

Leo Lowenthal

Perspectivas históricas de la cultura popular

Este ensayo ha sido escrito con un objetivo provocador, por una persona que a lo largo de un notable número de años se ha ocupado de la investigación empírica y que recientemente ha sido encargada de dirigir un programa de investigación de gran aliento. El autor ha asumido la tarea de hacerse portavoz de un enfoque crítico hacia la cultura popular que algunos podrían llamar "teoría social" y otros "crítica anticuada, abstracta". Dicho de modo más exacto, se examinarán aquí los diversos aspectos de aquel cuadro de presupuestos históricos y teóricos, que son —según mi punto de vista— el requisito básico para el estudio de las comunicaciones de masa y que, no obstante, constituyen todavía una zona inexplorada para las ciencias sociales contemporáneas. No conozco nada que pueda arrojar más luz sobre esta zona inexplorada que el análisis hecho por Tocqueville sobre la obsesión que hace un siglo dominaba al espíritu americano, impulsándolo a la investigación de los hechos.

"La praxis de los americanos induce su mente a fundar la medida de su juicio únicamente en ellos mismos. Tan pronto se dan cuenta que están consiguiendo resolver sin la ayuda de otros todas las pequeñas dificultades que encuentran en la vida cotidiana, concluyen inmediatamente que todo se puede explicar y que nada en el mundo se les escapa a su comprensión. De esta suerte llegan a negar lo que no atinan a comprender; lo cual los deja con muy poca fe en los hechos extraordinarios y con una aversión casi invencible por lo sobrenatural.

Dado que están habituados a tener seguridad sobre su propio testimonio, gustan de delimitar con extrema claridad el objeto de su atención; por esa razón, ellos hacen lo posible por quitar del camino todo obstáculo. Se desembarazan de cualquier cosa que los separe del objeto o lo oculte a su vista para poder ver más de cerca y a la plena luz del día. Esta disposición mental rápidamente los conduce a la condena de aquellas formas que consideran velos inútiles e incómodos, colocados entre ellos y la verdad."¹

Mi defensa a favor de estos velos encubridores se articula en cinco grupos un poco asistemáticos de observación: 1) resultará que el debate sobre

1. Alexis de Tocqueville, *Democracy in America*, New York, Knopf, 1945, p. 4

la cultura popular tiene dentro de la historia moderna un siglo de tradición; 2) se establecerá el lugar histórico de la cultura popular contemporánea; 3) se intentará una valoración de los métodos usados en general por la investigación empírica relacionada con la función social de la cultura popular contemporánea; 4) se resumirán brevemente las actuales discusiones filosóficas cualitativas y puramente teóricas sobre la cultura popular; y 5) se expondrán algunas observaciones programáticas sobre la relación entre crítica social e investigación social.

I

Cultura Popular: Un viejo problema

En una investigación realizada recientemente en un país extranjero sobre los hábitos de audición de la radio, uno de los entrevistados dijo:

“La radio es la compañía de los solitarios. Ella ha dado gigantescos pasos adelante por casi medio siglo. Las mujeres, en particular, y en especial aquellas con escasa pensión y privadas de otros recursos, y completamente aisladas, se encuentran ahora en contacto con todo el mundo gracias a la radio. Ellas han experimentado una verdadera transformación; han encontrado una especie de segunda juventud. Estan al corriente y conocen a las estrellas del teatro, del cine, del mundo deportivo y de las que se habla en la primera página de los diarios.

He oido a algunas personas que vivían en una aldea referirse a lo que había dicho la radio en el curso de una conversación sobre los méritos de Mozart y Chopin”.

Con una disposición de animo un poco distinta, una mujer declaro que no tenía un aparato de radio en casa. Cuando se le pidió que explicará el motivo, ella repuso:

“Desde el momento que se encuentra la radio en casa no se puede resistir. Todos escuchan como idiotas, los niños y también los otros. Cuando somos invitados por mi amiga G., mi marido juega continuamente con la radio”.

Su punto de vista era también el de uno de los hombres entrevistados, que también se rehusa a dejar entrar la radio en la casa, convencido de que el estudio, la conversación y las actividades domésticas ofrecen suficientes motivos de interés; que la música y las palabras que brotan indiscriminadamente de la radio disminuyen el nivel intelectual.

Estas observaciones espontáneas revelan dos hilos conductores que han estado continuamente presentes en nuestra época: de una parte, una aproximación positiva hacía todos los instrumentos idóneos para la socialización del individuo; de la otra, una profunda preocupación por la suerte interior del individuo, sometido al potente choque nivelador de formas institucionales y otras formas organizadas de actividad para el tiempo libre. Se puede decir que este dilema básico concerniente a la existencia del hombre

más allá de las exigencias de la supervivencia biológica y material, y la cuestión vital de cómo consumir aquella parte de la vida que no está ocupada ni por el sueño ni por el trabajo, podría haber encontrado su clásica expresión intelectual en un diálogo filosófico que nunca ocurrió efectivamente. En el siglo XVI Montaigne revalorizó la situación del individuo después del hundimiento de la cultura medieval. El fue golpeado particularmente por el fenómeno de la soledad en un mundo sin fe, en el cual se ejercían presiones enormes sobre todos los miembros de la sociedad post-feudal. Para escapar a la destrucción operada por tales presiones, Montaigne sugirió como alternativa el entretenimiento:

“Siempre la variedad divierte, disuelve, dispersa. Si no la puedo combatir, la puedo evadir; y huyendo vuelvo siempre sobre mis propios pasos y cambio mi rumbo. Cambiando lugar, ocupación, compañía, me refugio en la multitud de otros pensamientos y diversiones, donde se pierden mis huellas y estoy a salvo. . . ¿Es acaso razonable que hasta las artes se adelanten y aprovechen de nuestra estupidez natural y debilidad mental? El abogado, dice la Retórica, en esa farsa que llaman discurso de defensa, se conmovirá ante el sonido de su propia voz y su propia emoción simulada; y se permitirá a sí mismo dejarse engañar por la pasión que representa. El fingirá un dolor real y sustancial en este circo del que es actor, con el fin de transmitirlo al jurado, al cual le importa aún menos que a él. . . Como aquellos hombres que son contratados en los entierros para participar del ceremonial fúnebre y que venden en peso y medida sus lágrimas y su dolor; porque, si bien están motivados por una emoción tomada a préstamo, es cierto que, con la costumbre de adaptar las expresiones de sus rostros a las circunstancias, ellos son con frecuencia transportados y golpeados por una auténtica melancolía”.²

Es significativo que semejantes conceptos-base, que solemos considerar muy modernos, aparezcan ya en el siglo XVI: evasión, entretenimiento, diversión y hasta el muy importante de modo de vida mediatizado.

La respuesta a Montaigne tiene lugar un siglo después. En el intervalo se había desarrollado la cultura comercial, y la progresiva caída de la religión, reformada o no, había tenido una resonancia mucho más vasta en la vida del hombre medio. La inquietud, la búsqueda de consuelo donde fuese y como fuera, había devenido un fenómeno social de importancia primaria. Fue entonces que Pascal se pronunció contra la completa rendición del hombre a la agitación destructiva:

“A los hombres es confiado desde la niñez el cuidado de su honor, de la propiedad, de los amigos e incluso la propiedad y el honor de sus amigos. Ellos son sometidos por el peso de los negocios, el estudio de las lenguas y del ejercicio físico; se les explica que a menos que su salud, su honor, su patrimonio y el de sus amigos estén en buenas condiciones, no podrán ser felices y que la falta de una sola cosa también les volverá infelices. Así, se les procuran cuidados y negocios que los mantienen atareados desde la salida del sol. ¡Un extraño modo de ser fe-

2. E. J. Trechmann (tr.) *The Essays of Montaigne*, New York, Oxford University press, 1935, II, p. 291s.

lices! exclamaran ustedes. ¡Qué más se podría hacer para volvernos desventurados! ¿Es verdad, qué cosa se podría hacer? Debemos solamente librarlos de todas estas ansias, porque en este caso se verían a sí mismos: reflexionarían sobre lo que son, de dónde provienen, hacia dónde van; así no se los podría usar ni distraer mucho. Y este es el motivo por el cual habiéndoles dado tanto qué hacer, les aconsejamos —si tienen un poco de tiempo para relajarse— que lo empleen en diversiones y juegos, y que estén siempre plenamente ocupados. ¡Cómo es vacuo y pleno de vulgaridad el corazón del hombre!”³

Varias veces Pascal pone en estado de alerta sobre aquello que llamaban “pasatiempo”, “distracción”, un modo de vida que a su juicio sólo podía conducir a la infelicidad permanente:

“Cuando alguna vez me he puesto a reflexionar sobre las diversas distracciones de los hombres, las penas y los peligros a los cuales ellos se exponen en la corte del rey o en la guerra, donde ocurren tantas disputas, tantas presiones y sucesos audaces y a menudo perversos, he descubierto que *toda la infelicidad de los hombres se deriva de un hecho único: que ellos no saben permanecer tranquilos en su habitación*. . . Ellos poseen un instinto secreto que los empuja a buscar fuera diversión y ocupaciones, y que es engendrado por el sentimiento de su constante infelicidad”.⁴

De este modo, la actitud hacia el tiempo libre, que, en el caso de Montaigne, garantiza la supervivencia, para Pascal significa autodestrucción. Y la polémica continúa todavía. Cada corriente tiene sus propios partidarios a todos los niveles intelectuales en la vida cotidiana, cosa que demuestran tanto las investigaciones sobre la radio como los doctos tratados. De un lado, está el análisis benévolo de los medios masivos, el cual parece decir que, si bien aun no todo es maravilloso, la situación va mejorando día a día.

“En los tiempos pasados, en efecto, los artistas, los escritores y los artesanos, no obraban por mandato del pueblo, sino para complacer a los pequeños grupos de personas poderosas, los reyes, los señores y los jefes, que seducían a los talentos del momento y los tenían circunscritos dentro de los límites de sus castillos y feudos. Gran parte del patrimonio artístico de hoy permanece vivo gracias solamente a una relación de éste tipo.

Sin embargo, considerando la civilización en su conjunto, aquel antiguo proceso se ha invertido. Hay un movimiento hacia el exterior. Se está comenzando a considerar a los films, el entretenimiento, la distracción, como propiedad legítima de todos, y los comics participan de ésta creciente democratización y la reflejan. Y si por el momento los standars del público son inferiores a los que los artesanos habían difundido en los palacios de los poderosos, los artistas del pueblo tendrán la satisfacción de saber que se identifican con un movimiento vasto y progresivo, que está dando a la gente común el derecho de reír y prosperar al sol”.⁵

3.- Blaise Pascal, *Pensées*.

4.- *Ibid.*

5.- Coulton Waugh, *The comics*, New York, Macmillan Co., 1947, p. 354.

De otro lado, encontramos al crítico social inconforme que ve en la soledad del hombre moderno, unida a su interés por los medios masivos, una combinación de frustración extrema:

“Las condiciones bajo las cuales los individuos se ganan la vida en esta sociedad, crean al solitario hombre moderno. Tales condiciones ayudan a explicar la necesidad, a veces febril, de una distracción que presenta reiteradamente las mismas fantasías, los mismos sueños, las mismas fábulas infantiles de éxito y felicidad. A tal punto la vida de los hombres se ha vuelto árida, que ellos tienden con nostalgia a fantasear que son felices, sanos y besados por el éxito constantemente.

A partir de aquí, paralela a la regresión de la conciencia de la realidad de los escritores de Hollywood, por ejemplo, hay en el público cinematográfico una regresión de conciencia más difusa y también más perniciosa. Las condiciones sociales y económicas constituyen la base de esto; la película cinematográfica favorece su desarrollo”.⁶

Las diferencias en la expresión verbal del problema son evidentes. El lenguaje de los filósofos de los siglos XVI y XVII está todavía profundamente comprometido con la terminología religiosa; el de los escritores modernos con los términos sociológicos; el de los oyentes comunes, o no oyentes, de la radio, con las palabras de la vida de cada día. Pero bajo estas diferencias de nombre, el problema sigue siendo el mismo: quizá se lo podría llamar un conflicto entre el punto de vista psicológico y el punto de vista moral en el estudio de la cultura popular.

II

El Lugar Histórico de la Cultura Popular

Esta parte de mi discusión tendrá un carácter un poco dogmático, sea por amor a la brevedad, sea porque deberá ser lícito interrumpir cada tanto nuestra “rutina” sociológica para meditar sobre los aspectos profanos que implican no sólo a nosotros mismos sino también a los objetos de nuestra investigación.

Al concepto de cultura popular se contraponen el de arte. Actualmente los productos artísticos están perdiendo cada vez más su carácter espontáneo y son sustituidos por los fenómenos de la cultura popular, que no son sino una reproducción manipulante de la realidad tal y como es; y en el curso de este proceso, la cultura popular sanciona y exalta todo aquello que piensa digno de tener resonancia. Schopenhauer observó que la música es “el mundo una vez más”. Este aforismo filosófico ilumina la irreductible diferencia entre el arte y la cultura popular; diferencia entre el aumento de la capacidad de ver las cosas con hondura, aumento que es favorecido por un medio dotado de recursos autónomos, y una mera repetición de ciertos hechos, gracias al empleo de instrumentos tomados a préstamo.

6.- James T. Farrel, *The League of Frightened Philistines*, New York, Vanguard press, sin fecha, pp. 176-77.

Un inventario superficial de los contenidos y de las motivaciones de los productos del espectáculo y de la imprenta, en nuestra civilización occidental, incluirá temas como nación, familia, religión, liberalismo económico, iniciativa individual; y, en el ámbito oriental, los resultados económicos siempre en crecimiento conseguidos por la producción, las culturas nacionales, la corrupción moral de occidente.

Las diferencias de argumento no son muy determinantes y, en todo caso, son notablemente inferiores respecto a las diferencias políticas que separan a los dos mundos. Saint-Simon, el gran filósofo francés, socialista premarxista, cuya vida se desarrolló desde el *antiguo régimen* a través de la revolución y la era napoleónica, hasta los días de la reaccionaria restauración borbónica, observó una vez que, habiendo experimentado los sistemas políticos más contradictorios, él se había dado cuenta que, en el curso de aquellas décadas, se habían manifestado orientaciones sociales profundamente arraigadas, invulnerables a todo cambio político.

El concepto mismo de sociedad se basa sobre esta observación. Paralela a la diferencia rígida y coherente de los sistemas políticos actuales, existe también una incoherencia completa entre el contenido de la cultura popular y el sistema político en el cual ésta se manifiesta —y la cultura popular es un elemento de primer orden en la vida social. El punto de comparación es obviamente la relación de coherencia con la situación social total, y en particular con la distribución del poder.

Nietzsche, que podría ser definido como el descubridor y el crítico incomparable de la cultura popular moderna, ha iluminado esta relatividad de los contenidos.

“Las modernas practicas de imitación (falsificación) en las artes: consideradas necesarias —y, es decir, en perfecto acuerdo con las necesidades más características del alma moderna. . . Los artistas arengan los instintos perversos de los insatisfechos, de los ambiciosos y de los ilusos de una época democrática: la importancia de la actitud de moda (la pose). Los procedimientos de un arte se trasladan al reino de otro arte; el objeto del arte se confunde con el de la ciencia, con el de la iglesia, o con el de los intereses de la raza (nacionalismo), o con el de la filosofía —un hombre hace sonar las campanas todas juntas y despierta la vaga sospecha de ser él mismo un dios. . . Los artistas halagan a las mujeres, a los sufrientes y al pueblo indignado. Los narcóticos y las drogas llegan a predominar en el arte. La fantasía de la gente culta y la de los lectores de poesía y de historia antigua en consecuencia no es estimulada”.⁷

Lo que Nietzsche enunció en los términos generales de una filosofía de la cultura, es hoy repetido desde varias partes. En un análisis de los dibujos animados, un escritor moderno ha puesto de relieve el criterio de oportunismo social que en ellos regula la selección de los materiales.

“La característica distintiva de Disney es precisamente que él no critica lo que representa. El está totalmente desposeído de malicia. Si los valores de los cuales vi-

7.- Friedrich Nietzsche, *Voluntad de Poder*, II.

ve la sociedad son útiles todavía, si la atmósfera predominante es relativamente optimista y agresiva, él improvisará tomando esto como tema —y nos ofrecerá a Mickey Mouse. Si el momento es de crisis y estos valores ya no pueden servir más, sino que se encuentran más bien en conflicto y cuestionados, si el estado de ánimo dominante es un extravío profundo, él improvisará con igual falta de inhibiciones. Su talento particular está en no ponerse en aprietos a sí mismo. Aunque a veces convierta a sus sueños en algo monstruoso, sin embargo entrega a ellos una amplia credibilidad”⁸

Se puede advertir, entre paréntesis, que en el actual periodo postbélico, la decepción por la carencia de soluciones culturales y morales definitivas ha terminado por prevalecer. Esta se expresa en un compromiso artificioso entre la evasión y la religión. En el film medio, la búsqueda del amor comporta casi invariablemente la presencia del ministro del culto. Nietzsche había ya comentado la respiración artificial suministrada a la religión en una era de decadencia y de nihilismo. Diciendo “Dios ha muerto”, él intentaba decir que las febriles actividades de la vida moderna producen la cultura popular, en la pretensión de llenar un vacío que no puede ser colmado. Nietzsche establecía una relación entre el papel de la religión, la presión de la civilización, y su influjo neurotizante sobre los individuos.

“Al borde de la locura. La suma de sensaciones, de conocimientos y de experiencias, el peso entero, por tanto, de la cultura, ha devenido tal que el esfuerzo excesivo de los nervios y la facultad de pensar ha llegado a ser un peligro común; las clases cultas de los países europeos están, en verdad, completamente neuróticas, y en casi todas sus grandes familias existe una rama que se encuentra al borde de la locura. La salud, es verdad, se busca ahora de todos los modos posibles, pero haría falta sobre todo hacer disminuir la tensión de la aflicción, el opresivo peso de la cultura, cosa que, aunque se tiene que afrontar con difíciles sacrificios, daría entrada al menos a la gran esperanza de un *nuevo Renacimiento*”⁹

Con esta cita volvemos a las diferencias entre cultura popular y arte, entre satisfacción espuria y experiencia genuina, que constituye el primer paso hacia la mayor realización individual (este es el significado de la *catarsis* de Aristóteles). El arte vive en el límite de la acción. Los hombres se liberan verdaderamente de la relación mítica con las cosas, retirándose, por así decir, de aquello que una vez era objeto de su devoción y que ahora descubren como lo Bello. Sentir la belleza significa sentirse liberado del aplastante dominio de la naturaleza sobre los hombres. En la cultura popular, los hombres se liberan de las potencias míticas, desechando todas las cosas, hasta el respeto por lo bello. Ellos niegan todo lo que trasciende la realidad dada¹⁰. Esto es precisamente a mi juicio, lo que quería decir

8.- Barbara Deming, “The Artlessness of Walt Disney”, *Partisan Review*. Primavera, 1946, p. 226.

9.- Friedrich Nietzsche, *Humano, demasiado humano*. VII.

10.- Para una exposición teórica concluyente sobre el mito y sobre el arte, ver de Max

Tocqueville en nuestra cita introductoria. Del reino de la belleza, el hombre pasa al reino de la distracción que, a su vez, está integrado por las necesidades de la sociedad y niega el derecho a la realización individual.

“Bajo el imperio absoluto de un sólo hombre, se atacaba al cuerpo para someter al alma; pero el alma huía a los golpes a ella dirigidos y se elevaba orgullosamente en alto. Tal no es el curso adoptado por las tiranías en las repúblicas democráticas; ahí el cuerpo es dejado libre y el alma es hecha esclava. El patrón no dice más: “Tú pensarás como yo, o bien morirás”; sino que, más bien dice: “Tú eres libre de pensar distinto de mí y de conservar tu vida, tu propiedad y todo lo que posees; pero serás de ahora en adelante un extranjero entre tu misma gente. Puedes salvaguardar tus derechos civiles, pero estos te serán inútiles porque no serás nunca electo por tus conciudadanos si pides su voto; y ellos te mirarán con desprecio si pides su estima. Permanecerás entre los hombres pero serás privado de los derechos de humanidad. Tus semejantes te evitarán como a un ser impuro; y hasta aquellos que creen en tu inocencia te abandonarán por miedo de ser a su vez evitados. ¡Ve en paz! Te he dado la vida, pero es una existencia peor a la muerte”.¹¹

Los hombres no se abandonan más a las ilusiones.

III

Investigación social y cultura popular

El problema es si, y en qué medida, las ciencias sociales modernas tienen los instrumentos para ocuparse de la cultura social moderna. Los instrumentos de investigación han alcanzado un elevado nivel de refinamiento, pero ¿ésto es suficiente? La ciencia social empírica ha devenido una especie de ascetismo aplicado. Ella evita cualquier escaramuza con las potencias extrañas y prospera en una atmósfera de neutralidad rígidamente respetada. Se rehusa a entrar en la esfera del significado. Un estudio sobre la televisión, por ejemplo, hará todo por analizar los datos relativos a la influencia de la televisión sobre la vida familiar, pero dejará a los poetas y a los soñadores el problema de los reales valores humanos de esta nueva institución. La investigación social acepta en su valor nominal los fenómenos de la vida moderna, incluidos los medios de comunicación masiva. Ella rechaza la tarea de ubicarlos en un contexto histórico moral. Al principio de la era moderna, la teoría social tenía como modelo a la teología, pero hoy las ciencias naturales han ocupado el lugar de la teología. Este cambio de modelos implica consecuencias de gran trascendencia. La teología se propone la salvación del alma; las ciencias naturales, por el contrario, la manipulación; una puede conducir al cielo o al infierno, la otra a la tecnología y a las máquinas. La ciencia social es hoy definida como un análisis

Horkheimer y Theodor Adorno, *Dialektik der Aufklärung*, Amsterdam, Querido Verlag, 1947, passim (trad. castellano *Dialéctica del Iluminismo*, Ed. Sur, Buenos Aires).

11.- Tocqueville, *op. cit.*, I, p. 264.

de sectores sociales, minuciosamente circunscritos y aislados más o menos de modo artificial. Ella imagina que tales segmentos horizontales constituyen su laboratorio de investigación, y parece olvidar que los únicos laboratorios de investigaciones sociales verdaderamente aceptables son las situaciones históricas.

Esto no se ha verificado siempre. La cultura popular, especialmente en la forma en que esta representada por los periódicos, ha sido objeto de discusiones por cerca de 150 años. Antes de iniciarse la fase naturalista de las ciencias sociales, los fenómenos de la cultura popular eran tratados como una totalidad social e histórica. Esto vale para las discusiones religiosas, filosóficas y políticas desde la época de Napoleón hasta Hitler. Nuestra literatura contemporánea de ciencias sociales parece ignorar del todo este argumento o, por lo menos, cualesquier aplicaciones o referencias a los voluminosos escritos producidos ya sea por el ala derecha o por el ala izquierda de los frentes políticos y culturales en el siglo XIX. Ella parece ignorar la filosofía social católica, las polémicas socialistas, Nietzsche, así como al gran pero del todo ignorado crítico social Karl Kraus, que intento confirmar la noción de crisis de la cultura moderna con una crítica de la cultura popular. Kraus tomó como punto focal el análisis del lenguaje. El denominador común de sus ensayos es la tesis de que excavando en el lenguaje es posible ver la desintegración y hasta la desaparición del concepto y de la existencia del individuo autónomo, de la personalidad en el sentido clásico.

Sería positivo que las investigaciones sobre el papel de la prensa, incluso sobre problemas específicos como el número de lectores, retrocedieran a los análisis de la prensa realizados en Alemania en el siglo XIX y el inicio del XX. Encontraríamos allí, en los diversos campos filosóficos y políticos, ilustrada la utilidad de estudiar los fenómenos sociales en su contexto —en el caso de la imprenta, la relación entre periódico moderno e historia de la emancipación económica, social y política de las clases medias. Un estudio del periódico moderno no tendría sentido, literalmente hablando, si no considera el cuadro económico, compuesto ya sea por los materiales críticos como los de Karl Kraus, que escribía al fin de una época, o bien por las actitudes optimistas como la siguiente, extraída de la obra del periodista alemán Joseph Goerres al comenzar del siglo XIX:

“Aquellos que todos desean y quieren, estará expresamente en los periódicos; aquello que deprima y turbe a todos, no podrá quedar sin expresión; debe existir alguien obligado a decir la verdad, con candor, sin reservas, y libre de toda limitación. Porque cuando tiene vigencia una buena constitución, la libertad de palabra no es solamente tolerada, sino que es un requisito básico; aquel que habla será considerado como persona sagrada, hasta que no pierda sus derechos por culpa propia y por las mentiras dichas. Los que se aplican contra semejante libertad, se exponen a la acusación que la conciencia de sus grandes culpas grava pesadamente sobre ellos; los que obran con rectitud, no buscan huir a la libertad de palabra —ella puede conducir finalmente sólo a que “sea rendido honor a

12.- Joseph Goerres, *Rheinischer Merker*, 1o. y 3 de julio de 1814.

quien honor merece”; pero aquellos que dependen del fango y la oscuridad ciertamente aman el secreto”.¹²

No se quiere decir con esto que el entero campo de la sociología se haya convertido al ascetismo histórico. Un número considerable de ilustres estudiosos de la teoría social y de la historia social, ha mantenido en vida la conciencia de una civilización histórica. Vale ciertamente la pena releer las siguientes observaciones de Robert E. Park:

“En realidad el motivo por el cual tenemos a los diarios en el sentido moderno de la palabra, se remonta al hecho de que hace cerca de cien años, en 1835 para ser precisos, en Nueva York y en Londres, algunos propietarios de periódicos descubrieron: 1) que la mayor parte de las criaturas humanas, por poco que supiesen leer, encontraban más fácil leer las noticias que los artículos de fondo y 2) que el hombre común prefiere ser ayudado a pasar el tiempo, antes que a ser edificado moralmente. Esto, a su modo, tenía el carácter y la importancia de un auténtico descubrimiento. Era como el hallazgo, hecho más tarde en Hollywood, de que los hombres las prefieren rubias. Como quiera que sea, es la aplicación constante del principio ahí contenido, al que los periódicos modernos deben no sólo su carácter actual sino también su supervivencia como especie”.¹³

Su punto de vista encuentra una confirmación en un excelente estudio sobre la cultura de masas de Louis B. Wright:

“Si es deseable que sea trazado el árbol genealógico de la cultura popular de la América moderna, es posible encontrar la mayor parte de su ideología implícita en el pensamiento de la clase media de la Inglaterra elizabethiana. El historiador de la cultura americana debe dirigir su mirada hacia el Renacimiento y leer en extenso la olvidada literatura de los mercaderes”.¹⁴

Una especie de dificultad en el intercambio intelectual entre personas de ascendencia americana y europea, quizá se deba a la alergia anti-histórica de las primeras y a la hipersensibilidad histórica de las segundas. Puedo ilustrar esta observación con un ejemplo muy reciente: cuando recibí los primeros dos volúmenes del excelente trabajo de Samuel A. Stuffer y de sus colaboradores, *The American Soldier*, era curioso aprender de qué modo los autores habían colocado su investigación en el contexto de las teorías sociales, que se han desarrollado en torno a la figura del soldado, a partir del tiempo de Platón. Con mi enorme sorpresa, no alcancé a encontrar ninguna referencia histórica, excepción hecha de una solitaria cita de Tolstoi, que escribe en un pasaje de *La Guerra y la Paz*: “En situación de guerra, la fuerza de los ejércitos es un producto de la masa multiplicada por algo distinto, una incógnita X”. Los autores han apuntado el

13.- Introducción de *News and Human Interest Story*, de Helen MacGill Hughes, Chicago, University of Chicago Press, 1940, pp. XII-XIII.

14.- *Middle-Class Culture in Elizabethan England*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1935, pp. 659-69.

siguiente comentario: "Así, quizá por vez primera en la historia militar, es posible presentar una prueba estadística, que se refiere al factor x descrito en la cita de *La Guerra y la Paz* de Tolstoi y referida al comienzo de éste capítulo".¹⁵ Parece que ellos han quedado fascinados por el simbolismo matemático de la frase de Tolstoi, pero han logrado resistir heroicamente a la tentación de comparar la situación social de los ejércitos de los tiempos de Napoleón con las condiciones modernas. De frente a tal moderación heroica, parecería apropiado citar esta impertinente observación de un colega sociólogo: "A este propósito hablo del fracaso de la psicología moderna. Creo firmemente que se puede aprender más sobre la "estructura del corazón" de La Rochefoucauld y de Pascal (que acuñó ésta expresión) que de los actuales textos de psicología o ética".¹⁶

Desde mi punto de vista, el espléndido aislamiento de los estudios sociales puede fácilmente reforzar una sospecha, a saber, la sospecha de que la investigación social no sea, en último análisis, más que investigación de mercado, un instrumento de manipulación conveniente, una herramienta con la cual preparar clientes renuentes a gastar con entusiasmo. Apenas hace veinte años los científicos sociales advirtieron con claridad los peligros de los "massmedia", y sostuvieron que entrase en su tarea el ocuparse también de sus potencias negativas, además de las positivas. En el artículo pionero sobre las "Agencias de Comunicaciones", Malcolm M. Willey y Stuart A. Rice escribieron:

"Los efectos producidos pueden ser ahora no premeditados del todo, si bien el aparato abre el camino a la persuasión de las masas, de acuerdo con fines especiales, públicos o privados. El individuo, como demuestran las cifras, utiliza siempre más estos medios y estos modifican inevitablemente sus actitudes y su comportamiento. Cuáles deberían ser estas modificaciones depende enteramente de aquellos que controlan las agencias. Nunca han existido tantas posibilidades para la manipulación social, para los fines egoístas o socialmente deseables. El problema principal consiste en proteger los intereses y el bienestar del ciudadano individual".¹⁷

Hoy, la manipulación es considerada un objeto indiscutible de las ciencias sociales. Un editor puede ahora aventurarse a elogiar una obra sociológica de calidad superior, con la siguiente frase estampada en la cubierta: "Por vez primera y en tan amplia escala, se ha buscado orientar el comportamiento humano sobre la base de una evidencia científica, y los resultados permiten entrever la apertura de una nueva era para los estudios sociales y el control social. El editor espera que (este libro) tenga valor tanto para la ciencia social como para los militares, para los cuales ha sido origi-

15.- Samuel A. Stouffer y otros, *The American Soldier: Adjustment during Army Life*, Princeton, Princeton University Press, 1949, I, 8.

16.- J. P. Mayer, *Sociology of Film*, London, Faber & Faber, 1945, p. 273.

17.- *Recent Social Trends in the United States*, I, New York y Londres, McGraw Hill Book Co., 1933. p. 215.

nalmente emprendida la investigación. Los problemas eran problemas del ejército y generalmente típicos del tiempo de guerra. Pero sus implicaciones son universales".¹⁸

El oportunismo y la falta de una estructura histórica o filosófica, celebran así un triste matrimonio de conveniencias.

IV

Crítica social de la cultura popular actual

Aquí no existe un conjunto sistemático de teorías. La situación ha sido caracterizada muy a propósito por Frederik Laws:

"No se puede negar que hoy la situación de la crítica sea caótica, especialmente si nos referimos a los productos de las inmensas máquinas de distribución, los nuevos media. Muchas reseñas son acriticas en su entusiasmo y difícilmente se les puede distinguir del material publicitario. . . Hay una carencia de criterios de evaluación expresados claramente y generalmente reconocidos. Creemos que esta confusión se debe en parte a la fallida realización, o aceptación, del hecho de que la estructura social dentro de la cual las obras de arte son producidas y juzgadas ha cambiado en su raíz. Es insensato suponer que los medios de distribución o las dimensiones del origen social del público determinan enteramente la calidad del arte o del entretenimiento, pero es tonto pretender que no ejercen algún influjo. . ."¹⁹

Hoy existe sobre la cultura popular una literatura profundamente crítica. Quisiera sintetizar sus descubrimientos con algunas breves generalizaciones.²⁰ Algunos dirigen sus críticas contra el producto, pero muchos otros la enderezan contra el sistema del cual depende ese producto. En análisis específicos, en estudios de carácter puramente filosófico o sociológico, diversos autores están de acuerdo sobre la caracterización final de los productos de la cultura popular: la declinación del individuo bajo los procesos de trabajo mecanizados de la civilización moderna; la aparición de la cultura de masas, que toma el lugar del arte folclórico o del arte "elevado". Un producto de cultura popular no posee ningún rasgo del arte genuino, pero en todos sus "medios" la cultura popular si manifiesta tener características genuinas, a saber: standarización, estereotipificación, conservadurismo, mendacidad, géneros de consumos manipulados.

Existe una interdependencia entre lo que el público desea y aquello que los poderes de control dan al público para poder conservar el poder.

18.- Sobrecubierta de los volúmenes I y II de Samuel Stouffer y otros, *op. cit.*

19.- Introducción a *Made for Millions: A critical Study of the New Media of Information and Entertainment*, Londres, Contact Publishers, 1947, p. XVII.

20.- Bajo los auspicios del Bureau of Applied Social Reserarch, de la Universidad de Columbia, estoy preparando un estudio sobre los aspectos más filosóficos y teóricos de la literatura dedicada a las comunicaciones de masa.

La mayor parte de los estudiosos comparte la opinión de que la costumbre —la práctica— de publicitar, es la principal fuerza motivante en la creación de la receptividad a la cultura popular y que los productos mismos asumen al final las connotaciones de la publicidad.

También se presentan diversos juicios discordante sobre los gustos del pueblo. Mientras algunos tienen confianza en el instinto del pueblo hacia lo que es bueno, el punto de vista más común parece ser aquel según el cual los gustos estéticos del pueblo se fundan sólo sobre lo que es malo y vulgar.

Hay un consenso notable sobre el hecho de que todos los “media” son extraños a los valores y no ofrecen más que diversión y distracción que, en definitiva, favorecen la evasión de una realidad insoportable. Todas las veces que aparecen tímidamente tendencias revolucionarias, éstas son mitigadas y truncadas por una falsa realización de sueños apasionados tales como: riqueza, poder, amor ardiente y sensaciones pintadas con colores fuertes en general. Las recetas para la curación incluyen una gama que va desde los propósitos ingenuos, como ofrecer mejores mercancías desde el punto de vista estético, con el fin de crear en las masas un gusto por los valores, hasta la teoría según la cual en el ámbito del sistema social vigente, no hay ninguna esperanza de mejoramiento, dado que una cultura popular mejor presupone una sociedad mejor.

Reconocemos, en fin, una gran masa de hipótesis sobre las relaciones entre el producto de la cultura de masas y la vida real. La radio, las películas, los periódicos y los best-sellers son, *al mismo tiempo*, modelos de vida para las masas y una expresión de su efectivo modo de vivir.

V

Algunas tesis sobre la teoría crítica y la investigación empírica

En este inciso presentaré algunos de los motivos teóricos que constituyen el fondo de la especulación filosófica contemporánea respecto a los “mass media”. Ellos comprenden algunas ideas que el equipo del instituto de investigación social, dirigido por Max Horkheimer, ha tratado de exponer en diversos escritos en el curso de los últimos quince años²¹.

a) El punto de partida no son los datos del mercado. La investigación empírica, se afirma, trabaja en base a la falsa hipótesis de que la elección del consumidor sea el fenómeno social decisivo, del cual deberían partir los análisis sucesivos. En primer lugar preguntamos: ¿cuáles son las funciones de las comunicaciones culturales dentro del ámbito del proceso total de una sociedad?

21.- Véase, por ejemplo, Max Horkheimer, “Art and Mass Culture”, *Studies in Philosophy and Social Science*, vol. IX (1941); T. Adorno, “On Popular Music”, *Studies in Philosophy and Social Science*, vol. IX; Leo Lowenthal, “Biographies in Popular Magazines”, *Radio Research, 1942-43*, bajo el cuidado de Paul F. Lazarsfeld y de Frank Stanton, New York, 1944.

Después hacemos preguntas específicas como estas: ¿qué es lo que pasa a través de la censura de las agencias socialmente potentes?, ¿cómo son los productos según los dictámenes de una censura oficial y oficiosa?

b) No pensamos que estos estudios sean psicológicos en sentido estricto. Ellos intentan más bien descubrir el modo en el cual los elementos objetivos de un conjunto social son producidos y reproducidos en los medios de comunicación de masa. No aceptaremos, por tanto, "el gusto de las masas" como una categoría de base, sino que desearíamos insistir para descubrir de qué modo el gusto es suministrado a los consumidores como derivado específico de las condiciones tecnológicas, políticas y económicas, y de los intereses de aquellos que gobiernan la esfera de la producción. Quisiéramos captar el significado verdadero, en términos sociales, del "gusta" o del "no gusta". Aunque es verdad, por ejemplo, que la gente se comporta hoy como si pudiese todavía elegir según los propios gustos, y tiende a aprobar o a refutar las particulares ofertas de la cultura popular, queda en pie sin embargo la cuestión de cómo un comportamiento semejante es compatible con la eliminación real de toda libertad de elección, y la institucionalización de la repetición, característica de todos los "media". Este es probablemente el espacio teórico en el cual se debería examinar la sustitución del "gusto", un concepto del liberalismo clásico, por el de "deseo de informaciones".

c) Quisiéramos refutar algunos presupuestos más o menos tácitos de la investigación empírica, como, por ejemplo, la distinción de comunicaciones escritas, visuales o auditivas en "serias" y "no serias". Diremos que el problema de decidir si estamos de frente a una literatura seria o no, es un problema de dos dimensiones. Se debería, en primer lugar, suministrar un análisis estético de las calidades, y luego indagar sobre el hecho de si las calidades estéticas no están sujetas a cambios en las condiciones de reproducciones masivas. Pondremos en duda el presupuesto según el cual un mayor aumento de programas o productos llamados "serios", significaría automáticamente "progreso" en la responsabilidad educativa y social, en la comprensión del arte, y cosas por el estilo. Diremos que es un error sostener que no se puede decidir lo que es justo y lo que es injusto en el campo estético. Se encontrara un buen ejemplo de fundación de los criterios estéticos en las obras de Benedetto Croce, que intenta demostrar concretamente que las obras de arte tienen leyes inmanentes, que ofrecen la posibilidad de decidir sobre su validez. No es necesario ni suficiente integrar a un estudio sobre la reacción de los entrevistados otro sobre las intenciones de los productores de arte, para poder descubrir la naturaleza y la calidad de los productos artísticos, y viceversa.

d) Estamos turbados por la aceptación indiscriminada de conceptos como el de "standarización". Quisiéramos saber que significa "standarización" en la industria, en los modelos de comportamiento y en la cultura popular. Creemos que el carácter específicamente psicológico y antropológico de la cultura popular, es una clave para la interpretación de las funciones de la standarización en el hombre moderno.

e) En relación con este último punto, nos interesa particularmente el fenómeno de la regresión psicológica. Deseamos saber si el consumo de cultura popular presupone realmente a una criatura humana con características pre-adultas o si el hombre moderno posee una personalidad desdoblada: mitad niño-mutilado, mitad adulto standarizado. Quisiéramos conocer los mecanismos de interdependencia entre las presiones de la vida profesional y la libertad de tensiones intelectuales y estéticas hacia la que parece tener indulgencia la cultura popular.

f) En cuanto al problema del estímulo y de su naturaleza, es donde se observa de modo particular el nexo con la herencia filosófica europea. Nuestro modo de pensar tiene su raíz en el concepto de comprensión (Verstehen) que fue establecido filosófica e históricamente por Dilthey y sociológicamente por Simmel. Estamos inclinados a pensar que la investigación empírica interpreta el estímulo como si estuviera privado de contenido, igual que un estímulo de color en un laboratorio psicológico. Creemos que el estímulo en la cultura popular es él mismo un fenómeno histórico, que la relación entre estímulo y reacción esta preformada y preestructurada por el destino histórico y social del estímulo y del hombre que lo recibe y reacciona.