



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



**Licenciatura en Comunicación**

# ***CULTURA POPULAR Y CULTURA DE MASAS***

**Unidad de Aprendizaje:  
Estudios de Mediación en Comunicación**

**Núcleo Sustantivo**

**Área de Docencia: Disciplinarias de Comunicación**

Material Didáctico elaborado por:  
Mtra. en Com. ANAID PÉREZ MONTEAGUDO

Septiembre de 2015



# Propósitos de la Unidad de Aprendizaje

- Conocer las perspectivas teóricas y metodológicas desarrolladas en Iberoamérica a partir del paradigma de la massmediación.
- Explicar las condiciones económicas, sociales, políticas y culturales en las que se pueden comprender los desplazamientos teóricos – metodológicos de la comunicación y la cultura.
- Caracterizar los modelos teóricos que explican, por una parte, la producción de mensajes, y por otro, su recepción desde el paradigma de las mediaciones.



# Objetivo de aprendizaje

- Reconocer el proceso de mediación entre la cultura de élite, la popular y la masiva para proyectar sobre contextos socioculturales presentes y futuros las implicaciones de la *massmediación* como problemáticas emergentes del campo de la comunicación.



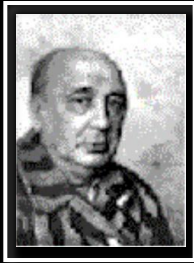
# Objetivos del material didáctico

- Que los alumnos conozcan conceptos clásicos en el campo de las Ciencias Sociales, para: cultura de élite, cultura popular y cultura masiva.
- Que los alumnos identifiquen en las aportaciones de los diferentes autores referidos en la presentación en relación con los procesos de circulación, usos y apropiación entre lo elitista, lo popular y lo masivo.
- Que los alumnos identifiquen a través de los supuestos expuestos en la presentación, y con apoyo de ejemplos desarrollados por el profesor y por los compañeros de la clase, los contextos socioculturales de emergencia de la *massmediación*.

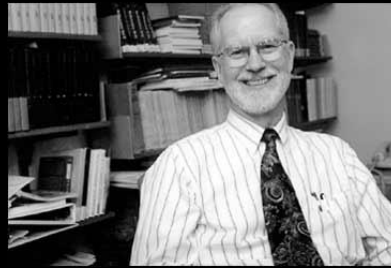


# CULTURA POPULAR Y CULTURA DE MASAS





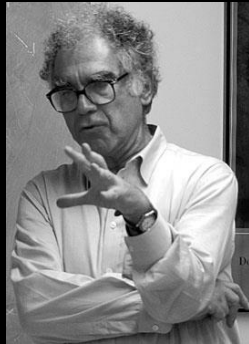
Mijail Bajtin



Peter Burke



Antonio Gramsci



Carlo Ginzburg



Clifford Geertz



Geneviève Bollème



Robert Chartier

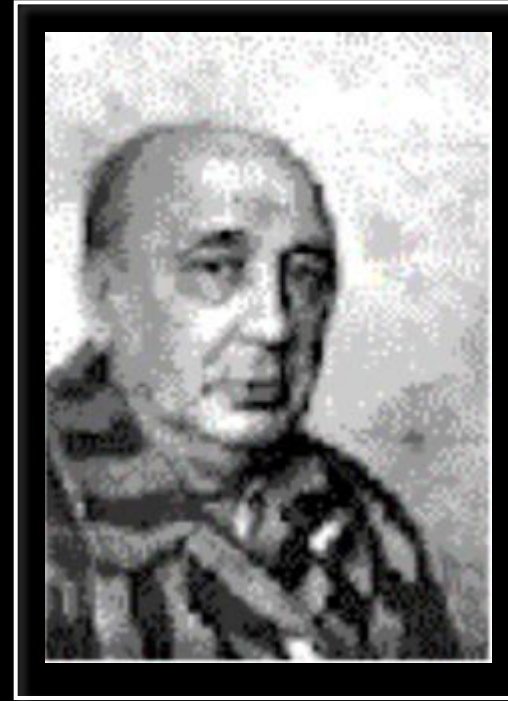


Pierre Bourdieu



Michel de Certeau





Mijail Bajtin



# Mijail Bajtin

- Cultura Popular: Milenaria, cómica paródica, profana, grotesca, plaza pública, oral, natural, dominada.
- Cultura Oficial: Religiosa, seria, jerárquica, normativa, feudal, dominante, letrada, documental



# Mijail Bajtin

- Carnaval: Lugar privilegiado de expresión para la Cultura Popular
- La Cultura Carnavalesca es una expresión no religiosa  $\neq$  a la cultura dominante de la Iglesia



# Mijail Bajtin

- Carnaval: Lugar privilegiado de expresión para la Cultura Popular
- La Cultura Carnavalesca es una expresión no religiosa  $\neq$  a la cultura dominante de la Iglesia



# Mijail Bajtin

- Lógica del Carnaval: Inversión (contraposición) de los valores, jerarquías y tabúes establecidos, es decir, la oposición al dogmatismo y seriedad de la Cultura Oficial.
  - Ejemplo: En el carnaval de Río de Janeiro la algarabía exhibida en conjunción con los cuerpos semidesnudos de las mujeres representan acciones opuestas a las fomentadas por la Iglesia, quien es en este caso la Cultura Oficial.





# Mijail Bajtin

- Existe una circulación entre cultura popular y cultura oficial. La primera es capturada simbólicamente por el letrado, mientras que la segunda adopta la primera y la ridiculiza.



# Mijail Bajtin

- Concepción Dicotómica: La Cultura Popular es una segunda cultura producto de la inversión de una cultura anterior; es decir, la Cultura Oficial tiene a bien clasificar y ser el centro de mediación de la Cultura Popular la cual se presenta como su opuesto.



# Mijail Bajtin

- Bajtin naturaliza la Cultura Popular, ligándola a los ciclos agrarios y a las manifestaciones biológicas del hombre (nacimiento, muerte, etc.)
- Parodia: Principal forma en la que la Cultura Popular se apropia de la oficial
- La Cultura Popular es transmitida oralmente: refranes, proverbios, frases; lo que le permite sobrevivir.



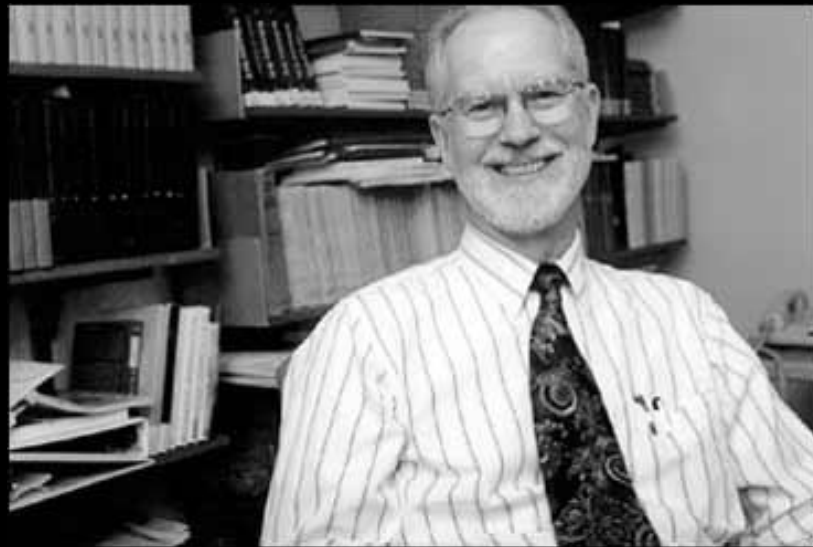
Pausa  
#1

# Recordemos que...

Mijail Bajtin

- Carnaval: Lugar privilegiado de expresión para la Cultura Popular
- Existe una circulación entre cultura popular y cultura oficial.
- La Cultura Popular es una segunda cultura producto de la inversión de una cultura anterior
- Parodia: Principal forma en la que la Cultura Popular se apropia de la oficial





Peter B u r k e

# Peter Burke

- Subcultura: Sistema de significados procedentes de una cultura más general
- Contracultura: La cultura que se diferencia de y rechaza a la cultura dominante



# Peter Burke

- Existen cuatro métodos de aproximación para sortear los obstáculos de la cultura alta hacia la popular, ya que al parecer de Burke la primera impone mediadores a la segunda. Los métodos son:
  - Testimonial-oblicua
  - Leer el arte popular
  - Regresivo
  - Comparativo



# Peter Burke

- Oblicua: Estudia la cultura popular a partir del testimonio de nobles, clérigos y abogados
- Leer el Arte Popular: Es decir, analizar la iconografía de los objetos decorados para aproximarse al imaginario popular



# Peter Burke

- Regresivo: Utilizado por Marc Blonch, consiste e usar la evidencia del siglo XVIII para crear el sistema de creencias con el que se conectarán las evidencias fragmentarias de los siglos XVI y XVII
- Comparativo: Compara las diferencias y similitudes entre manifestaciones culturales



# Peter Burke

- Burke hace una revisión de la Cultura Popular desde 1500 hasta 1800:
  - 1500 a 1650: Etapa de “intercambios entre cultura alta y baja”. Los letrados intervienen en las formas populares de cultura
  - 1650 a 1800: Etapa “de la renuncia” de las clases altas. Muere, en palabras de Burke, la cultura popular a causa de sucesos como la Revolución Industrial



# Recordemos que...

- Subcultura: Sistema de significados procedentes de una cultura más general
- Contracultura: La cultura que se diferencia de y rechaza a la cultura dominante
- Métodos de aproximación para sortear los obstáculos de la cultura alta hacia lo popular:
  - Testimonial-oblicua
  - Leer el arte popular
  - Regresivo
  - Comparativo



# Actividad de aprendizaje sugerida

1. Identifiquen, en equipos de cuatro integrantes, ejemplos de manifestaciones culturales que todavía conserven rasgos de la cultura carnavalesca definida por Bajtin.
2. Escriban un reporte con la descripción de estas manifestaciones usando alguno de los métodos de reconocimiento cultural postulados por Burke.
3. Ilustren su reporte con fotografías que destaquen los rasgos de la cultura popular, su especificidad y sus diferencias con la cultura oficial.





Antonio Gramsci

# Antonio Gramsci

- Reflexión en términos de dominación: clase dominante y clases subalternas
- Pueblo: conjunto de clases subalternas. Heterogéneo, asistémico, múltiple, yuxtapuesto



# Antonio Gramsci



- Perspectiva marxista:

- La clase dominante ejerce una hegemonía social, consistente en el consentimiento de las masas. Dicha hegemonía representa el consenso logrado por la clase dominante a raíz del prestigio que ésta logra en el mundo de la producción.



# Antonio Gramsci

- Lo anterior no es otra cosa que la perspectiva que nos dice que aquellos que posean los medios de producción tendrán el poder. De esta manera la clase dominante impone su cultura como oficial.



# Antonio Gramsci

- La hegemonía busca “homogeneidad”, plasmada en las leyes escritas y consuetudinarias como la “buenas costumbres”  
= moral
- Clase dominante: homogénea
- La función hegemónica busca control



# Antonio Gramsci

- Por ejemplo:
  - Se han establecido cánones que nos dicen la forma en la que las expresiones humanas se vuelven sublimes.
  - En este sentido, la danza como arte a través del mundo es entendida bajo símbolos como el payasito, zapatillas y tutú. Por el contrario existen diversidad de danzas en la cultura popular que sencillamente son abordadas como alternativas pero no como sublimes.





Cultura Dominante





# Clase Subalterna



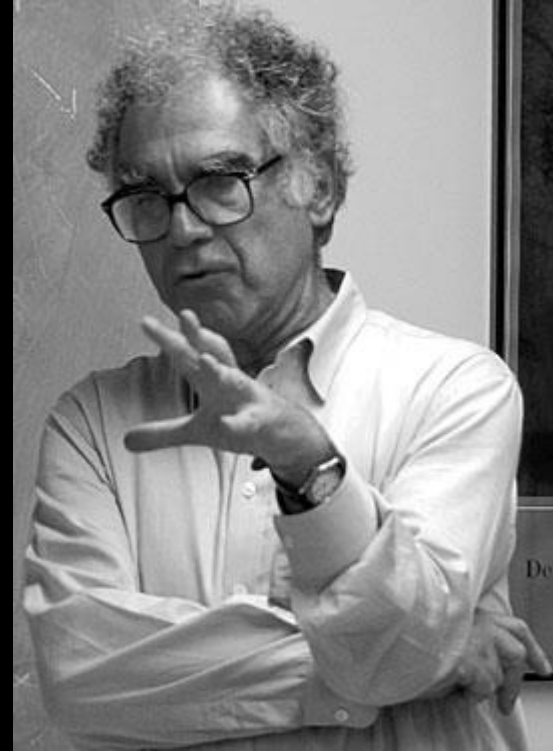
Pausa  
#3

# Recordemos que...

Antonio Gramsci

- Pueblo: conjunto de clases subalternas.
- Clase dominante: homogénea.
- La clase dominante ejerce una hegemonía social, consistente en el consentimiento de las masas.





Carlo Ginzburg

# Carlo Ginzburg

- Pretende sacar del anonimato a los particulares que integran el “pueblo” o “masa”
- Realiza un estudio a partir de Menocchio, un molinero de un pueblecito de Italia del siglo XVI



# Carlo Ginzburg

- Ginzburg pretende en su estudio contar la historia no desde el lado de los vencedores, sino desde el de los vencidos, o bien desde el punto de vista de aquellos pertenecientes a las masas de quienes no se sabe mucho en particular.



# Carlo Ginzburg

- Ginzburg agrega al concepto de circulación de Bajtin el de apropiación.
- Apropiación: Adueñarse de lo que no se posee



# Carlo Ginzburg

- Dichas apropiaciones desembocan el fenómeno de “servirse del pensamiento de otro para entender el propio”
- En términos actuales, la apropiación es el génesis de la hibridación y el mestizaje



# Carlo Ginzburg

- Cultura Popular:
  - Cultura Oral
  - Sus fuentes no son escritas y son indirectas ya que han sido borradas por la cultura dominante (en este sentido se entiende que la cultura dominante describe a la popular desde su cosmovisión, lo que ocasiona que el verdadero significado de la cultura popular se desconozca y haya que descifrarlo)



# Carlo Ginzburg

- Por ejemplo:
  - La historia de la Conquista de México se conoció de manera oficial en primer lugar por las cartas que Cortés envió al Rey Carlos V (la historia la escriben los vencedores), pero en épocas contemporáneas se han escrito libros como “La Visión de los Vencidos” de M. de León Portilla, quien relata la conquista desde la perspectiva de los conquistados.
  - Aún en este sentido la visión que se expresa en dicho libro es una visión descifrada de lo que pudo haber sucedido, lo cual refiere que en base a la cultura dominante se analiza a la dominada. Lo ideal para comprender la cultura popular es que alguien autóctono hubiera escrito lo que sucedía desde su perspectiva.



# Carlo Ginzburg

- Así la cultura popular nos llega “filtrada”
- Se atiene a la interpretación de los letrados



Pausa  
#4

# Recordemos que...

Carlo Guinzburg

- Apropiación: Adueñarse de lo que no se posee. “Servirse del pensamiento de otro para entender el propio”.
- Cultura popular: cultura oral.
- La cultura popular se atiene a la interpretación de los letrados.



# Actividad de aprendizaje sugerida

- En equipos de cuatro integrantes recuperen, cada uno, relatos de personajes de su comunidad que representen lo que Menocchio para la cultura oral en su espacio social.
- Registren esos relatos (transcripciones, grabaciones de audio o video) y con base en esta información analicen el concepto de *hegemonía*, para entender la tensión entre las versiones dominantes y subalternas de la realidad desde sus sujetos.





Cliford Geertz

# Cliford Geertz



- Expresa una visión antropológica del hecho
- Analiza a la “Cultura” desde un enfoque semiótico
- Cultura:
  - Estructuras de significación socialmente establecidas



# Cliford Geertz

– Es un contexto dentro del cual pueden describirse acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales



- Análisis Cultural: Conjeturar significaciones, estimar las conjeturas y llegar a conclusiones explicativas partiendo de las mejores conjeturas



# Cliford Geertz

- Es decir, Geertz, desde su perspectiva antropológica, nos sugiere que debemos analizar a la cultura como un mundo de significados, en función a la naturaleza de pluralidad humana, desde los cuales podemos llegar a la interpretación de los fenómenos que en el mundo acontecen.



# Cliford Geertz

- La Cultura se comprende mejor como una serie de mecanismos de control (planes, recetas, fórmulas, reglas ...) que gobiernan la conducta
- ≠ Esquemas de conducta (costumbres, usanzas, tradiciones, hábitos)



# Cliford Geertz

- Status mental:
  - Erróneo pensar que los procesos de sustitución, inversión, condensación, etc., son anteriores a los de razonamiento dirigido, lógicamente ordenado
  - Erróneo considerar a los pueblos tribales como formas primitivas en función a lo anterior



# Cliford Geertz

- Tanto en procesos de razonamiento como de sentimiento se necesitan recursos culturales, un sistema de símbolos públicos, previo a la expresión individual.



# Cliford Geertz

- Existen pues tres dimensiones en el análisis etnográfico para Geertz:
  - Cultura
  - Sistema Social
  - Esfera psicológica
- Etnografía: Descripción densa de la cultura (y los otros dos factores implícitos en la representación cultural)



# Cliford Geertz



- La cultura (como un sistema ordenado de símbolos y significaciones en cuyos términos tiene lugar la integración social), el sistema social (como la estructura social misma) y la esfera psicológica.
- La cultura, por su estructura, “puede interpretarse como texto”.



# Cliford Geertz



Geertz nos quiere decir que las significaciones que el hombre da a las cosas es tan amplia y variada, así como dependiente del contexto en el que se encuentre.

- Por ejemplo:
  - Una grulla en origami representa un simple adorno en el *contexto* de la *cultura* occidental, pero para la *cultura* oriental, esta grulla es un símbolo de *sabiduría*.

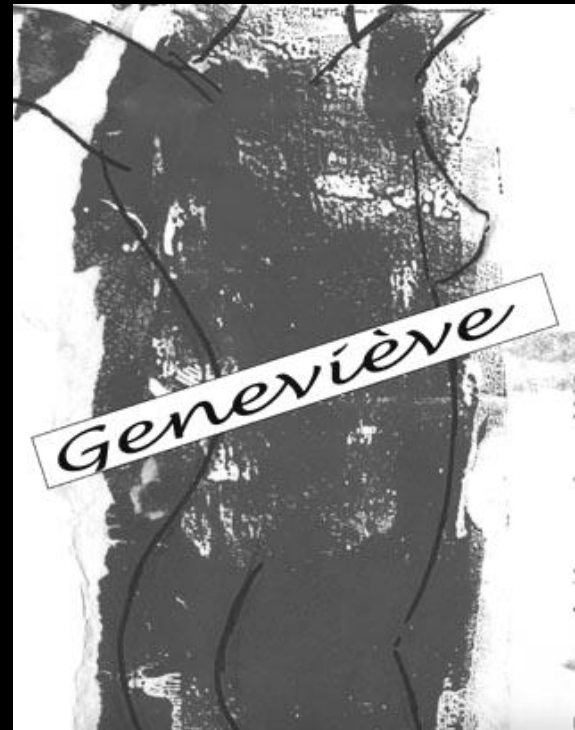


# Recordemos que...

Clifford Geertz

- Cultura: Estructuras de significación socialmente establecidas. Debemos analizarla como un mundo de significados.
- Tres dimensiones: Cultura, Sistema Social y Esfera psicológica
- La cultura, por su estructura, “puede interpretarse como texto”.





Geneviève Bollème

# Geneviève Bollème

- “LO POPULAR ES POLÍTICO”
- Bollème maneja la tesis de que no se puede entender a la cultura popular desde fuera, ni desde arriba.
- “Cómo es posible que el intelectual, escindido del pueblo, pueda hablar de lo popular si ya no comparte ni su lengua ni su experiencia”



# Geneviève Bollème

- Así, todo acercamiento no puede ser lo que pretende, ya que sólo podrá ser una representación.
- Popular → Oral → Experiencia → Performances



# Geneviève Bollème

- Intelectual → Letrada → Escritura poética → Operaciones para establecer la relación política entre intelectual y su objeto de estudio, el cual está dentro de lo popular



Pausa  
#6

# Recordemos que...

Geneviève Bollème

- No se puede entender a la cultura popular desde fuera, ni desde arriba.
- Popular → Oral → Experiencia → Performances
- Intelectual → Letrada → Escritura poética → Operaciones para establecer la relación política



# Actividad de aprendizaje sugerida

1. Hagan, individualmente, un ejercicio de observación etnográfica para el abordaje de un fenómeno cultural que ocurra en su entorno próximo, y que sea característico de la cultura popular.
2. Redacten el reporte de observación contemplando los tres aspectos del análisis etnográfico que indica Clifford Geertz.
3. Concluyan el reporte con una reflexión escrita, de una página de extensión como mínimo, acerca de cómo su mirada de estudiantes universitarios, con una formación en conceptos sobre política y clases sociales, afecta su manera de ver y comprender a la cultura popular.





Robert Chartier

# Robert Chartier

- Análisis de la cultura popular a partir de textos: La lectura constituye una práctica encarnada en gestos, espacios y costumbres.



# Robert Chartier

- Análisis a partir de la “Biblioteca Azul” (colección de libros que los imprenteros franceses del Antiguo Régimen destinaban a las clases subalternas)
- Error pensar en Cultura Popular y Oficial como opuestas (se mezclan)



# Robert Chartier

- Las clases subalternas no son reflejo de la imposición del poder.
- A través de los textos el historiador debe rastrear las particularidades de la cultura popular, a partir del análisis de los discursos.



# Recordemos que...

Robert Chartier

- Análisis de la cultura popular a partir de textos.
- Error pensar en Cultura Popular y Oficial como opuestas (se mezclan)
- Las clases subalternas no son reflejo de la imposición del poder.





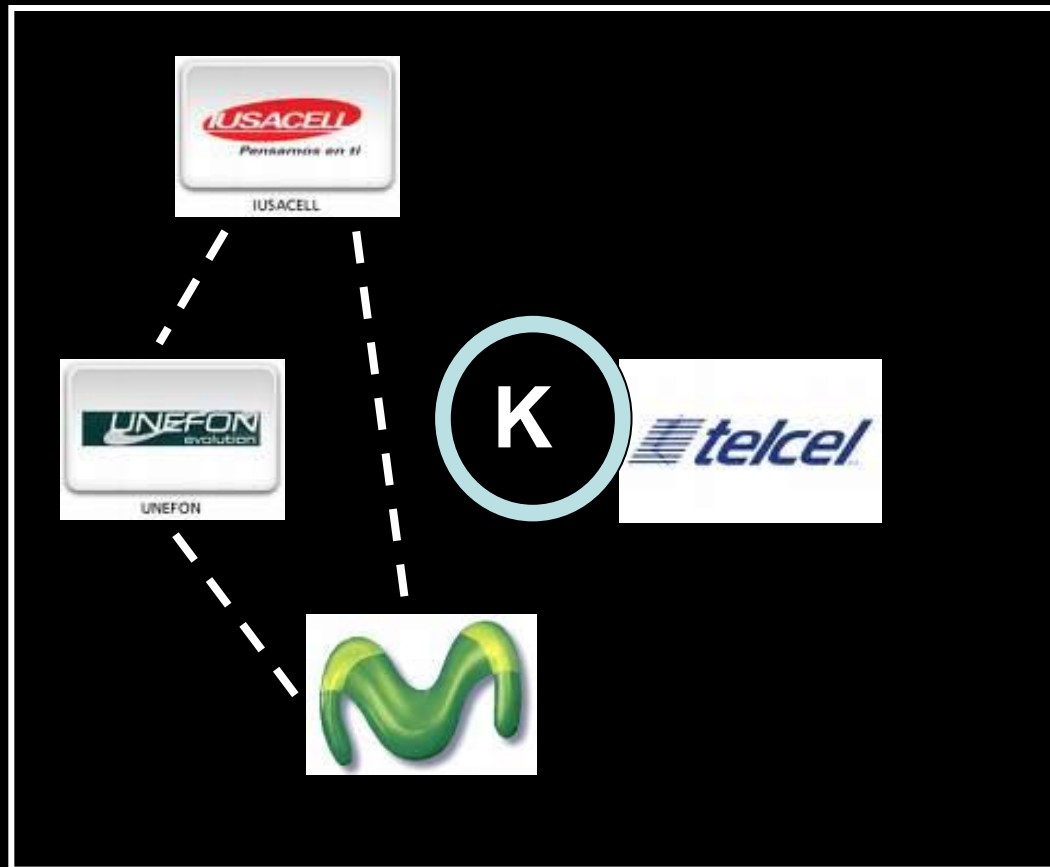
Pierre Bourdieu

# Pierre Bourdieu

- Campo: Aquel espacio que tiene en su núcleo un capital común (K) que mantiene a su alrededor agentes que tejen redes según su interacción



# Pierre Bourdieu



# Pierre Bourdieu

- Capital:



- Cultural (conocimiento, competencias)
- Social (títulos -dan prestigio- )
- Económico (\$)
- Simbólico (representa la parte carismática de las personas)



# Pierre Bourdieu

- Habitus:
  - Son las rutinas o patrones que las personas siguen
  - Son esquemas, estructuras de percepción, pensamiento y acción



# Pierre Bourdieu

- El habitus es colectivo
- “Inconciencia de Clase”: Las personas llevan a cabo acciones sin reflexionar sobre ello, podría decirse que es un instinto reflejo producto de la educación y el medio en que se desenvuelven



# Pierre Bourdieu

- Ejemplo:
  - Existen diversas prácticas que las personas realizan sin saber siquiera el significado de ellas y lo hacen por el simple hecho de la costumbre transmitida; hablamos pues de la “inconciencia de clase”.
  - Las personas que escupen en la calle ven el hecho como un acto sumamente normal. Incluso la religión cabe en este habitus, ya que en bastas ocasiones el ser practicante responde más a una tradición que a una convicción.



# Pierre Bourdieu

- Gustos:
  - Legítimo: Mayor independencia, menor autenticidad, menor consumo
  - Medio: Mayor Consumo
  - Vulgar: Menor independencia, mayor autenticidad



Pausa  
#8

# Recordemos que...

Pierre Bourdieu

- Campo: Aquel espacio que tiene en su núcleo un capital común
- Habitus: Son esquemas, estructuras de percepción, pensamiento y acción
- Capital:
  - Cultural (conocimiento, competencias)
  - Social (títulos -dan prestigio- )
  - Económico (\$)
  - Simbólico (representa la parte carismática de las personas)



# Actividad de aprendizaje sugerida

- Escriban, individualmente, un breve ensayo que se titule “Mi clase social y yo”, en el que den cuenta de la percepción que tienen de sí mismos en relación con la clase social a la que se adscriben. Desarrollen, en un mínimo de tres páginas los aspectos que caracterizan a su clase social, y con cuáles se identifican y con cuáles no, siguiendo los conceptos de Pierre Bourdieu





Michel De Certeau

# Michel de Certeau

- Cultura Popular:
  - Cultura de todos los días
  - Prácticas cotidianas de las mayorías anónimas
  - Procesos de apropiación y usos



# Michel de Certeau

- Análisis del uso implícito en el consumo: en la vida diaria las personas se convierten en entes receptivos de todo aquello que se consume.



# Michel de Certeau

- Procedimientos creativos: Son aquellos medios de los que se valen las personas para salir airoso ante situaciones difíciles.
- Dichas dificultades apelan a la creatividad para resolver problemas. Así, la improvisación al momento de afrontar situaciones se vuelve fundamental, es como vivir una “vida jazz”.



# Michel de Certeau

- Ante la austeridad, los estudiantes buscan formas diversas de gastar menos, que van desde una comida con atún y galletas saladas, hasta las “aguas locas” para que rinda el alcohol en la fiesta.
- Las amas de casa ejemplifican el hecho con la frase “convertir un billete de cien en uno de mil.”



# Michel de Certeau

- Arte de Hacer:
  - Golpes súbitos
  - Narrativas
  - Retórica
  - Economía del don
  - Estética del golpe
  - Ética de la tenacidad



# Michel de Certeau

- En la Cultura Dominante se utilizan estrategias, ya que estas son elaboradas, planeadas
- Por otra parte en la Cultura Popular se usan tácticas que van más con la improvisación
- Marc Augé interpone la definición de “espacio” de M. de Certeau, la cual tiene una categoría de libertad sobre los lugares. En cambio Augé propone los lugares y los no lugares:



# Michel de Certeau

- Lugar: Territorio cargado de cultura, posee sentido histórico y altamente simbólico. Por ejemplo: Los hostales, posadas que guardan costumbre, fonditas, Mercados (Merced, Sonora)
- No Lugar: Aquellos que pierden el sentido de singularidad: La cadenas de hoteles, los centros comerciales, aeropuertos



# Michel de Certeau



No Lugar

# Michel de Certeau

Lugar



# Michel de Certeau

No Lugar



# Recordemos que...

Michel de Certeau

- Cultura popular: cultura de todos los días.
- En la Cultura Dominante se utilizan estrategias, ya que estas son elaboradas, planeadas
- Por otra parte en la Cultura Popular se usan tácticas que van más con la improvisación
- Lugar: cargado de cultura, posee sentido histórico y altamente simbólico
- No lugar: pierden el sentido de singularidad



# ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE SUGERIDA PARA EVALUACIÓN FINAL

- Tomando en cuenta a los cinco autores citados por Zubieta, en equipos de 4 a 5 integrantes, elaboren un cuadro sinóptico.
- Este cuadro tendrá cinco columnas: autor; concepto general de cultura; conceptos de cultura popular/ de masas o equivalentes; principales aportaciones (no sólo sobre los conceptos de la columna 3, sino de otros conceptos o metodología; y lo que le falta a cada autor (o temas que se pueden abordar desde su obra, o conceptos que le pueden complementar.
- El cuadro se elaborará en formato digital, en un mínimo de 10 láminas de Power Point o equivalentes e integrará citas textuales, comentarios individuales y apoyos gráficos.



# Bibliografía

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2006): “El consumo cultural: una propuesta teórica”, en *El consumo cultural en América Latina* (Guillermo Sunkel, coord.), Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp. 26 - 49

GONZÁLEZ, Jorge (2003): “Pensar la cultura (en tiempo de vacas muy flacas)” en *Cultura(s) y ciber\_cultur@..(s)*, México, Universidad Iberoamericana Ciudad de México – Laboratorio de Comunicación Compleja, pp. 113-123.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003): “Modernidad y massmediación en América Latina” en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 203 - 333

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002): “Itinerarios de la investigación” en *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 207-255

VALENZUELA ARCE, José Manuel (1993): “Ámbitos de interacción y consumo cultural en los jóvenes” en *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 384-414.

ZUBIETA, Ana María et al (2000): “Primera parte: Cultura popular. Capítulo I. Perspectivas fundantes y otros estudios”, en *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, Buenos Aires, Paidós, Serie Estudios de Comunicación, pp. 27-61.

