólera, y testimonio de su "voluntad de historia", de esa voluntad de historia a la que se refería el gran antropólogo italiano de Marina en este admirable texto: "Cuando caminaba yo por los vericuetos de las barriadas populares, los hombres y las mujeres salían de sus inmundos tugurios para rogarme que hiciera pública la historia de sus padecimientos y de sus fermentadas rebeliones. En otras ocasiones, al verme participar a mis anchas de lo mejor de su vida, es decir, de la alegría fraterna de los convites campesinos ennoblecidos por esa vena de poesía que frecuentemente florece en versos improvisados, alguno de ellos me decía: 'Contarás luego a los de la ciudad que después de todo los campesinos no somos bestias y que aquí no sólo hay miseria: Ellos quieren entrar en la historia, no sólo en sentido de apoderarse del Estado y de convertirse en protagonistas, de la civilización, sino también en el sentido de que ya desde ahora, desde su presente estado de indigencia, sus historias personales dejen de ser consumidas privadamente sólo dentro del recinto ruinoso de la barriada . . . para ser notificadas al mundo, para adquirir carácter público mediante el periódico, la radio o el libro, y se conviertan de este modo en tradición e historia" (30).

c) Pero la función del intelectual solidario con el pueblo no se agota en la tarea de "prestar voz a los que no tienen voz". **Implica sobre todo y principalmente su intervención educadora y dirigente en el seno del mismo pueblo, contribuyendo activamente a que las clases subalternas tomen conciencia crítica de sus propios horizontes culturales.** De este modo ayudará a contrarrestar el desprecio hacia sí que la cultura dominante trata de introyectarles sutilmente para dominarlas mejor.

Esta toma de conciencia constituye un requisito necesario para que el pueblo redescubra su propia identidad cultural y pueda construirse a partir de allí una identidad nueva, plenamente crítica pero al mismo tiempo sólidamente entroncada con sus tradiciones culturales específicas.

Esta conciencia crítica implica la posibilidad de un rechazo total o parcial de ciertas formas culturales tradicionales-las formas folklóricas, por ejemplo-; **pero este eventual rechazo tendrá que ser fruto de una libre opción del pueblo mismo y de una elaboración crítica, por parte del mismo, de nuevas formas culturales.**

"Una cultura realmente antagonista, elemento esencial para la construcción de una sociedad diferente, tiene que apoyarse sobre los aspectos más impugnativos de la cultura popular. Sólo así se irá configurando una sociedad en la que los campesinos, por ejemplo, puedan relacionarse libremente con su propia cultura, aceptándola o rechazándola en parte o en todo, y transformándola en algunas de sus líneas según formas autónomamente escogidas; una sociedad, en fin, en la que nada se escoja por cuenta de otros, sino en la que los campesinos, por ejemplo, decidan directamente y por sí mismos 'qué hay de vivo y qué hay de muerto' en su propia cultura, qué es aceptable o inaceptable **para ellos** dentro de su propio horizonte cultural" (31).

La **comunicación emancipadora** está igualmente lejos del inmovilismo folklorizante, de la manipulación interesada y de la opresión cultural.

Su eficacia cracterística es la promoción de las clases populares hacia la libertad política y so-

cial, respetando profundamente su sistema de autoidentificación, su iniciativa cultural y su derecho a ser diferentes.

NOTAS

(1) Se debe al romanticismo alemán, particularmente a Herder, Goethe y Bürger, la revalorización de la literatura popular y su elevación a la categoría de los más altos símbolos estéticos, políticos y morales. Cf. Paolo Toschi, Guida allo studio delle tradizioni popolari, Turín, Boringhieri, 1962, p. 35 y ss.

(2) Suele encontrarse muy frecuentemente esta concepción en cierta literatura de la izquierda pequeño-burguesa argentina directa o indirectamente ligada al fenómeno peronista.

(3) Alberto M. Cirese, Cultura egemónica e culture subalterne, Palermo (Italia), Palumbo Editore, 1976, pp. 15-16.

(4) Así procede, por ejemplo, el brasileño Waldo César, quien pretende abarcar lo popular mediante cuatro sistemas de relaciones/oposiciones (rural-urbano, popular- oficial, popular-erudito y sagrado-secular), prescindiendo de todo análisis de clase. Cf. su artículo "O que é 'popular' no catolicismo popular" en Revista Eclesiástica Brasileira, Volume XXXVI, 1976, pp. 5-18.

(5) Cf. Antonio Gramsci, Literatura y vida nacional, México, Juan Pablos editor, 1976, pp. 239-240.

(6) Marx, El Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte, Moscú, Edit. Progreso, pp. 35 y 99.

(7) Antonio Gramsci, op. cit., p. 240.

(8) Cf. a este respecto Luigi M. Lombardi Satriani, Folklore e Profitto, Florencia, Guaraldi, Editore, 1976, p. 52 y ss.

(9) "Podemos decir que las concepciones románticas y post-románticas del pueblo-nación establecen una oposición vertical en el sentido de que se contrapone la nación entera, sin distinción de clases ni de categorías sociales, a lo que se considera extraño a ella . . . Ocurre algo semejante con el ethnos de los positivistas, y puede reconocerse un carácter análogo de oposición vertical en el concepto de pueblo—región . . . En este caso, en efecto, se contrapone la región, sin distinción de clases ni de categorías sociales, al Estado centralizador. Podemos decir, por el contrario, que se establece una oposición de carácter horizontal en aquellos modos de concebir el pueblo que distinguen categorías diversas en el interior de una misma sociedad (nación o región), sometiéndola a un corte horizontal . . . La noción de pueblo—clases subalternas divide horizontalmente la sociedad (naciones, regiones, etc.) en 'clases' dominantes y 'clases' dominadas. Cirese, op. cit, p. 16-17.

(10) Citado por Lombardi Satriani, op. cit, p. 63.

(11) Schramm Wilbur, Procesos y efectos de la comunicación, Quito, CIESPAL, 1969, p.3.

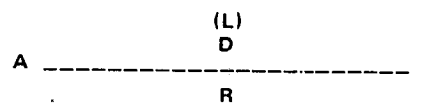
(12) Harold Lasswell, The comunication of Ideas, New York, Stewart, 1948, p. 32.

(13) Cf. la discusión del "paradigma de los efectos" en la notable tesis (inédita) de Francisco Chávez, Margarita de Haene y José Antonio Ugalde, titulada Lenguaje y Comunicación, México, Universidad Iberoamericana, octubre de 1976.

(14) Sobre este tema, cf. Oswaldo Ducrot, Dire et ne pas dire, París, Herman. 1972.

(15) J.M. Martínez, "Para entender los medios: medios de comunicación y relaciones sociales", en el volumen colectivo Ideología y Medios de Comunicación, Bs.As., Amorrortu, 1973, p. 109 y ss. "Los medios que se usan para transmitir mensajes entre personas (o clases) - dice Martínez - adquieren la cualidad de la relación que se da entre esas mismas personas (o clases); la expresan, eventualmente la provocan, y desde luego la intensifican". Op. cit., p. 113.

(16) Michel Pêcheux representa el proceso de comunicación en el sentido definido utilizando el esquema informacional, pero reformulado y profundamente "sociologizado". Helo aquí:



A = el destinador—emisor
B = el destinatario
R = el referente
L = el código común entre A y B
= el "contacto" establecido entre A y B.
D = la secuencia verbal emitida por A en dirección a B. Pêcheux define D como discurso, es decir, como un "efecto de sentido". "Notemos —dice— a propósito de D que la teoría de la información subyacente al esquema conduce a hablar de mensaje como transmisión de información; pero lo dicho precedentemente (se refiere a los fenómenos de implicitación), nos lleva a preferir el término 'discurso', que implica que no se trata necesariamente de una transmisión de información entre A y B, sino, de modo más general, de un 'efecto de sentido' entre los puntos A y B". M. Pêcheux, Analyse automatique du discours, París, Dunod, 1969, p. 16 y ss.

El aporte capital de Pêcheux consiste en que los elementos A y B del esquema no designan la presencia física de seres individuales, sino sólo "lugares determinados en la estructura de una formación social". Ibid., p. 18.

(17) Para la relación entre teoría del discurso y aparatos ideológicos, cf. Regine Robin, Histoire et Linguistique, París, Armand Colin, 1973, p. 103 y ss.

(18) El siguiente texto de Enrique Semo ilustra bien lo que queremos decir: "Cuando Hidalgo encabeza la insurgencia popular deja de ser el hijo de rancheros y miembro del bajo clero, para convertirse en vocero de una nueva fuerza: la revolución popular. Por su boca habla no su origen, sino las fuerzas sociales que lo han llevado al teatro de la historia. En este caso, no es un representante político de las capas medias quien dirige a las clases populares, sino que éstas se dan un dirigente que fue cura de pueblo e hijo de una familia de la burguesía del campo" E. Semo. "Clases sociales y partidos en la Revolución de Independencia", Plural, no. 73, 1977, p. 42.

(19) Este ha sido uno de los grandes aportes de M. Foucault, como lo demuestra Regine Robin en su obra arriba citada, p. 83 y ss. No se puede decir cualquier cosa, de cualquier modo, en cualquier momento y en cualquier lugar.

(20) Para la noción de "desniveles culturales" cf. Cirese, op. cit, p. 10 y ss.

(21) "Una clase social o una fracción de ella puede no tener una posición de clase correspondiente a sus intereses . . . El ejemplo típico lo constituye la aristocracia obrera que en las coyunturas adopta precisamente posiciones de clase gurguesa . . . Pero tomemos el caso inverso: clases o fracciones de clases que no pertenecen a la clase obrera como, por ejemplo, la pequeña burguesía que en coyunturas concretas puede asumir posiciones de clase proletarias o próximas a las de la clase obrera". Nicos Poulantzas, Les clases sociales dans le capitalisme aujourd'hui, París, Editions du Seuil, 1974, pp. 17—18 (hay traducción castellana en Siglo XXI).

(22) No debe interpretarse esta alternativa como algo dependiente exclusivamente del "libre albedrío" o de la "decisión subjetiva" de los actores sociales. La opción de clase de los intelectuales se halla objetivamente condicionada por sus prácticas políticas y sociales.

(23) Cf. Bernard Plongeron, La réligion populaire dans l'Occident chrétien, París, Editions Bauchesne, 1976.

(24) Ver Eliseo Verón, "Remarques sur l'ideólogique comme production de sens", Sociologie et Sociétés, Montreal, V, 2, 1973, p. 58 y ss.

(25) Cf. Lombardi Satriani, op. cit., p. 182 y ss.

(26) También los aparatos pastorales de la Iglesia pueden generar un "doble discurso", cualitativamente diferente, según que los destinatarios sean los intelectuales urbanos o las masas populares.

(27) Gramsci, El materialismo histórico y la filosofía de B. Croce, México, Juan Pablos Editor 1975, p. 116 y 121.

(28) Para el concepto de "aprendizaje por familiarización" ver P. Bourdieu, Esquisse d'une théorie de la pratique, París, Droz, 1972, p. 189 y ss.

(29) Gramsci, op. cit, p. 120.

(30) Citado por Lello Mazzacane y L.M. Lombardi Satriani en Perché le feste, Roma, Giulio editore, 1974, p. 31-32.

(31) Ibíd., p. 36.

GILBERTO GIMENEZ