

Fundamentos y carencias de los estudios culturales: una revisión teórico-crítica del ámbito *popular culture*

Cultural studies: foundations and shortcomings.
A theoretical and critical review of the popular culture field

María Luengo Cruz

Universidad Carlos III de Madrid

mluengo@hum.uc3m.es

Palabras clave: Culture, Raymond Williams, Cultura Popular, Sociología Cultural.

Keywords: Culture, Raymond Williams, Popular Culture, Cultural Sociology.

RESUMEN

El presente estudio revisa los presupuestos teóricos de los estudios culturales y el área de la cultura popular en Gran Bretaña a partir de 1950. Esta esfera de lo popular fue definida por la sociedad de masas mediado el siglo xx, y por quienes como Theodor W. Adorno y Max Horkheimer teorizaron sobre la cultura que le es propia. Los artistas modernos y sus críticos abrieron entonces una brecha insalvable entre el arte y los objetos comerciales de dicha cultura. El primero se reservó la esfera del saber y del arte, mientras que los segundos pasaban a engrosar la esfera del mercado social. La noción moderna de cultura de masas estableció el precedente de las consideraciones del británico Raymond Williams y de los estudios culturales posteriores a él. La corriente británica trató de superar esta comprensión moderna de la cultura.

ABSTRACT

This study is a conceptual revision of the background of cultural studies and the popular culture field in Great Britain in the 1950s. This academic domain was defined by mass society in the middle of the 20th century, and by those who, like Theodor W. Adorno and Max Horkheimer, spoke about mass culture. Modern artists and their critics then created an insuperable divide between art and the commercial objects of popular culture. The former claimed the sphere of art and knowledge, whereas popular culture belonged to the social market. Based on this division, the modern notion of mass culture set the precedent of Raymond Williams' popular culture concept, and the theoretical formulation of other authors who developed the British cultural perspective. It was a project which tried to overcome this modern vision of culture.

INTRODUCCIÓN: LA CULTURA POPULAR EN LA SOCIOLOGÍA

El fenómeno de la cultura popular constituye un campo relativamente nuevo para la sociología convencional. El ámbito ha tenido poca legitimación como objeto de estudio en el seno de las ciencias sociales. Es cierto que sociólogos norteamericanos de principios del siglo xx, vinculados a la Escuela de Chicago, dieron por supuesto el interés académico por las prácticas populares y cotidianas, y asumieron en sus análisis la importancia de multitud de manifestaciones populares para explicar la vida social en su complejidad, desde relatos de la prensa popular hasta historias de vida, diarios y cartas de grupos y minorías inmigrantes. Tras este paréntesis inicial, Adorno y Horkheimer formularon la tesis más influyente en el área de la cultura de masas, que se convirtió en una de las causas fundamentales del declive de la sociedad capitalista. Desde entonces la sociología desarrolló una actitud ambivalente hacia lo popular. La visión peyorativa de los teóricos de Frankfurt definió el pensamiento sociológico en los años de posguerra y confinó el área a esta perspectiva de la *Critical Theory*. Esta cultura de masas, causa del declive social, ocasionó por entonces una discusión entre teóricos y críticos de arte (D. MacDonald, H. Arendt, Leavis, entre otros). Mientras tanto, el debate cultural excluyó al ámbito de la ciencia social, dominante, en Norteamérica (Carey, 1977, 1997). En estos años la sociología se orientó hacia la aplicación prioritaria de modelos empíricos, al menos en lo referente al estudio de los medios de masas, y dejó de lado el interés por la cultura.

Las últimas dos décadas han marcado un punto de inflexión. La cultura popular ha pasado de ocupar un puesto marginal en la vida académica a ser foco de interés no ya sociológico, sino interdisciplinario. El análisis de la cultura ha supuesto una ruptura con parámetros meramente empíricos, pues no se trata de analizar sólo los aspectos fácticos, sino los significados. El estudio de la cultura, y en concreto de la cultura popular, ha impulsado un enfoque sociológico fuera de la tradición del funcionalismo y del positivismo. El investigador no se enfrenta ya a «hechos», sino a «prácticas» o acciones con significado. Los fenómenos culturales poseen un indudable componente simbólico que revierte en el propio planteamiento del estudio sociológico. Una observación atenta al fenómeno de lo popular, difícil de catalogar en prácticas sociales o formas culturales, ha hecho que antropólogos, historiadores, sociólogos o estudiosos de la literatura retaran a las asunciones básicas de sus correspondientes disciplinas. El desarrollo intelectual del ámbito ha replanteado así marcos analíticos tradicionales y ha determinado la implantación de una serie de campos «híbridos», incluyendo el de la comunicación y los estudios culturales.

El trabajo de sociólogos recientes se ha separado del debate moral y estético acerca de la cultura de masas y ha aceptado la cultura popular como modo legítimo de aproximarse al estudio simbólico de personas, grupos y organizaciones. Algunos de estos trabajos sobre

cultura popular proceden de Norteamérica; por ejemplo, en la línea de la producción cultural (Mukerji y Schudson, 1991). Estos estudios utilizan las herramientas de la sociología de las organizaciones para mostrar cómo los artistas y creadores populares movilizan las fuerzas sociales para hacer posible la producción cultural. Ha habido también un interés renovado entre sociólogos interesados en el papel que asumen los gustos y las prácticas populares en la estratificación social a partir del trabajo de P. Bourdieu (1986b). Otros sociólogos han rescatado asunciones clásicas de Weber o Durkheim para resaltar el poder de los valores, afectos y sensibilidades comunes en la resolución de conflictos sociales (Alexander, 2003). Por último, estudios sociológicos sobre cultura popular han vuelto a la herencia americana del interaccionismo simbólico, la Escuela de Chicago y autores como R. Park, H. Mead o J. Dewey (Mukerji y Schudson, 1991).

Este interés renovado por el ámbito de la cultura popular y las implicaciones epistemológicas que su análisis plantea a la sociología justifican la relevancia de la tradición de los *cultural studies*, tal y como fueron concebidos en el momento de su gestación. La perspectiva nació a mediados del siglo xx con la creación de la escuela británica de Birmingham. Fue una aproximación a la cultura *popular*, no de masas. La *Cultural Theory* de Birminham consistió en una revisión de la noción peyorativa de cultura de masas. Esta revisión, que llevó a cabo fundamentalmente R. Williams (1958, 1961), uno de los fundadores, se hizo en un estilo eminentemente británico, marcado en gran medida por la coyuntura política y social de esos años en Inglaterra. Este contexto vinculó a los estudios culturales con el movimiento de la *New Left*. Pero el proyecto británico tuvo un alcance universal. De hecho, el modelo se exportó rápidamente a Estados Unidos a través de los estudios de comunicación. La concepción «social» de la cultura que propuso Williams le desmarcó de la tradición de literatos británicos agrupados en torno a la tradición de la crítica literaria de la cual procedía. Williams superó las primeras visiones de la cultura de masas como degradación social en contraposición a una cultura de élite. Los estudios culturales posteriores a Williams constituyeron un foco emergente de esta revalorización de la cultura popular. La reconocieron como objeto de estudio legítimo dentro de la academia y le otorgaron un papel preferente en el trabajo del sociólogo. Estudiaron la cultura popular como un terreno de conflicto social e incluso como arma de movilización política. También intentaron institucionalizar su análisis y demarcar intelectualmente el terreno.

En lo que sigue trato de analizar las categorías teóricas de la propuesta británica. Intento llevar a cabo una reflexión teórico-crítica que vaya más allá de la exposición de ideas. El objetivo es mostrar los presupuestos teóricos que originaron la tradición culturalista y, a partir de aquí, revelar las carencias que, a mi entender, y pese al interés originario, han hecho de los estudios culturales un programa «débil» desde el punto de vista de una sociología cultural. Por último, a modo de conclusión, me propongo ofrecer una vía

para reforzar la perspectiva de los estudios culturales en la línea del sociólogo J. C. Alexander (2003).

En el primer apartado —Teorías sobre la cultura popular— confronto autores y teorías muy dispares entre sí, pero paralelas en el tiempo y centradas en el mismo fenómeno de la cultura popular, desde cuatro presupuestos sociológicos fundamentales que me permiten dividirlos en teorías racionalistas, idealistas, colectivistas e individualistas. Dichas teorías me conducen hacia los presupuestos básicos de la propuesta británica de los estudios culturales, a la que dedico el segundo apartado —La cultura popular como escenario del poder: los estudios culturales—. En el último apartado destaco los puntos fuertes y débiles de los estudios culturales, para concluir con la ya avanzada re-formulación teórica del área.

TEORÍAS SOBRE LA CULTURA POPULAR

Este apartado introduce al lector en una serie de aproximaciones a la cultura popular. No son las únicas, sobre todo si se considera lo dicho acerca del fenómeno desde un enfoque amplio, más allá de la sociología, tal y como proponemos hacer ahora. No obstante, la elección no es arbitraria. Los autores y textos analizados representan los principales contendientes del debate sobre la denominada cultura de masas que enfrentó a pensadores sociales y críticos de la cultura en torno a 1950. Por entonces, un arte destinado al consumo masivo, producido y distribuido por las tecnologías de masas, irrumpía con fuerza en la esfera cultural. La corriente de los estudios culturales en Gran Bretaña es posterior. Pero estuvo motivada, según veremos, por esta contienda intelectual. Con el análisis de estas teorías trataré entonces de delimitar algunas de las cuestiones claves que han configurado el estudio de la cultura popular. A su vez, dichos temas insertan el discurso británico, menos conocido quizás, en un contexto de mayor alcance dentro de la teoría social y cultural de posguerra.

Las diferentes líneas confluyen así en el mismo objeto de preocupación, la cultura de masas. Se refieren a ella utilizando expresiones aparentemente similares al menos en el lenguaje común: «cultura de masas» —Adorno, Leavis—, «arte de masas» —Benjamin—, «cultura popular» —Williams— o «arte popular» —Panofsky— (tabla 1). Sin embargo, un análisis atento a los matices terminológicos permite apreciar concepciones completamente distintas, e incluso contrapuestas, a partir de un núcleo central de presupuestos generales¹.

¹ Los presupuestos generales identifican uno de los elementos básicos que confluyen en el establecimiento de cualquier tradición científica (Alexander, 1987). Se relacionan con los elementos del entorno apriorístico, no-fáctico, de la teoría. Son presupuestos básicos que, de acuerdo con J. C. Alexander, todo investigador lleva consigo en su enfrentamiento con la realidad.

Mediante estas variables teóricas identificaremos los polos del debate anterior que orientaron las líneas principales de pensamiento sobre la cultura de masas. Veremos que cada propuesta resuelve de manera diferente la cuestión teórica, crucial, que Adorno y Horkheimer fueron los primeros en plantear y que está en el origen de la disputa: la autonomía o no de la cultura respecto a la sociedad moderna. La explicación de cada teoría a dicha autonomía de la cultura dependerá de una comprensión intrínseca o extrínseca de la misma.

Clasificaremos tradiciones y autores en «racionalistas» *versus* «idealistas», es decir, en instrumentales frente a normativos y morales. Los enfoques racionalistas considerarán que la cultura responde mecánicamente a fuerzas externas, mientras que los enfoques idealistas acentúan la dimensión interna, subjetiva de la cultura. Además, añadiremos otra diferenciación según las propuestas adopten una postura colectivista o individualista. Para los teóricos «colectivistas», los patrones culturales preceden a los hábitos culturales del individuo porque, a su vez, dependen de una estructura social preexistente que dirige la producción y recepción colectiva de la cultura, bien hacia un sistema impuesto desde fuera, por ejemplo la sociedad capitalista del consumo (racional-colectivismo), bien hacia unos principios internos (ideal-colectivismo). Por el contrario, los teóricos «individualistas» creen que la cultura es consecuencia de una opción individual. El individuo autónomo, libre, decide las pautas de la creación y fruición estética, al margen de cualquier tipo de condicionamientos sociales.

Identificar estos presupuestos teóricos supone tratar con abstracciones que tienen su modelo en la realidad pero que no se dan en su forma pura. Casi todas las perspectivas combinarán diferentes variables, pero al final resolverán la cuestión de la autonomía de la cultura hacia un extremo u otro.

Los presupuestos anteriores plantean nuestro estudio desde una perspectiva que nos permitirá sobrevolar las particularidades de modelos teóricos que provienen de disciplinas diferentes. Además, un estudio atento a las presuposiciones evita la centralidad que los elementos ideológicos tienen en algunas de las tradiciones².

² Un compromiso político con los hallazgos ha dividido las tradiciones que analizaremos en modelos radicales y liberales. Sobre todo la teoría de la comunicación reconoce los estudios culturales o la teoría crítica como radicales, frente a la tradición liberal de la *Mass Communication Research*. Esta división ideológica propone el estudio de las teorías en clave ideológica y, al hacerlo, paraliza el proceso de análisis en este nivel del *continuum* científico (compruébese el lugar del elemento «orientaciones ideológicas» tras «presuposiciones generales» en el gráfico «El *continuum* científico y sus componentes», Alexander, 1987: 7).

TABLA 1

Aproximaciones a la cultura popular en torno a 1950

Términos	Presuposición clave	Argumentos	Aproximación	Autores y escuelas relevantes
«Industria cultural»/ «Cultura de masas» vs. «Arte» (de élite, <i>high art</i>)	Racional-colectivista	La cultura de masas representa el punto de degradación al que ha llegado el arte sometido al mercado. La estructura de la sociedad capitalista transforma por completo la cultura en consumo.	Sociología/crítica cultural	Adorno, Horkheimer (Escuela de Frankfurt- <i>teoría crítica</i>)
	Ideal-individualista	Estamos ante un fenómeno, la cultura de masas, que no responde ya a la reglas del arte. Por eso, la cultura de masas ha de ser catalogada estética y moralmente como la antítesis del Arte.	Literatura y crítica cultural	MacDonals, Greenberg, Leavis
Cultura y «sociedad de masas»	No-racionalista (no reduce la cultura a estructura social)	La cultura «de masas» no existe como tal. En la sociedad de masas proliferan los objetos de entretenimiento, que se asemejan a los productos de consumo y que no responden al estatuto cultural.	Filosofía, crítica social y cultural	Arendt
«Arte de masas»	Ideal-colectivista	El arte de masas representa la creación de un nuevo arte, más allá del arte moderno, capaz de movilizar políticamente a las masas.	Filosofía, crítica cultural	Benjamin
«Arte popular»	Ideal-colectivista	Las manifestaciones contemporáneas de la cultura popular (cine) expresan valores genuinos que recuperan el contacto de la obra con su público, aspecto olvidado por el arte moderno.	Historia del arte	Panofsky
«Cultura popular»	Racional-colectivista (intento de superar un racionalismo radical)	La cultura popular es escenario central de la lucha por el poder en la sociedad. No sólo manifiesta el poder del capitalismo dominante y el modo en el que éste confirma su situación privilegiada. Ofrece pautas culturales para resistir e incluso oponerse a dicho poder dominante.	Crítica cultural/sociología	Williams (Escuela de Birmingham- <i>cultural studies</i>)

Frankfurt, Arendt y la crítica moderna

T. W. Adorno y M. Horkheimer representan una postura racional-colectivista. En su ensayo pionero *La industria cultural: la ilustración como decepción de las masas* (1972 [1947]) tradujeron al lenguaje de la cultura la conducta racional típica del individuo moderno³. Este *ethos* moderno hacía referencia a la urdimbre de acciones a través de las cuales los actores sociales elegían entre diferentes fines, justificaban socialmente sus elecciones y desarrollaban la acción a partir de tales motivaciones y decisiones. Y, en su opinión, el capitalismo constituyó el centro en el que convergía dicho entramado de fines sociales. Los teóricos de Frankfurt observaron que la racionalidad económica extendía sus modos de hacer —previsión, cálculo y éxito en la obtención de beneficios materiales— más allá de las actividades económicas hasta invadir el ámbito del arte⁴. Bajo la lógica imparcial del mercado, el agente cultural dirigía su acción movido por medios, y no por fines. La propia cultura se convirtió en medio de alimentar el sistema del capitalismo moderno. La cultura de masas significó entonces eficacia, cálculo y predicción, las mismas pautas de comportamiento a través de las cuales estos autores habían caracterizado el comportamiento del hombre moderno trasladadas ahora al mundo de la cultura. De ahí que emplearon el término «industria cultural» para definir la estandarización y reiteración de objetos fabricados con el fin de maximizar beneficios (Adorno, 1945).

Adorno y Horkheimer entendieron que la manipulación técnica de unas formas masivas diferiría radicalmente del modo en el que el artista manipulaba la materia prima según un principio intrínseco a la obra. Los teóricos diferenciaron el estilo genuino de un Arte con mayúsculas del estilo artificial de la cultura de masas. Las formas populares no fluían ya del alma de la obra; por el contrario, venían impuestas desde fuera, «a modo de estampa», según la utilidad y valor de cambio de los productos (Adorno y Horkheimer, 1972 [1947]). El tratamiento de la imagen naturalizaba el objeto acercándolo al espectador y disminuía así la distancia entre el objeto y su percepción. La obra quedaba anulada a favor del producto; la fruición estética daba paso al consumo del producto.

³ Un panorama amplio de trabajos que condensan la crítica a este aspecto de la modernidad abarca desde autores como A. MacIntyre (1987, 1990, 1998), R. Rorty (1997) o J.-F. Lyotard (1979). El eje común a estos autores tan dispares entre sí es la idea que MacIntyre sostiene en su obra *Tras la virtud* (1987) y que este autor formula como el fracaso del proyecto moderno. Según apunta MacIntyre, éste se dirigió hacia la creación de una sociedad sustentada en el ideal de la racionalidad como principio de conducta social. Se trató de una comprensión «mecanicista» de la acción humana que juzgaba el comportamiento según los parámetros de la predicción y la manipulación, al modo en que se juzgan y se manipulan los fenómenos físicos. La racionalidad aplicada a la conducta humana consistió en ajustar medios y fines de la manera más eficaz posible.

⁴ D. Bell (1977: 27) destaca igualmente este aspecto del sistema socioeconómico moderno y su proyección en el ámbito de la cultura. Este autor define así el capitalismo: «Un sistema económico-cultural, organizado económicamente en base a la institución de la propiedad y a la producción de mercancías, y fundado culturalmente en el hecho de que las relaciones de intercambio, las de compra y venta, han invadido la mayor parte de la sociedad».

La cultura de la imagen confirmaba, pues, la nueva naturaleza de un arte mercantilizado: la del bien de consumo. Este carácter mercantil sustituyó las cualidades estéticas de la obra de arte por el valor de cambio que fijaba externamente la lógica comercial⁵. Por ello la cultura popular se mezclaba con la publicidad⁶. En ambos casos, el lenguaje visual revestía de realismo el contenido ideológico del producto y transformaba reiterativamente en *fetiches* los motivos de la vida cotidiana, de la que, paradójicamente, el público trataba de evadirse. Si las formas de la cultura de masas podían contemplar algún tipo de «valores», éstos eran meramente ideológicos, subordinados al enriquecimiento material.

Para Adorno y Horkheimer, la evasión y el divertimento constituyeron las nuevas formas de «placer estético»⁷. La sociedad capitalista hacía de la diversión una necesidad vital. La dialéctica de la industria cultural —reiteración, estandarización, producción en serie— era análoga al ciclo biológico que el hombre como ser vivo comparte con la naturaleza. Un público ávido de entretenimiento consumía los objetos culturales, los destruía y los incorporaba a su metabolismo, como incorporaba cualquier otro bien comestible⁸.

El término de la industria cultural —y del análisis de Adorno y Horkheimer— fue el consumo. Fue ésta la pretensión instrumental que la sociedad moderna impuso al arte. La industria cultural sometía a los objetos culturales a una necesidad social —producir para consumir, y consumir para seguir produciendo—, de modo que la cultura «permanecía esencialmente ligada a la premisa de la economía de mercado» (1972 [1947]: 157). En esta otra esfera del comercio social los objetos originariamente artísticos se transfiguraron en bienes de consumo. La finalidad eminentemente comercial vació a la obra de su significado espiritual, intrínseco. A partir de entonces debería ser valorada externamente en función de su capacidad para generar beneficios. Los teóricos de Frankfurt prefiguraron así una aproximación extrínseca a la cultura popular.

El racionalismo de Adorno y Horkheimer ha tenido consecuencias importantes para la comprensión y el análisis sociológico posterior de la cultura popular. Para los continuado-

⁵ «El *arte* es una especie de mercancía, preparada, registrada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible. (...) La cultura es una mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley de intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso mismo que ya no es posible utilizarla» (Adorno y Horkheimer, 1972 [1947]: 159-161).

⁶ «Tanto técnica como económicamente la publicidad y la industria cultural se funden la una en la otra» (Adorno y Horkheimer, 1972 [1947]: 163).

⁷ «(...) La afinidad originaria entre el negocio y la diversión aparece en el significado mismo de esta última: en la apología de la sociedad. Divertirse significa estar de acuerdo» (1972 [1947]: 144).

⁸ «Dado que la incorporación de todas las tendencias de la industria cultural en la carne y en la sangre del público se realiza a través del entero proceso social, la supervivencia del mercado en este sector actúa promoviendo ulteriormente dichas tendencias» (Adorno y Horkheimer, 1972 [1947]: 136).

res de la teoría crítica, las formas populares están motivadas por una forma de racionalidad que sólo atiende a la eficacia económica. Los hábitos culturales dependen estrechamente de unas estructuras externas, materiales. El sistema capitalista controla, en última instancia, esta esfera de la producción cultural, al igual que se impone a otros órdenes de la vida social.

La crítica de Adorno y Horkheimer provocó, además, una escisión del ámbito cultural en dos esferas contrapuestas. La cultura de masas respondía a aquella parte de la cultura que, en la modernidad, se había desligado del arte, devaluado y sucumbido a intereses de una sociedad mercantilista. La confrontación entre «el Arte» y la cultura de masas relaciona esta propuesta con las teorías modernistas de D. MacDonald y C. Greenberg (Carroll, 1998; Danto, 1999). Estos autores representaron, en Norteamérica, la misma actitud de resistencia hacia el arte de masas pero desde unos postulados distintos que caracterizaron su postura cercana al presupuesto ideal-individualista. Según ellos, el arte debía concebirse al margen de la sociedad, como esfera separada y autónoma. Basaron la labor de la crítica en la singularidad, subjetividad, universalidad o desinterés, características a través de las cuales Kant describió el juicio estético —el libre ejercicio de la inteligencia y de la imaginación—. Estos autores las aplicaron no a la recepción de la obra, como hizo el filósofo, sino a la obra en sí, a modo de cualidades que debía contener el objeto artístico. Dos características aseguraban la autonomía del arte: la unicidad del original y la pureza de la obra, precisamente lo contrario a la reiteración de la cultura de masas.

En Inglaterra, este modernismo caracterizó también a una tradición de literatos y críticos ingleses. R. Williams (1958) los agrupó en torno a la figura y la obra de M. Arnold *Culture and Anarchy* (1869) e insertó entre ellos a su coetáneo Q. D. Leavis. A mediados del siglo xx, Leavis propuso inculcar una sensibilidad especial hacia la lectura de obras literarias selectas, sirviéndose del sistema educativo, ante la amenaza de una cultura de masas. Los críticos modernos como Leavis miraron con recelo la invasión de una cultura de masas. La defensa de un arte de élite impulsó la crítica negativa de una cultura de masas. Por eso, Leavis agrupó un número de obras literarias selectas bajo el título de «la gran tradición» de la literatura inglesa. Luego las separó del resto de obras de consumo popular y masivo. A juicio de Williams, la crítica de Leavis procedió inadecuadamente, pues aplicó a nuevas manifestaciones contemporáneas los cánones estéticos con los que juzgaba el arte moderno. Se descalificó así un fenómeno contemporáneo —concluyó Williams— debido a la imposibilidad de evaluarlo desde esos principios vigentes aún de la crítica moderna.

La celebración idealista de un arte puro, de un arte aplicado al arte mismo, significó la culminación del arte moderno en un tipo de arte —la vanguardia y la abstracción—. En efecto, desde esta máxima moderna era imposible calificar de artística cualquier manifestación de

la cultura popular⁹. En el caso de la tradición inglesa, Williams observó e interpretó con acierto la actitud individualista de Leavis. Según veremos, el colectivismo que animó la crítica de Williams estableció uno de los fundamentos de la tradición culturalista, precedente de los estudios culturales.

Frente al modernismo, H. Arendt (1996 [1961]) clarificó el presupuesto individualista que desembocó en la idea de un arte autónomo. La autora describió el deterioro de la cultura en términos cercanos al colectivismo de Adorno y Horkheimer. Pero su razonamiento discurrió hacia una explicación no racionalista de la cultura. La cultura de masas no existió como tal, en palabras de Arendt¹⁰. Si el arte corría peligro, no era por la amenaza de una cultura de masas, sino por la actitud de una sociedad de masas, heredera de la sociedad moderna, que suplía el arte por el entretenimiento como consecuencia de un afán desmedido por consumir. Pero el entretenimiento ocupaba un lugar en el contexto de la sociedad moderna, y la cultura otro muy distinto. El entretenimiento pertenecía a la esfera del consumo social. El entretenimiento —explicó Arendt— llenaba un tiempo sobrante, que no era el tiempo de ocio¹¹, sino el tiempo vacío que quedaba después de haber cumplido con el trabajo y el descanso, un tiempo «biológico», por su propia naturaleza¹². Los objetos de entretenimiento se agotaban en el curso de su consumo. Su durabilidad apenas excedía el tiempo en el que eran producidos. Los bienes de consumo se distinguían de los objetos de la cultura en que estos últimos permanecían más allá de su consumo inmediato. Por eso la obra de arte constituyó el objeto cultural por excelencia, mantuvo Arendt, pues no se gastaba ni se consumía. El arte debía su perennidad a unas cualidades internas y estables, en contraste con el valor mercantil, externo y cambiante.

Arendt superó del racionalismo de Adorno y Horkheimer. La autora reservó a la cultura un espacio propio. La distinción entre cultura y entretenimiento permite adscribir cierta jerarquía entre los objetos culturales. El baremo es la obra de arte. La pauta de la durabilidad excluye aquellos artefactos producidos para su consumo inmediato; por ejemplo, una película serie B, un *best-seller* o un *show* televisivo cuya permanencia en el tiempo es nula. Pero estos productos no constituyen, en sentido propio, el contenido de la cultura, sino una

⁹ El modernismo, afirma A. Danto (1999: 51), «es, sobre todo, la era de los manifiestos, el arte es esencialmente X, y todo lo que no sea X no es o no es esencialmente arte».

¹⁰ «El resultado, por supuesto, no es la cultura de masas, que en términos estrictos no existe, sino el entretenimiento de masas, que se alimenta de los objetos culturales del mundo» (1996 [1961]: 223).

¹¹ «El tiempo en que estamos libres de todas las preocupaciones y actividades propias del proceso vital, y por consiguiente libres para el mundo y su cultura» (Arendt, 1996 [1961]: 217).

¹² «El tiempo vacío que llena el entretenimiento es un hiato en el ciclo biológicamente condicionado del trabajo» (Arendt, 1996 [1961]: 217).

degradación de la misma. A falta de la posibilidad de establecer un límite neto —los productos culturales pueden ser más o menos artísticos—, la propuesta de Arendt ofrece la posibilidad de reducir el ámbito de la cultura popular a objetos tales como canciones populares, películas o series dramáticas, y dejar fuera aquellos otros que, por el contrario, corresponden a la categoría de bienes de entretenimiento y consumo.

Desde la óptica de Arendt, el error de los teóricos de Frankfurt consistió en denominar «cultura» al entretenimiento. No se trata sólo de una apreciación meramente terminológica. Adorno y Horkheimer invirtieron los objetos culturales en bienes de consumo al término de su formulación. Al hacerlo, asimilaron la cultura a la economía. Y, sin embargo, siguieron hablando de *cultura* de masas. Esta expresión significó la imposibilidad de salir de un planteamiento dominante donde lo cultural quedó reducido a lo material. La visión de Arendt muestra entonces que no todo el debate en torno a la cultura de masas se resolvió desde la perspectiva de la teoría de Frankfurt. Tampoco la autora consintió un planteamiento elitista de la crítica a favor del arte moderno. Las posturas de W. Benjamin y E. Panofsky ejemplifican más directamente este presupuesto ideal-colectivista presente en Arendt.

Hacia una concepción contemporánea de la cultura popular: Benjamin y Panofsky

La aportación de W. Benjamin (1972 [1955]) al debate sobre la cultura de masas consistió en definir el ámbito de la cultura popular sin contraponerlo a la esfera del arte. Para él, la cultura de masas representó una nueva forma de arte, no sujeta a los cánones del arte moderno y capaz de convocar a la sociedad de masas. De ahí, calificó el fenómeno como arte de masas —*mass art*—. Con ello reconoció en lo popular cierto valor cultural y artístico, por encima de meros valores de cambio comercial.

Cercano a la escuela de Frankfurt, Benjamin asoció estrechamente el arte de masas a los intereses económicos de la sociedad burguesa. El autor partió de la misma concepción racionalista que orientó los presupuestos de Adorno y Horkheimer, es decir, subrayó el modo en el que la producción y consumo masivo de un mediado por las técnicas de la imagen fotográfica y fílmica hacía que el objeto reproducido perdiera el «aura» y, con ello, su dimensión artística.

El espectador masivo fue, según Benjamin, la causa principal de esta sustitución de la obra por su copia. El público era el término del proceso descrito. Las masas provocaron una forma nueva de fruición de la obra. Fueron ellas quienes optaron por la proximidad de la copia, frente a la lejanía del original, sacrificando así la autenticidad de éste a la cercanía de

su copia. A esta actitud de las masas respondió, por ejemplo, el fenómeno del *star-system*, el hecho de que fuera el mercado el que acabara conformando la imagen del actor fuera de los estudios cinematográficos mediante el culto a la «estrella».

En su planteamiento, el cine trajo un desvanecimiento del «aura» del personaje dramático y, con él, lo artístico de su escenificación. Si en el teatro el personaje sobrevivía al actor y a su representación —Hamlet después de una mala interpretación—, con la escenificación fílmica el personaje apenas perduraba más allá de los actores y la película concreta que le dieron vida. En esta comparación entre un arte tradicional (el teatro) y el arte de masas (el cine), Benjamin introdujo, sin embargo, un matiz esencial que avanzó la concepción benjaminiana del arte de masas. Adorno y Horkheimer habían asociado el lenguaje de la imagen de masas a los intereses económicos de la industria cultural. En su postura advertimos cómo la imagen contemporánea vino a reafirmar el carácter esencialmente comercial de sus productos. Benjamin destacó, además, otras posibilidades inherentes al nuevo lenguaje de la cultura popular. Según él, no existía un arte puro, libre de cualquier interés social. Su concepción del arte no era incompatible con el uso o la función social que se le diera a la obra. Al contrario, pensó, la imagen de masas era preludio de nuevos modos de percepción social¹³. Se trataba de una forma de arte inédito, íntimamente ligado al lenguaje de la reproducción técnica. El arte de masas era en sí mismo tecnológico; nacía vinculado a la sociedad de masas que producía esta tecnología. Todo hacía vislumbrar que la transformación del arte en la época contemporánea debía responder a un cambio de actividad. El nuevo arte no respondía ya a la praxis del arte, a los principios de relatos, pinturas o dramas tradicionales. Las tecnologías de masas operaron en las reproducciones configurándolas desde dentro en función de un nuevo fin, que nada tenía que ver con el valor artístico del original.

La unicidad resultaba inválida como criterio para valorar un arte comprendido como reproducción técnica. El análisis de Benjamin se dirigió entonces a dar razón del nuevo fin al que, en su opinión, respondían sus objetos. La nueva finalidad comenzó eliminando el «aura» de la obra o la «huella» que la experiencia humana dejaba en la obra de arte. Benjamin comparó el arte anterior a la reproducción con una experiencia ritual, en la que el objeto del culto —la obra de arte— poseía un valor de «ocultamiento», de misterio o magia. Esta virtud de la obra desapareció a favor del valor de exhibición de su reproducción. La obra podía ser evaluada de dos modos extremos, por su valor de oculta-

¹³ «Con la irrupción de los primeros medios de producción auténticamente revolucionarios, la fotografía, y simultáneamente el crecimiento del socialismo, el arte percibió la crisis que entonces se estaba aproximando y que vino a ser evidente un siglo más tarde. Es entonces cuando el arte reaccionó a la doctrina de *l'art pour l'art*, con una teología del arte. Ésta dio lugar a lo que podríamos llamar una teología negativa en forma de la idea de un arte "puro", que negó cualquier función social del arte» (Benjamin, 1972 [1955]: 224).

miento y por su valor expositivo; su reproducción técnica potenció de tal forma esto último que el objeto se transformó hasta tal punto que su naturaleza no respondía ya a la del original¹⁴.

El lenguaje de la reproducción técnica y masiva situó la obra de arte en el dominio de una praxis sustancialmente distinta a la que tradicionalmente le correspondió: de ser producto del arte pasó a convertirse en representación política de las masas. El análisis de Benjamin sobre el arte contemporáneo de la reproducción acabó en la superación revolucionaria del arte tradicional y el aplauso a una nueva forma de arte al servicio político de las masas. He aquí su manifiesto: «Éste es el esteticismo de la política que el fascismo propugna. El comunismo le contesta con la politización del arte» (Benjamin, 1972 [1955]: 242). Por esta razón, la perspectiva de Benjamin, que destacamos antes por su diferencia a la de Adorno y Horkheimer, paradójicamente, volvió, en su celebración del arte de masas, al planteamiento racionalista de estos últimos. El arte de masas quedaba subordinado a la sociedad de masas, cuya estructura venía impuesta por la historia.

Al menos, el arte de masas materializaba una acción humana, y no sólo unos intereses materiales. El arte tecnológico respondió a un tipo de praxis, la política, cuyos objetos parecían conservar ciertos rasgos inherentes a dicha acción. Así entendió Benjamin el realismo de la imagen fotográfica o la naturaleza popular del medio cinematográfico, en función de la acción política. Este contraste permite extraer la cultura popular del ámbito del mercado. En este sentido, la concepción de Benjamin abre el camino a una consideración intrínseca de un arte de masas. La nueva finalidad política era principio constitutivo de sus formas, y no mero valor añadido, accidental a sus producciones¹⁵.

Benjamin, además, dejó atrás un planteamiento individualista del arte, en la línea de los teóricos modernos, al destacar y potenciar la aspiración social del arte. En este aspecto se aproximó a la postura humanística de E. Panofsky (2000 [1947]). Al contrario de MacDonald, Greenberg o Leavis, este historiador del arte testificó el nacimiento de una nueva forma de «arte popular», a propósito del cine. El autor destacó la habilidad del medio para desmentir una concepción moderna, individual y autónoma del arte y, seguido de ello, devolver al arte la capacidad de convertirse en repertorio común de la sociedad contemporánea.

¹⁴ «Con los diferentes métodos de reproducción mecánica de la obra de arte, su idoneidad para la exhibición aumentó en tal medida que el cambio cuantitativo entre estos dos polos se convirtió en una transformación cualitativa de su naturaleza» (Benjamin, 1972 [1955]: 224-225).

¹⁵ El arte de masas, sugiere Carroll (1998), puede clasificarse como cierto tipo de «arte» que si bien está fuertemente condicionado por factores externos, no lo está hasta el extremo de negar, de entrada, el potencial artístico inherente a la clase de arte comercial y tecnológico que sus formas suministran.

Panofsky llegó a esta conclusión sin anular el carácter comercial y popular del medio ni su significado sociocultural. Al igual que Benjamin, su análisis se centró en la innovación tecnológica que introdujo el cine, característica esencial que lo distinguió del teatro. Tampoco Panofsky definió el filme (arte popular) en continuidad con la obra de teatro (arte de élite). De hecho, su testimonio recalcó el error inicial de trasladar obras escénicas a la pantalla, evitando de raíz la conclusión de Adorno y Horkheimer, y también la de los críticos modernos, por la que el cine, un producto de la cultura popular, se definía en contraposición a la obra de arte, la obra teatral¹⁶.

No por ello fue ajeno a los nuevos hábitos de producción y consumo masivo que el cine inauguró. Sin embargo, esta proyección comercial —que el autor constató ya en los modos de producción y distribución de las primeras películas de Hollywood— no le impidió adscribir al cine una naturaleza artística¹⁷. La proyección comercial exigía al lenguaje mayor comunicabilidad, a lo que contribuía el carácter vitalista de la imagen cinematográfica, argumentó este autor. La popularidad y la técnica audiovisual confluyeron en la efectividad del cine como medio de expresión popular. Observó, entonces, que el nuevo lenguaje conseguía recuperar el contacto dinámico entre la producción de arte y su consumo; de ahí su proyección comercial. Panofsky razonó de manera inversa a Adorno y Horkheimer y los críticos modernos. Además de atender a las demandas de consumo, observó, el nuevo arte venía a satisfacer la necesidad social causada por un arte moderno que, en su opinión, se iba alejando del público general. El cine vino a cubrir el hueco de un arte replegado sobre sí mismo, alejado de la vida del espectador¹⁸.

La perspectiva artística de Panofsky se clarifica a la luz de una lectura iconológica, a través de la cual el autor sintetizó el significado sociológico de la trama en un contenido humano¹⁹.

¹⁶ «En lugar de imitar una función teatral que ya implicaba una cierta cantidad de movimiento, las primeras películas pusieron en movimiento obras de arte ya estáticas, de tal modo que la deslumbrante invención técnica pudiera alcanzar un triunfo suyo, sin inmiscuirse en la esfera de la cultura más elevada. El lenguaje corriente, que siempre tiene la razón, ha consagrado esta elección sensible al hablar aún hoy de *moving picture* o, simplemente, *picture*, en lugar del pretencioso y esencialmente erróneo *screenplay*» (Panofsky, 2000 [1947]: 115).

¹⁷ Es más, sostuvo que «los caminos legítimos para la evolución se abrieron no porque se rehuyera el carácter popular inherente al medio, sino gracias al desarrollo dentro de los límites de sus propias posibilidades» (Panofsky, 2000 [1947]: 118).

¹⁸ «En la vida moderna las películas son lo que la mayoría de las otras formas de arte han dejado de ser, no un adorno sino una necesidad» (Panofsky, 2000 [1947]: 145).

¹⁹ El autor definió la iconología como el estudio del contenido simbólico de la obra. Él mismo formuló este método en *Meaning in the Visual Arts* (1995): se trataba de proceder a una lectura «sintética» de la obra, a partir de los datos que proporcionaba una primera lectura iconográfica. Esta otra constituía el procedimiento normal del historiador de arte, que trataba de referir el estilo y el significado convencional de una obra a una época y a un periodo artístico determinados. Panofsky propuso así dos lecturas del contenido expresivo. Una hacía referencia al significado convencional que insertaba la obra en un periodo histórico concreto. La otra tenía que ver con el contenido humano, más universal, que, de forma simbólica, incorpora dicha obra.

A partir de esta lectura, las imágenes estereotipadas de la cultura popular fructificarían en tipos auténticos. La evolución en el manejo de la técnica cinematográfica hizo que esta manera externa de narrar fuera asumida, internamente, por el carácter temporal de la imagen, que ya no mostraba el movimiento de forma alegórica, mediante alusiones a su significado externo, sino simbólicamente. Y este significado simbólico de las historias estuvo ligado, a juicio de Panofsky, al éxito con que éstas eran percibidas por parte de un público masivo. La imagen popular anticipaba en sí misma un futuro movimiento que se correspondía con una actitud previa del espectador.

La lectura intrínseca de Panofsky desvelaba la conexión esencial entre la naturaleza artística del cine y su popularidad. Ésta no se debió a una actitud externa de consumo ni al interés político de las masas, como apuntarían Adorno y Horkheimer o celebró Benjamin. Estos factores podrían estar ahí, influyendo en la producción y el consumo de las primeras películas hollywoodienses, como también hizo ver Panofsky, pero no eran determinantes de por sí: desde la postura que introduce Panofsky, dichos condicionantes no impidieron el nacimiento de un nuevo arte popular. Su análisis dejó entrever que en las historias populares del cine pervivió una narración-tipo, esperada por el público.

En síntesis, el lenguaje popular representó, para Panofsky, al igual que lo hizo para Benjamin, una nueva forma de experiencia social. Su popularidad fue la respuesta social a una concepción moderna de la obra de arte, de un arte autónomo, aislado de la sociedad. Pero el análisis de Panofsky concluye de modo muy distinto al de Benjamin. Para Panofsky, el éxito popular del cine no se debió directamente a la técnica, ni a las masas, sino a la innovación artística de un lenguaje popular, donde la técnica y el contenido interactuaban en la forma de una narración con un significado especial para el gran público. Al hacerlo, prefiguró una visión idealista del arte popular que, a propósito del cine, destacaba las posibilidades inherentes al lenguaje popular. Este idealismo no estuvo reñido con la representación masiva de afectos comunes, frente al individualismo que motivó la defensa moderna de un arte de élite.

LA CULTURA POPULAR COMO ESCENARIO DEL PODER: LOS ESTUDIOS CULTURALES

Las corrientes anteriores constituyeron las líneas fundamentales del debate contemporáneo en torno a la cultura de masas. Pusieron en juego los presupuestos de las principales explicaciones: racionalismo/idealismo e individualismo/colectivismo. El esfuerzo por superar estas dicotomías originó la perspectiva sociológica más cercana al ámbito

de la cultura popular, los llamados *cultural studies*²⁰. La escuela británica se situó a caballo entre unos y otros presupuestos e intentó combinar diferentes perspectivas teóricas y de análisis. Los estudios culturales incidieron en la fuerza de la colectividad, oponiéndose así a la óptica individualista de la crítica moderna de Leavis. Y, a la vez, redujeron el colectivo social a la categoría de clase, pues, a su juicio, ésta era la forma básica en la que se estructuró la sociedad moderna. Se convirtieron en alternativa sociológica a los modelos funcionalista y marxista de la cultura. Pero la perspectiva no terminó de dar una respuesta a la «relativa autonomía» de una cultura popular condicionada, según esta tradición, a las fuerzas económico-políticas de nuestras sociedades contemporáneas.

La cultura popular según Raymond Williams

La tradición de los estudios culturales puede analizarse en diferentes fases. A finales de los años cincuenta se gestó a través de la influencia del llamado culturalismo, una aproximación a la cultura popular orientada por cierta aspiración ideal-colectivista. *Culturalismo* es el nombre con el que se conoce el enfoque clásico de los estudios culturales en los años cincuenta y sesenta del siglo pasado. El término —*culturalism*— fue acuñado en Inglaterra para identificar y vincular entre sí los trabajos de tres autores: *The Uses of Literacy* (1958), de R. Hoggart; *Culture and Society 1890-1950* (1958) y *The Long Revolution* (1961), de R. Williams, y *The Making of English Working Class* (1963), de E. P. Thompson. Los tres procedían de disciplinas humanísticas. Williams fue crítico literario y cultural, al igual que Hoggart. Thompson trabajó en el área de la historia social. Hoggart, además, dirigió el Centre for Contemporary Cultural Studies cuando los estudios culturales se institucionalizaron en Birmingham, a partir de 1964 (Storey, 1992). Los tres se desligaron a su manera del campo y la tradición que habían heredado. Williams y Hoggart reaccionaron contra el denominado levianismo, el ya visto *modus operandi* que adoptó la interpretación moderna del arte en el estudio de la literatura inglesa en esos años. Por su parte, Thompson rompió con la versión ortodoxa del materialismo histórico (el actor social reacciona mecánicamente a las condiciones materiales de la existencia impuestas por la historia). Los tres autores compartieron una visión semejante de la cultura popular. La consideraban como un elemento crucial para explicar la sociedad contemporánea. Cada uno a su estilo trató de interpretar los significados de relatos, valores o experiencias populares más allá de la estructura capitalista que los instrumentalizaba para sus propios fines.

²⁰ Para una lectura introductoria, véanse, por ejemplo, Grossberg y otros (eds.) (1992), Hall (1996), During (ed.) (1994), Gray y McGuidan (eds.) (1993) o Ferguson y Golding (ed.) (1997). Se trata sólo de una breve representación de la cantidad de ejemplares publicados antes, durante y después del llamado *boom* de los *cultural studies* con información sobre el nacimiento, institucionalización, desarrollo de la perspectiva y ejemplos de trabajos en el área.

De los tres autores, Williams expresó más claramente el modo contradictorio en el que convergieron los diferentes presupuestos teóricos que sustentaron la creación de los estudios culturales. Este autor ofreció, además, la definición de cultura popular que inauguró una nueva área de estudio. A él le debemos la expresión anglosajona *popular culture*, en su uso contemporáneo, a finales de los años cincuenta, y como concepto nuclear del área de los estudios culturales que pretendemos abarcar. Williams introdujo el término contraponiéndolo a la expresión *mass culture*. Ambas nociones aludieron, según lo visto, al mismo fenómeno de objetos diseñados para el consumo del gran público, producidos y distribuidos a gran escala. La noción contemporánea de cultura popular se diferenció entonces de la cultura folclórica —aquellas manifestaciones de la cultura hecha por el pueblo para el propio pueblo (Williams, 1985)—. No toda forma del folclore popular perteneció al área de la cultura popular, y viceversa. En cualquier caso, Williams vio en la cultura popular una manifestación eminentemente contemporánea. La cultura de masas o todas aquellas manifestaciones populares que se quedaron fuera de la crítica inglesa de Leavis constituyeron el objeto de interpretación de la nueva perspectiva. La lectura que Williams hizo de la obra de Charles Dickens, autor que la crítica literaria de Leavis no incluyó dentro de la «gran tradición» de la literatura inglesa, ejemplifica el modo en el que Williams argumentó la necesidad de una nueva aproximación para comprender la literatura popular²¹.

En su obra *The Long Revolution* (1961), Williams ofreció una concepción *social* de la cultura como alternativa al individualismo de la crítica moderna. El autor optó por una acepción cercana a la antropología y definió la cultura como «una forma de vida» que afectaba a la sociedad en su conjunto (Williams, 1961: 57-58). Con el calificativo «popular», el autor sugirió así una apertura de la cultura y de la actividad artística a la sociedad. El empeño de Williams por destacar el sentido colectivo de la cultura coincidió con la visión de T.S. Eliot (1963), quien también insistió por entonces en que si bien existen varias asociaciones de la palabra «cultura», según afecte al individuo, al grupo o clase y a la sociedad, su significado no es completo si no se tienen en cuenta estos tres sentidos al tiempo. Eliot manifestaba así su disconformidad con la tradición de Arnold.

²¹ «Esta cultura abarca muchas cosas. Primero, la respuesta auténticamente popular patente en valores morales y giros verbales (...). Por último, lo más difícil de captar, ciertos ajustes, renunciaciones, ilusiones, fantasías —nacidos de la experiencia conjunta de la sociedad— que se popularizaban y eran capaces de generar sus propias respuestas (...). Se compone así una línea, muy notable en Dickens, de tonos y discursos alternativamente cínicos o alegres, que son auto-defensivos y pueden enmascarar observaciones populares, irónicas o humorísticas, de la realidad. Pueden, incluso, fundirse con ella (...). Pero no llegaremos a ninguna parte, desde el punto de vista crítico, si aplicamos las normas de la ficción de la «gran tradición» a otra diferente (...). No llegaremos a ninguna parte, en suma, si en lugar de explicar a Dickens lo desestimamos. Lo central de nuestro argumento reside en que Dickens podía escribir un tipo nuevo de novela, una ficción, la única capaz de aprehender un nuevo tipo de realidad, justamente porque compartía con la nueva cultura urbana popular ciertas experiencias y respuestas decisivas» (Williams, 1958: 34-35).

Williams amplió el análisis de la cultura al ámbito de los productos de la cultura popular, más allá de las obras de arte. Los cánones estéticos del arte moderno —autonomía de la obra y perfección del individuo— le resultaron insuficientes. Se propuso entonces llevar a cabo una «sociología de la cultura», sin abandonar los instrumentos que le proporcionó la formación humanística, y que adoptaron luego los estudios culturales incipientes (CCCS, 1963). En este sentido, también *The Uses of Literacy* (1958) hizo un trasvase de herramientas de la crítica literaria para «leer» en forma de textos prácticas y hábitos populares. Este análisis caracterizará más adelante los primeros estudios etnográficos de Birmingham.

La noción social de cultura fue derivando, en Williams, desde ese primer sentido antropológico, el modo de vida genérico del pueblo, a la formulación final que hace el autor, «la estructura de la sensibilidad de un periodo» (Williams 1961: 62). La propuesta de Williams realzó el significado cultural y, paradójicamente, insistió en la estructura social que determinaba dicho significado. Por un lado, la cultura constituía el ámbito de los significados, sentimientos y afectos sociales, experiencias humanas articuladas colectivamente en el arte, las costumbres o los relatos populares. La perspectiva del significado suponía un enfoque idealista de la cultura popular. Por otro lado, la cultura reflejaba una estructura social e histórica, y derivaba hacia un presupuesto racionalista (Münch y Smelser, 1992).

El conflicto entre cultura y estructura social, que Williams plantea pero no resuelve, estuvo también presente en las obras de Thompson y Hoggart. Era la reacción humanista del culturalismo contra una comprensión puramente materialista de la cultura (1961). Williams fue deudor de un materialismo cultural en la línea de Antonio Gramsci. Estaba convencido del poder que tenían las estructuras de producción sobre el resto de la vida social y, por tanto, la cultura. Las formas culturales —al igual que otras manifestaciones de la «superestructura»— eran el reflejo de las fuerzas económicas. Aun así, ofrecía la posibilidad de mostrar las fisuras y contradicciones del sistema sociopolítico del capitalismo. Poner el acento en el poder de la cultura popular equivalía a representar a quienes se rebelaban contra el sistema. La cultura popular implicó una nueva actitud política ante las masas en la que éstas dejaban de ser consideradas «objeto» del capitalismo moderno para convertirse en «sujeto» del cambio social (Williams, 1985).

La acepción de cultura popular y el ámbito de los estudios culturales que esta noción creó respondieron, pues, a este planteamiento en el que la cultura se ponía a favor de una sociedad que, como diría Williams (1958), era vista como «masa». Así, pues, un cambio de actitud diferenció a Williams del resto de la tradición de la crítica literaria inglesa. El autor se opuso al arte de élite y emplazó la cultura en el extremo opuesto, en el lado de la sociedad. Revalorizó así la cultura de masas, asignándole un nuevo nombre —«cultura popular»— y asimilándola a la sociedad. En su propuesta siguió persistiendo, sin embargo, el

antagonismo moderno entre el arte de élite y la cultura de masas. Al final, terminó contraponiendo dialécticamente la cultura popular al «Arte». Esto es, los críticos modernos distinguieron la cultura de masas del arte de élite para criticar la cultura de masas. Williams también diferenció ambas para afirmar la cultura de masas. El autor hizo un intento loable de superar las carencias de la tradición moderna de la que procedía, pero su propuesta se quedó a medio camino.

Desde entonces, el área de los estudios culturales se debatirá entre dos polos opuestos. Los estudios intentarán dar razón de una esfera cultural relativamente autónoma de la estructura social. Pero dicha autonomía será relativa pues, inevitablemente, la esfera de la cultura popular ocupará un lugar diferente al del arte, vinculada a la estructura político-económica. Los estudios culturales verán en lo popular ideologías dominantes, escenarios de poder y de resistencia al poder.

El culturalismo acertó también en su crítica al individualismo de la crítica moderna representada en el *leavisnismo*. Pero el presupuesto colectivista se orientó ideológicamente hacia la clase social, que constituyó el prisma desde el cual serán vistos los valores colectivos de la cultura popular, en función de la ideología de clase.

La relativa autonomía de la cultura: primeros trabajos

En los años sesenta los estudios culturales se institucionalizaron con la creación del Center for Contemporary Cultural Studies en la Universidad de Birmingham. A lo largo de esta década se desarrollaron los primeros estudios en el área. Varios componentes caracterizaron la «vocación idealista» de los primeros trabajos: el interés por indagar acerca de la experiencia social, vinculada a la clase obrera; el estudio de diferentes subculturas juveniles en Inglaterra a partir de 1945; por supuesto, la centralidad de la cultura popular, a través de cuyas formas los estudios trataron de dar cuenta de las relaciones entre clases y subculturas; por último, los análisis emplearon generalmente, y con mayor o menor precisión, herramientas etnográficas que trasladaron al método el interés por indagar acerca de los aspectos subjetivos y la experiencia humana.

En un principio, la propuesta británica fue vista desde este presupuesto idealista, a modo de marco teórico y analítico novedoso para indagar sobre «el espacio del significado en el conjunto de la estructura político-económica» (Carey, 1977). En los años sesenta, la perspectiva tuvo eco en los estudios de comunicación norteamericanos. Los estudios culturales representaron la reacción a la tradición del funcionalismo-estructural que, a excepción de la Escuela de Chicago, había dirigido la sociología de los medios hacia la corriente de aná-

lisis dominante, la *Mass Communication Research*. En el otro extremo se situó la tradición crítica de Adorno y Horkheimer. En ambos casos la cultura popular apenas encontraba cabida en los estudios mediáticos «serios» o, si lo hacía, únicamente era objeto de crítica peyorativa. La reacción al funcionalismo y la apuesta por la cultura, que figuró en la propuesta de intenciones del CCCS (1966-1972), respondían al interés de investigadores contrarios al empirismo, a modelos científico-naturales y al racionalismo de la tradición funcionalista. (Alexander, 1990; Hoover, 1995). En efecto, el enfoque funcional de la cultura dio prioridad al orden social, en función del cual se ponían los medios de masas y las formas populares.

En este momento la sociología experimentó un giro hacia la cultura. La dimensión cultural se hizo imprescindible para comprender los fenómenos sociales en toda su complejidad. Esta tendencia significó la apuesta por el significado y la interpretación del significado en la línea de tradiciones hermenéuticas vinculadas a autores como Dilthey, P. Ricoeur o C. Geertz. Desde la perspectiva hermenéutica, el funcionalismo reducía el horizonte cultural a la sociedad empírica; los «valores» de la cultura, a ideas «irreales» y variables dependientes, «suaves», de los hechos «reales» o variables sociales «duras» (Alexander, 2003). En el contexto de este debate sociológico, los estudios culturales y su apuesta por la cultura (popular) parecían no excluir cuestiones de orden social, de poder y de conflicto de poderes; no obstante, la noción de cultura ubicaba estos temas en un contexto más amplio. Desde esta óptica, cabría así estudiar movimientos y relaciones sociales que se formaban fuera de las estructuras de producción y consumo dominantes y, por esta línea, conceder una mayor autonomía a las manifestaciones de la cultura y de los medios de masas (Carey, 1977, 1989).

Los primeros trabajos realzaron esta dimensión cultural; por ejemplo, la propia obra de Richard Hoggart *The Uses of Literature*, los estudios sobre subculturas juveniles de posguerra agrupados bajo el título *Resistance Through Rituals* (1976) o los trabajos sobre revistas femeninas para adolescentes (McRobbie, 1991)²². En todos ellos las manifestaciones culturales creaban un espacio simbólico, un territorio común, autónomo, a través del cual los miembros del grupo se definían a sí mismos, identifican su relación con otras culturas grupales y respondían a conflictos y cambios sociales.

Con todo, este énfasis en los aspectos culturales incorporó presupuestos también comunes a los trabajos que planteaban una actitud ambivalente respecto a dicha autonomía de la cultura o culturas populares. Primero, la cultura siempre suponía un significado ideológico. Las culturas populares —magazines, estilos de música e indumentaria juveniles—,

²² Entre los autores más conocidos de la primera generación de Birmingham figuran el propio Richard Hoggart, Stuart Hall, Charlotte Brunston, Phil Cohen, Simon Frith, Paul Gilroy, Dick Hebdige, Dorothy Hobson, Angela McRobbie, David Morley o Paul Willis. Los trabajos fueron publicándose en la revista del Centro, *Working Papers in Cultural Studies* (1966-1972).

si bien ofrecían ciertos espacios desvinculados del orden social, no obstante, dichos espacios simbólicos cumplían una función preferentemente ideológica²³. Segundo, esta función ideológica respondía a un proceso de producción o, mejor, de re-producción de culturas subordinadas (cultura femenina, subculturas juveniles, la cultura de la clase obrera). He aquí las fases del proceso, tal y como fueron planteadas por J. Clarke, S. Hall, T. Jefferson y B. Roberts en la introducción al libro que reúne aquellos primeros trabajos sobre subculturas (Hall y Jefferson, eds., 1976). Dicho proceso respondía esencialmente a una comprensión materialista de la cultura en la línea de Antonio Gramsci (1955). La sociedad estaba formada por grupos que compartían determinadas condiciones materiales e históricas. Ello permitía cierto intercambio cultural entre unos grupos y otros, pero siempre dentro de un campo restringido de posibilidades. Las relaciones entre grupos se caracterizaban siempre por la desigualdad en términos de medios materiales, poder y estatus social. También las culturas grupales reflejaban esta jerarquía de «poder cultural». La cultura de quienes poseían el poder se veía reafirmada y legitimada por encima de las otras culturas, que se subordinaban a la dominante.

Así, pues, la cultura expresaba directamente posiciones de poder. Explicitarlas era el cometido principal de los trabajos. La interpretación de las formas populares consistía en señalar el uso ideológico que se hacía de la cultura popular. Las clases dominantes y subordinadas poseían su propia cultura. Una cultura ascendía sobre otra en el *ranking* del poder cultural. Y el grupo de la cultura subordinada se interpretaba a sí mismo en los términos prescritos por la ideología dominante. En definitiva, se trataba de desvelar el proceso que Gramsci sintetizó en el concepto de hegemonía cultural y que los estudios culturales aplicaron al análisis de las formas populares (Bennett, 1986).

El significado ideológico de los textos populares: años setenta y después

En la década de los setenta los estudios rotaron hacia el presupuesto racionalista bajo el impulso de Stuart Hall (1980b). Dos objetivos incidieron en el poder de la estructura social sobre la cultura: el afán por descubrir la ideología oculta en las manifestaciones populares y el influjo del estructuralismo francés a través de R. Barthes (1977, 1986).

²³ «La función latente de la subcultura (culturas juveniles de la clase obrera) es ésta: expresar y resolver, aunque sea “mágicamente”, las contradicciones acalladas o no resueltas en la cultura de sus padres. Las sub-culturas procedentes de la cultura de los padres, generadas por esta última, pueden ser consideradas como muchas variaciones de un tema central, esto es, la contradicción, en el nivel ideológico, entre el puritanismo tradicional de la clase obrera y la nueva ideología del consumo (...). Todas representan en sus maneras peculiares, un intento de retener elementos de cohesión social destruidos en la cultura de sus padres, y combinar éstos con otros elementos seleccionados de otras fracciones de clases, simbolizando una u otra de las opciones confrontándolas» (Cohen, 1972: 23).

El proceso hegemónico por el cual una cultura se imponía sobre otras repercutía en estas últimas provocando tres actitudes: aprobación, negociación o rechazo de la cultura dominante. Estas respuestas determinaron el modelo teórico de S. Hall (1980a) sobre la creación y recepción de mensajes televisivos —*Encoding/decoding*—. Era una aplicación del concepto de hegemonía al estudio de los medios. Hall tradujo la noción gramsciana y sus implicaciones sociales a un marco de categorías analíticas, según las cuales los medios de masas codificaban los significados en el contexto de la cultura dominante. Estos significados eran descodificados luego activamente por el grupo de acuerdo con tres tipos de lecturas. Una consistía en incorporar los mensajes a su propia cultura de grupo. Otra establecía cierta negociación que los contrastaba con sus parámetros culturales. La última se resistía y oponía a dichos significados.

La interpretación ideológica de los códigos populares definió así los objetivos principales que animaron a los estudios culturales durante esta segunda etapa (CCCS, 1972-1982). Por entonces, la noción de ideología se impuso en el estudio del cine y otros géneros populares por medio de revistas como *Screen* o numerosas publicaciones del British Film Institute (Dyer, 1981; Feuer, 1983, 1984; Gerarthy, 1981). El análisis semiótico contribuyó a esta lectura ideológica de significados inscritos en la estructura del texto. En esta línea de la semiótica-estructural, los estudios se centraron en mostrar la función básica de la cultura popular: colaborar con el establecimiento del *statu quo*, es decir, mantener un orden social dominante. Las imágenes populares reproducían temas familiares, admitidos por el conjunto de la sociedad, elegidos selectivamente y contruidos dentro de una estructura coherente. La imagen viva de estas estructuras estereotipadas, fácilmente reconocible, naturalizaba el discurso dominante y fijaba en el plano simbólico las fronteras de la cultura, excluyendo lo que no figuraba dentro de ellas.

En los años noventa, Hall (1996) sugirió orientar los análisis hacia el estudio del «discurso». El autor empleó el término en el sentido en el que Foucault definió las prácticas de poder o formaciones discursivas —*epistemes*— que determinaban los esquemas de pensamiento de un determinado periodo. Hall propuso entonces un análisis de los discursos populares como modo de desenmascarar las categorías mentales de nuestra época y, al hacerlo, determinar las estructuras de poder que las condicionaban. Las formas discursivas «posicionaban» o predisponían el conocimiento del espectador hacia una u otra interpretación del texto.

A finales de los años ochenta los estudios culturales perdieron identidad teórica. La semiótica fue cediendo a un estructuralismo de corte marxista —Althusser— y a diferentes teorías posmodernas, en la línea de autores como Derrida o el ya citado Foucault²⁴. La propia

²⁴ Acerca del posmodernismo de los estudios culturales y el debate generado, véase McRobbie (1994).

tradición entró en una fase de reflexión que se aceleró en la década de los noventa. Este periodo coincidió con la reestructuración política y social que experimentó Europa con la caída del comunismo y el debilitamiento del marxismo.

El recorrido por la aproximación revela una insistencia en la clase social que reafirma una estructura de confrontación, sitúa ideológicamente a los estudios culturales en uno de los lados de la contienda entre dominadores y dominados, el de los dominados, y, en último término, remite a las fuerzas materiales de la existencia como pautas de interpretación ideológica de la cultura popular. Estamos ante una comprensión racionalista de una cultura popular externa al ámbito cultural, el del poder simbólico, y cercana al poder socioeconómico. Los estudios sobre cultura popular acentúan la estructura social que, desde esta óptica, define el terreno de los valores y las sensibilidades populares.

Influencias posteriores a los años setenta hicieron pendular los análisis del texto al contexto. Varios trabajos se orientaron hacia el estudio de la recepción (Ang, 1989; Morley, 1992). Con ello, realzaron las otras dos lecturas negociadora y opositora a través de un análisis de corte etnográfico. La vuelta a la etnografía no fue neutra. De nuevo, presupuso un énfasis en la cultura. Estos estudios potenciaron la actividad cognitiva del público frente a la pre-determinación ideológica del texto.

Pese a ello, el anterior enfoque recurrente de los estudios culturales ha sido, a nuestro juicio, la causa principal de su marginación a un coto cerrado de la investigación académica. Aportaciones posteriores de A. McRobbie, D. Morley o M. Gillespie, aunque conocidas, no han tenido suficiente eco en nuestro país. La lectura que hasta la fecha se ha hecho de los estudios culturales en España ha sido escasa y pobre, debido a esta reducción ideológica de los estudios y a su contraposición en el ámbito de la comunicación, donde, según lo visto, han tenido más acogida, con el otro enfoque de alcance y de corte liberal, la *Mass Communication Research*.

En los umbrales del siglo XXI la realidad cultural se resiste, en fin, a ser clasificada en cultura capitalista y cultura obrera, enfrentadas en oposición dialéctica. Bourdieu (1986a) ha ofrecido una explicación de los gustos populares a través de otras variables distintas a la clase social. El prisma de lo popular se amplía. Los estudios sobre comunidades obreras han dado paso al análisis de otros grupos sociales. El trabajo de M. Gillespie *Television, Ethnicity and Cultural Change* (1995) ha planteado cuestiones sobre la construcción de las identidades sociales diferentes a las viejas preguntas sobre culturas de clase o ideologías políticas. Una recopilación reciente de estudios sobre medios de comunicación —*Media and Cultural Theory* (Curran y Morley, eds., 2006)— parece renovar la perspectiva de los estudios culturales con nuevos temas y objetivos de análisis.

Una propuesta para revitalizar los estudios culturales: la sociología cultural

Desde sus orígenes, la escuela británica se identificó con una «sociología de la cultura» —en palabras de Williams (1961)— que J. C. Alexander reconoce, a su vez, como propuesta sociológica «débil» respecto a lo que este autor considera el programa «fuerte» de la «sociología cultural» (Alexander, 2003). Ambas tradiciones se asemejan aparentemente. Las dos comparten el ya advertido enfoque idealista que, a mediados del siglo xx, motivó nuevas perspectivas sociológicas. Sociología de la cultura y sociología cultural apelan a los significados colectivos para cuestionar críticamente la realidad social. Una y otra revalorizan la cultura y el estudio de la cultura en las ciencias sociales en contraposición al racionalismo de la tradición funcionalista. No obstante, las dos tradiciones difieren esencialmente en los presupuestos teóricos y, por lo tanto, en sus explicaciones, modelos y supuestos metodológicos.

La «sociología de la cultura» parte de una visión racionalista. La cultura es superestructura, ideología o variable dependiente de la estructura social. La razón de los significados culturales está fuera del propio dominio de la cultura. Dichos significados reflejan las variables «duras», los factores materiales, «reales» del orden social. En esta línea de la sociología de la cultura, la escuela de Birmingham fue incapaz de superar una postura racionalista de la cultura. Tras idas y venidas, el modelo del materialismo cultural acabó en una reducción de la cultura popular a la estructura socioeconómica. La perspectiva permaneció siempre en los límites ideológicos de su crítica a la cultura neoliberal. Al término de su camino, la cultura popular quedaba abocada a la manipulación ideológica más o menos directa.

La «sociología cultural» adopta una postura idealista. La cultura no es una cosa, sino una dimensión; es una variable independiente que entreteje la estructura social desde dentro. Este reconocimiento tajante de la «autonomía cultural» respecto a la estructura resulta básico para establecer una línea sólida de análisis cultural, en palabras de Alexander. Desde esta perspectiva, los significados culturales revisten un poder simbólico capaz de dirigir el deseo de colectividades, decidir sobre las formas de organizar las instituciones, representar la sustancia moral de las leyes y, en definitiva, generar los significados y las motivaciones que subyacen en las variables «duras» de la «sociología de la cultura»: las fuerzas tecnológicas, económicas, políticas o militares (Alexander, 2003).

La perspectiva de Alexander observa la cultura como un «proceso» (Spillman, 2002). En este punto se aproxima al planteamiento de los estudios culturales. La cultura no es sólo una serie de prácticas, costumbres o hábitos sociales ni representa únicamente un conjunto de formas, artefactos o productos artísticos. Sin embargo, hacer «sociología cultural» re-

quiere concebir dicho proceso como productor de significados, afectos, emociones e idealizaciones colectivas (Alexander, 2003). Por el contrario, lo hemos advertido ya, una sociología de la cultura en la línea de los estudios culturales concibe el proceso cultural como reproducción de relaciones sociales, poderes políticos y fuerzas económicas.

TABLA 2

«Sociología de la cultura» (estudios culturales) *versus* «sociología cultural»

Tradición	«Sociología de la cultura» (Escuela de Birmingham)	«Sociología cultural»
<i>Presupuestos</i>	Racionalismo («relativa» autonomía cultural).	Idealismo (autonomía cultural).
<i>Modelos</i>	Neomarxismo/marxismo-estructural/post-estructuralismo.	Hermenéutica estructural.
<i>Autores influyentes</i>	A. Gramsci, M. Foucault, P. Bourdieu.	Dilthey, C. Geertz, P. Ricoeur.
<i>Cultura</i>	Superestructura, ideología, <i>variable dependiente</i> de fuerzas eternas.	<i>Variable independiente</i> que entreteje la estructura social desde dentro.
<i>Proceso cultural</i>	Re-producción de la estructura social, relaciones sociales, fuerzas materiales o poderes sociales.	Creación de significados, afectos, emociones, idealizaciones colectivas.
<i>Estudio de la cultura</i>	Metodología ecléctica, abstracciones según el modelo neomarxista, estudios etnográficos, semiótica estructural en la línea de R. Barthes.	Aplicación de una lectura «rica» de los textos sociales, en la línea de Geertz, Ricoeur y estudios literarios (Aristóteles, Frye, Brooks).

El presupuesto no racionalista de la sociología cultural propugna el modelo de una hermenéutica estructural. Para Alexander, sólo este compromiso con una interpretación «densa» de los textos sociales, tal y como propugna Geertz (1990), hace justicia a la autonomía cultural. Esta hermenéutica del texto orienta los supuestos metodológicos de la sociología cultural hacia los estudios literarios (Ricoeur, 1987, 1991; Brooks, 1976; Frye, 1957). El método contrasta así con la descripción neomarxista de la cultura en términos de pseudovalores, ideologías, normas, fetiches, o la lectura de una semiótica estructural (Eco, 1972; Barthes, 1977, 1986, 1990).

La nueva perspectiva no ignora los factores materiales: intereses de raza, nación, religión, partidos políticos, demandas de la economía capitalista, etc. Ésta podría ser la primera objeción a plantear desde una sociología de la cultura. Desde la óptica de la sociología cultu-

ral, dice Alexander, cualquier acción, ya sea instrumental o reflexiva, se inserta en un horizonte de significado. Lo mismo afirma de las instituciones que contemplan siempre fundamentos ideales pese a que tengan un carácter más o menos impersonal o tecnócrata. A su juicio, la apuesta por la autonomía de la cultura y el estudio de los significados en sí mismos, no en relación a otras variantes, permite comprender las estructuras culturales en su complejidad y dar respuesta a cuestiones de violencia, dominación, exclusión o conflicto social (Alexander, 2003). Pero esta explicación posterior requiere, antes, la apuesta clara por una consideración autónoma de la cultura. Contra explicaciones que enfatizan mecanismos de evasión y soluciones ilusorias hacia dilemas de libertad y determinación (los estudios culturales analizados, por ejemplo, de Hall y Jefferson, eds., 1976, o McRobbie, 1991), la sociología cultural examina lo concreto para, de acuerdo con Alexander, tratar de anclar el estudio de la cultura en la causalidad de la ciencia social mediante una explicación detallada del modo en el que los significados interfieren concretamente en las acciones e instituciones sociales.

Propuestas de aplicación de una sociología cultural encontramos en los estudios sociológicos del propio Alexander (2003, 2006) o de sociólogas como M. Lamont (1999, 2000) y N. Spillman (2002). En el ámbito de los medios populares quedaría por analizar toda una serie de trabajos que pueden adherirse a esta propuesta de la sociología cultural (Mukerji y Schudson, 1991; Schudson, 1995, 2006; Press, 2005). En cualquier caso, la sociología cultural queda planteada como propuesta teórica abierta a nuevos trabajos de reflexión teórica y aplicación a estudios sobre cultura popular.

CONCLUSIONES

Horkheimer y Adorno prefiguraron una visión instrumental, extrínseca, de la cultura de masas. Los productos culturales responden eficazmente a las exigencias de producción y consumo de la sociedad capitalista. La teoría crítica abrió una brecha entre el arte y la cultura de masas. En este sentido, los teóricos de Frankfurt se sumaron a una tradición moderna de crítica hacia la cultura de masas culpable del decaimiento humano de nuestras sociedades modernas. A partir de entonces, los objetos de la cultura popular, bienes de consumo al servicio de intereses socioeconómicos, requerirán una aproximación distinta a las obras de arte.

Esta visión instrumental de la cultura de masas se debió, precisamente, a la definición que Adorno y Horkheimer propusieron dar a los objetos de la cultura de masas como expresión de una acción dirigida a racionalizar eficazmente la producción de bienes culturales con vistas a su consumo. Se trató de una auténtica factoría de la cultura o, en sus términos,

una «industria cultural» impulsada por el objetivo prioritario de obtener beneficios. Por este camino, los objetos culturales se convirtieron en medios para los fines económicos de la sociedad moderna. De ahí, la cultura de masas se aprovechó de formas artísticas, de la música, la literatura o el teatro, con un interés exclusivamente económico. Las formas se revestían de un significado ideológico, pues, más allá de recordar a las propias del arte, servían a las actividades del mercado, no a la esfera del arte.

La tradición británica de los estudios culturales surgió de un intento de superar el anterior materialismo cultural. Pero la perspectiva crítico-ideológica que adoptó siguió reafirmando una lectura externa a la cultura popular, en la línea abierta por sus predecesores modernos. El interés político fue el fin externo que determinó el contenido hegemónico de las formas populares. Decir que todo era cultura —Gramsci— equivalía a confirmar la colonización del mundo de la cultura por el mercado y la política. El compromiso político estaba en la base de la actividad productora del supuesto arte popular, por lo que sus formas no se correspondían con los objetos de la cultura. La designación de «cultura» popular contradecía el contenido ideológico que definía la naturaleza de sus productos.

En la línea de Williams discurrieron los estudios culturales de los años sesenta. Los estudios de esta primera generación entendieron la cultura como un proceso creativo de significados reveladores de la clase social. Los análisis trataron de separarse de un marxismo ortodoxo y concedieron a la cultura popular cierta autonomía y «resistencia» frente al sistema dominante. Desde aquí examinaron el ámbito de la cultura popular como ejercicio del poder mediante una interpretación ideológica de sus formas. Esta crítica ideológica, más notable aún en los años setenta, se centró en mostrar cómo diferentes manifestaciones populares se convertían en fórmulas eficaces de identificación simbólica con un individuo liberal, inmerso en un orden capitalista.

La teoría que ha nutrido de categorías a los estudios culturales presupone una reducción de las formas de la cultura popular a «hechos» sociales. Así lo ha advertido recientemente Carroll (1998) en su crítica al trabajo de J. Fiske. El fenómeno de la cultura popular es socioeconómico. Las cualidades estéticas de sus objetos son aparentes. La cultura popular reproduce y refuerza ideológicamente una posición política de dominio. Pero no se trata ya de una manifestación puramente mecánica de la estructura económica. Las formas de la cultura popular reflejan fisuras y discontinuidades, lo cual acentúa todavía más su dimensión política: la cultura popular se convierte en terreno del poder y de resistencia al poder. El concepto de hegemonía vincula los significados de la cultura popular a un interés político, al del sistema social dominante o al del grupo que opone resistencia. A través de los estudios mediáticos y la óptica del público, los estudios culturales se situaron más claramente en el lado opuesto a dicha estructura socioeconómica. Desde aquí intentaron formular

modos de percepción que parecían contradecir la mera reproducción de contenidos ideológicos por parte de unos medios populares siempre entendidos a merced del poder político o del mercado.

Los estudios culturales heredaron la visión extrínseca de los teóricos de Frankfurt y la aplicaron a la cultura popular: los productos culturales están condicionados por factores económicos y políticos, externos al contenido, que neutralizan e incluso llegan a anular cualquier valor cultural del objeto. Pese al rechazo inicial del materialismo cultural, paradójicamente, continuaron dentro de su planteamiento. El rechazo explicó un acento en la actividad del público frente a las estructuras del mercado. La similitud radicó en la idéntica comprensión de los objetos de la cultura popular como artefactos al servicio de un interés social, externo. Los productos populares representaron un eslabón más de la incursión de la actividad económica y política en la cultura. Actualmente, en cuestión de método, hay quienes se decantan por un estudio empírico de lo que piensa el público, quienes se fijan en lo que dicen los productores o quienes mezclan varias de estas u otras perspectivas. En cualquiera de los casos, los investigadores se sitúan en un campo próximo al de la sociología de la cultura, donde los textos populares son descritos en función de relaciones de poder.

Al éxito inicial de los *cultural studies* siguieron, sobre todo en los años noventa, críticas negativas no sólo desde la sociología, ciencia madre que nutrió a la corriente. Otras disciplinas como la antropología se hicieron eco de dichas críticas cuando vieron que el auge de tales estudios empezaba a acaparar su propia área de investigación (Reynoso, 2000). Hay quienes, como Mattelart, se han referido a la «mancha de aceite cultural» para designar la incursión de los estudios culturales en multitud de ámbitos y objetos de estudio. La novedad inicial dio paso a un malestar fuera del ámbito que trajo consigo numerosos intentos de desecharlo como disciplina seria o, por el contrario, revitalizarlo desde dentro como propuesta útil. Ataques y defensas ofrecieron títulos de moda a muchas editoriales y revistas. Al final, la década de los noventa, que al principio parecía augurar la agonía de los estudios culturales, vio su proliferación (trescientos libros publicados sólo en estos años —véase Ferguson, 1997—).

En este punto se ha situado nuestra propuesta de revitalizar los estudios culturales en la línea de una sociología cultural, teorizada por J. C. Alexander, y aplicada, por ejemplo, por M. Lamont (2000) al estudio de comunidades étnicas. Frente a la sociología de la cultura en la que desemboca la perspectiva culturalista, la sociología cultural se centra efectivamente en la cultura y, desde aquí, interpreta lo social. La aplicación de esta otra perspectiva no suple la inestabilidad de unos estudios culturales que, así los definió Carey (1997: 47), «surgen en condiciones diversas y deben hablar al ritmo, al paso y con la textura de las culturas que pretenden explicar». Pero la sociología cultural proporciona herramientas

válidas para consolidar una perspectiva de análisis cultural por encima de la coyuntura política e ideológica que repercute aún más en el carácter movable y particular de este tipo de estudios.

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, T. W. (1945): «A Social Critique of Radio Music», *Kenyon Review*, vol. 7, n.º 2, pp. 208-217.
- (1968): *Introduction to the Sociology of Music*, New York, Continuum.
- (1990): «Culture industry reconsidered», en J. C. Alexander y S. Seidman (eds.), *Culture and Society: Contemporary Debates*, Cambridge/New York, Cambridge University Press, pp. 275-282.
- ADORNO, T. W., y HORKHEIMER, M. (1972): *The Cultural Industry as Mass Deception*, New York, Dialectic of Enlightenment, Seabury Pen, pp. 120-167.
- ALEXANDER, J. C. (1987): *Twenty Lectures*, New York, Columbia University Press.
- (2003): *The meanings of social life: a cultural sociology*, New York, Oxford University Press.
- ALEXANDER, J. C., y SIEDMAN, S. (eds.) (1990): *Culture and Society: Contemporary Debates*, Cambridge/New York, Cambridge University Press.
- ALEXANDER, J. C.; GIESEN, Bernhard, y MAST, Jason L. (eds.) (2006): *Social performance: symbolic action, cultural pragmatics, and ritual*, Cambridge, UK/New York, Cambridge University Press.
- ANG, I. (1989): *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London, Routledge (*Het Geval Dallas*, Uitgeverij SUA, 1982).
- ARENDT, H. (1993): *La condición humana*, Barcelona, Paidós (*The Human Condition*, University of Chicago Press, 1958, trad. R. Gil Novales).
- (1996): «La crisis en la cultura: su significado político y social», en *Entre pasado y futuro. Ocho ejercicios de reflexión política*, Barcelona, Península.
- BARTHES, R. (1977): *Ensayos críticos*, Barcelona, Seix Barral (*Essais Critiques*, París, Éditions du Seuil, 1964).
- (1986): «Retórica de la imagen», en *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, voces, textos*, Buenos Aires, Paidós, pp. 29-47 («Rhétorique de l'image», *Communications*, n.º 4, 1964, pp. 40-51).
- (1990): *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós.
- BELL, D. (1977): *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza.
- BENJAMIN, W. (1972): «The Work of Art in the Mechanical Reproduction», en *Illuminations*, ed./introd. H. Arendt, London, Fontana Press, trad. H. Zohn, pp. 211-244.
- BENNETT, T. (1986): «Popular Culture and the turn to Gramsci», en T. Bennett, C. Mercer y J. Woollacott (eds.), *Popular Culture and Social Relations*, Open University Press/Milton Keynes, pp. xi-xix.
- BOURDIEU, P. (1986a): «The Aristocracy of Culture», en R. Collins, J. Curran, N. Garnham, P. Scannell, P. Schlesinger y C. Sparks (eds.), *Media, Culture and Society: A reader*, London/Beverly Hills, Sage, pp. 164-193 (extract. *La distinction*, Éditions de Munit, trad. R. Nice, pp. 9-61).

- BOURDIEU, P. (1986b): «The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods», en R. Collins, J. Curran, N. Garnham, P. Scannell, P. Schlesinger y C. Sparks (eds.), *Media, Culture and Society: A reader*, London/Beverly Hills, Sage, pp. 131-163.
- BROOKS, P. (1976): *The Melodramatic Imagination*, New Haven, Yale University Press.
- CAREY, J. W. (1977): «Mass Communication Research and Cultural Studies: An American view», en J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacott (eds.), *Mass Communication and Society*, London, Arnold/Open University Press, pp. 409-425.
- (1989): *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, London, Unwinhyman.
- (1997): «Reflections on the Project of (American) Cultural Studies», en M. Ferguson y P. Golding (eds.), *Cultural Studies in Question*, London, Sage, pp. 1-24.
- CARROLL, N. (1998): *A philosophy of Mass Art*, Oxford, Clarendon Press.
- CASHIMORE, E., y ROJEK, C. (eds.) (1999): *Dictionary of Cultural Theorists*, London, Arnold.
- CAWELTI, J. G. (1977): *Adventure, Mystery, and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture*, Chicago/London, University of Chicago Press.
- CCCS (1966-1972): *Stencilled Occasional Papers*, Birmingham, University of Birmingham.
- (1972-1982): *Working Papers in Cultural Studies*, Birmingham, University of Birmingham.
- COHEN, P. (1972): «Subcultural Conflict and Working Class Community», *Working Papers in Cultural Studies*, 2, Birmingham, University of Birmingham.
- CURRAN, J.; MORLEY, D., y WALKERDINE, V. (comps.) (1996): *Cultural Studies and Communications*, London, Arnold.
- CURRAN, J., y MORLEY, D. (eds.) (2006): *Media and Cultural Theory*, London, Routledge.
- DANTO, A. (1999): *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia*, Barcelona, Paidós.
- DU GAY, P. (ed.) (1997): *Production of Culture/Cultures of Production*, London, SAGE/Open University Press.
- DURING, S. (ed.) (1994): *The Cultural Studies Reader*, New York/London, Harvester.
- DYER, R. (ed.) (1981): *Coronation Street*, London, British Film Institute.
- ECO, U. (1972): *Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message*, Working Papers in Cultural Studies, CCCS, 3, pp. 103-121.
- ELIOT, T. S. (1963): *Notes towards the Definition of Culture*, London, Faber and Faber.
- FERGUSON, M., y GOLDING, P. (eds.) (1997): *Cultural Studies in Question*, London, Sage.
- FEUER, J. (1983): «The concept of live television: ontology as ideology», en E. A. Kaplan, *Regarding Television. Critical Approaches: An anthology*, Los Angeles, The American Film Institute, pp. 12-22.
- (1984): «Melodrama, Serial Form, and Television Today», *Screen*, vol. 25, n.º 1, pp. 4-16.
- (1995): *Seeing through the Eighties. Television and Reaganism*, London, Duke University Press.
- FISKE, J. (1989): *Understanding the Popular*, London, Unwin Hyman.

- FISKE, J. (1997): *Television Culture*, London/New York, Routledge.
- FRYE, N. (1957): *Anatomy of Criticism*, New Jersey, Princeton University Press.
- GEERTZ, C. (1990): *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa Mexicana.
- GERARHTY, C. (1981): «The continuous Serial: A definition», en R. Dyer (ed.), *Coronation Street*, London, British Film Institute.
- GILLESPIE, M. (1995): *Television, Ethnicity and Cultural Change*, London, Routledge.
- GODING, P., y MURDOCK, G. (1991): «Culture, Communications, and Political Economy», en J. Curran y M. Gurevitch (eds.), *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold.
- GOODHEART, E. (1997): *The Reign of Ideology*, New York, Columbia University Press.
- GRAMSCI, A. (1971): *Selection from Prison Notebooks*, New York, International Publishers.
- GRAY, A., y MCGUIDAN (eds.) (1993): *Studying Culture: An introductory reader*, London, Edward Arnold.
- GROSSBERG, L.; NELSON, C., y TREICHLER, P. (eds.) (1992): *Cultural Studies*, London, Routledge.
- HALL, S. (1980a): «The Television Discourse: Encoding and Decoding», en S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language*, London, Routledge.
- (1980b): «Cultural Studies: Two Paradigms», *Media, Culture & Society*, vol. 2, n.º 1, pp. 57-72.
- (1996): *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London, Open University Press.
- HALL, S., y JEFFERSON, T. (eds.) (1976): *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*, London, Hutchinson.
- HOOVER, S. M. (1995): «Media and the moral order in postpositivism Approaches to media studies», *Journal of Communication*, vol. 45, n.º 1, pp. 136-146.
- LAMONT, M. (ed.) (1999): *The cultural territories of race: black and white boundaries*, Chicago, University of Chicago Press.
- (2000): *The dignity of working men: morality and the boundaries of race, class, and immigration*, New York (NY), Russell Sage Foundation/Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- LYOTARD, J. F. (1979): *La Condition postmoderne*, Paris, Minuit.
- MacINTYRE, A. (1987): *Tras la virtud*, Barcelona, Crítica.
- (1990): «The privatization of Good: An Inaugural Lecture», *Review of Politics*, vol. 52, n.º 3, pp. 344-361.
- (1998): «Practical Rationalities as Forms of Social Structure», en K. Knight, *The MacIntyre Reader*, Cambridge, Polity Press.
- McROBBIE, A. (1991): *Feminism and youth culture: from «Jackie» to «Just seventeen»*, Houndmills/Basingstoke/Hampshire, Macmillan.
- (1994): *Postmodernism and popular cultura*, London/New York, Routledge.
- MORLEY, D. (1992): *Television, Audience and Cultural Studies*, London, Routledge.

- MUKERJI, C., y SCHUDSON, M. (1991): *Rethinking popular culture: contemporary perspectives in cultural studies*, Berkeley, University of California Press.
- MÜNCH, R., y SMELSER, N. (eds.) (1992): *Theory of Culture*, Berkeley, University of California Press.
- NASH, C. (1990): «How Primordial is Narrative?», en C. Bell (ed.), *Narrative in Culture: The Uses of Storytelling in the Sciences, Philosophy and Literature*, London, Routledge, pp. 172-198.
- PANOFSKY, E. (2000): «El estilo y el medio en la imagen cinematográfica», en *Sobre el estilo. Tres ensayos inéditos*, Barcelona, Paidós, pp. 113-152 (*Three Essays on Style*, ed. I. Lavin, trad. R. Molina y C. Mora).
- (1995): *El significado en las artes visuales*, Madrid, Alianza Forma.
- PRESS, A. (2005): «Book Clubs: Women and the Uses of Reading in Everyday Life», *Contemporary Sociology*, vol. 34, Issue 2, p. 160.
- REYNOSO, C. (2000): *Auge y decadencia de los estudios culturales. Una visión antropológica*, Barcelona, Gedisa.
- RICOEUR, P. (1991): «Auto-Compréhension et histoire», en T. Calvo y R. Ávila (eds.), *Paul Ricoeur: Los caminos de la interpretación*, Barcelona, Anthropos.
- (1987): *Tiempo y narración*, I y II, Madrid, Ediciones Cristiandad.
- RORTY, R. (1997): *Objetividad, relativismo y verdad*, Barcelona, Paidós.
- SCHUDSON, M. (1995): *The power of News*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- (2006): «The Virtues of an Unlovable Press», *Political Quarterly*, vol. 77, p. 23.
- SPILLMAN, L. (ed.) (2002): *Cultural sociology*, Malden (MA), Blackwell Publishers.
- STOREY, J. (1992): *Cultural Theory and Popular Culture*, London/New York, Harvester.
- TURNER, G. (ed.) (1990): *British Cultural Studies: An Introduction*, London, Routledge.
- WILLIAMS, R. (1958): *Culture and Society 1890-1950*, London, Chatto & Windus.
- (1961): *The Long Revolution*, London, Chatto & Windus.
- (1974): *Television: Thechnology and Cultural Form*, London, Fontana.
- (1985): *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*, New York/Oxford, Oxford University Press.
- (1993): «Culture is Ordinary», en A. Gray y J. McGuidan (eds.), *Studying Culture: And Introduction Reader*, London, Edward Arnold, pp. 5-14.