

Sahade, Pablo Marcelo

pmsahade@gmail.com

CONICET - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Universidad Nacional de Cuyo

Área de interés: Comunicación y procesos educativos.

Palabras clave: Educación – medios - resignificación

CULTURA POPULAR, EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. EL PROCESO DE RECEPCIÓN Y RESIGNIFICACIÓN DE MENSAJES MEDIÁTICOS EN LA INSTITUCIÓN ESCUELA.

La presente investigación se enmarca en la complejidad de las actuales condiciones de producción social y de reproducción cultural. Desde esta perspectiva nos interesa puntualmente el problema de los consumos culturales –en el marco del proyecto de investigación: Cultura popular y cultura escolar. Una investigación sobre la escuela como espacio de conflictividad cultural y construcción simbólica (SECyT – FCPyS. UNCuyo 2003-2004)- ; vale recordar que la preocupación por el consumo cultural de los medios de comunicación está ligada a los propios orígenes de la investigación en comunicación masiva. Ahora bien, tal como ya lo planteara Néstor García Canclini en Culturas Híbridas y posteriormente en Consumidores y Ciudadanos, aportes interdisciplinarios provenientes del campo de la sociología y la antropología cultural han permitido desarrollar una comprensión del consumo como un conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y uso de los bienes. De ahí que, nos interesa comenzar a pensar el consumo como un espacio para la comprensión de los comportamientos sociales.

De esta manera, nuestro trabajo propone indagar en los problemas que surgen entre la cultura escolar y la cultura popular, específicamente a partir de dos cuestionamientos: por un lado, cómo procesa la escuela los mensajes que provienen de los medios, y por otro lado, el consumo cultural de esos mensajes, es decir, sus usos y resignificaciones.

Para responder estos cuestionamientos y avanzar en el análisis empírico del consumo cultural focalizamos nuestro trabajo de campo en sexto grado de la escuela rural 1-073 Virgen de la Carrodilla, del Departamento de Luján de Cuyo, Provincia de Mendoza. En

este marco, utilizamos la observación etnográfica, las encuestas y las entrevistas grupales como herramientas que nos permiten interpretar los significados relevantes en la vida del grupo, es decir, descubrir, conocer y comprender más completamente el proceso de la recepción y la resignificación de mensajes producidos por los niños en el contexto escolar.

En este sentido, los resultados demostraron que existe una tendencia hacia productos destinados al entretenimiento, vacíos de un contenido crítico que les permita leer la realidad de una manera aguda. El Show de Videomatch, Costumbres Argentinas, Los Simpson, como productos televisivos tienen un alto porcentaje electivo por parte de los alumnos; en tanto, al hablar de música fue relevante la alta preferencia que demostraron en productos como la *cumbia villera*. Tales preferencias se complementan con el 53% de desinterés por la lectura, aunque, el 47% de interés se orientó hacia productos como el suplemento dominical *Tintero*, que distribuye Diario Los Andes de Mendoza.

Ahora bien, realizar la interpretación y análisis no es tarea fácil, es necesario movernos dentro de un marco teórico que nos permita reflexionar sobre estos datos obtenidos. Para ello, tomamos como base la *Teoría Sociocultural del Consumo* propuesta por el antropólogo Néstor García Canclini, con el fin de aportar a ella a partir de nuestra experiencia.

CORPUS TEÓRICO.

Si bien el conocimiento empírico sobre el proceso de recepción de los mensajes y del fenómeno de los consumos culturales es un ámbito poco conocido y estudiado en comunicación ¿Cómo procesan los mensajes de la cultura popular la institución escolar? Y ¿Qué hacen con esos mensajes los niños? Son las preguntas que estructuran nuestra investigación.

Para responder estos cuestionamientos elaboramos categorías que nos permitieron obtener una comprensión teórica de tales problemas, así, organizamos nuestro corpus teórico en tres ejes. En el primero de ellos centramos nuestra preocupación en qué se entiende por cultura y cultura popular. Abordamos este tópico desde autores como García Canclini, Clifford Geertz y Gramsci; diferentes visiones que nos ayudaron a observar el fenómeno de la cultura desde diversos focos de la ciencia social. Tal es así,

que no se define exclusivamente desde un imperativo teórico, ni como una suma de acciones, sino, fundamentalmente como una red, como un tejido social, como todo un modo de vida donde un sistema significativo está implicado en todas las formas de actividad social, además, *cultura* como concepto es más amplio que las artes y las formas tradicionales de producción intelectual, sino, que caben en él, todas las prácticas significantes. Ahora bien, a partir del planteo de Antonio Gramsci, el cual, reflexiona en términos de dominación; por eso, la dicotomía entre alta y baja cultura se rescribe en su línea de pensamiento con categorías como clase dominante y clase subalterna, siendo este planteamiento base el que desemboca, posteriormente, en los términos de hegemonía y folclore como cultura popular. Es decir, existe una ligazón en el concepto gramsciano de folclore como cultura popular, como concepción del mundo y de la vida; que se halla en contraposición a las concepciones del mundo oficiales, de lo hegemónico.

Partiendo desde este punto con respecto a la cultura, y del aporte gramsciano es posible introducirnos en: la cultura popular. En este sentido, es posible retomar el planteo de Peter Burke sobre este discutido concepto: *el concepto de popular tuvo una suerte de transformación histórica: desde lo popular como prioridad del pueblo (lo que es propio del pueblo), a lo hecho para el pueblo, a lo consumido por el pueblo. De manera que, distinguimos tres momentos distintos de los estudios de la cultura popular: Un primer momento precapitalista, como una instancia de cierto auge de lo popular; un segundo momento que implica el advenimiento del capitalismo y todo lo aparejado: procesos de industrialización, la modernidad, la revolución burguesa, la construcción de la nación moderna, etc. Aquí, aparece un uso de la cultura popular por parte de la elite letrada: la cultura popular instalada como sujeto para la construcción de las identidades nacionales; y el tercer momento, en estado avanzado del capitalismo, donde los medios de comunicación (mass media) y la cultura de masas erosionan los límites de las culturas nacionales. Encontramos, procesos de hibridación, mestizaje, etc., entre tres elementos: cultura popular, cultura de masas y cultura de elite. Ahora bien, en este contexto no dejamos de lado la visión latinoamericana aportado con el pensamiento de Néstor García Canclini o Jesús Martín Barbero, quien, precisa en su discurso que hablar de lo popular hoy, no es sólo hablar desde las culturas indígenas o las campesinas sino*

también *desde la trampa espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, desde lo masivo.*

Con esta estructura iniciamos el segundo eje de nuestro corpus y nos orientamos hacia los consumos culturales. Es decir, nos dirigimos hacia los usos populares de lo masivo; -y a raíz del consumo cultural verificar si hay recuperación y deformación, replica, complicidad o resistencia, en otras palabras lo que hace la gente con lo que hacen de ella en esta *no simetría* entre los códigos del emisor y del receptor. Siguiendo la línea de Martín Barbero suponemos dejar de entender a la comunicación exclusivamente desde la producción, consumo, y uso social de los medios de comunicación, dando paso, entonces, a las experiencias de sentido y a las mediaciones culturales; donde los productos mediáticos se ofrecen como el terreno privilegiado de producción, intercambio, interacción, diálogos, resignificación que se construyen respecto a los textos producidos por los practicantes, en nuestro caso, escolares.

De esta manera -y luego de lo expuesto anteriormente- desentrañamos estas lógicas de uso y percepción de los productos mediáticos, por parte de los alumnos. En este sentido -y retomando una idea trabajada por John Fiske y Michel De Certeau- podemos establecer que el consumo cultural es otra producción, que no fabrica ningún objeto concreto pero constituye representaciones que nunca son idénticas a aquella que el productor, autor, o artista ha empleado en su obra. De ahí, que la escuela como campo de tensiones, prestamos y resignificaciones es un espacio relevante para el conocimiento de la percepción de los consumos culturales. Desde este punto de vista la cultura popular es pensada como construcción en forma conjunta y a partir de las condiciones sociales de existencia de alumnos y maestros.

Así, ingresamos a nuestro último eje teórico constituido por el campo escolar. La designación de Althusser como aparato ideológico de Estado, o la visión de Bourdieu-Passeron, en la que la educación es la vía más fuerte para la reproducción de la cultura de las clases dominantes, conforman a la escuela como un sistema altamente represivo, el cual, enmascara su función de reproducir el orden social. Contrariamente, a esto, la propuesta por Paulo Freire y Henry Giroux, la postulan como un espacio de construcción social, dinámico, abierto y plenamente histórico. Es decir, la escuela como vehículo de democracia y movilidad social, de manera que, la educación es liberadora o transformadora, es decir, se exige una postura reflexiva, crítica, transformadora, una

postura que exige la acción. Por eso estos autores, enfatizan la idea de *proceso*, porque significa ver a la educación como un proceso permanente en el que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento. Un proceso de acción-reflexión-acción que cada uno hace desde su realidad, desde su experiencia, desde su práctica social, junto con los demás. En este marco, la cultura escolar no es la instancia de la mera reproducción o de la internalización de la norma hegemónica, sino que, se constituye como un campo de circulación de mensajes y significaciones, no ajeno a los conflictos interculturales.

ALGUNAS CONSIDERACIONES

En el marco de lo hasta aquí desarrollado debemos preguntarnos, entonces, cómo leer los datos obtenidos en nuestro trabajo de campo. A nuestro entender, apelamos al concepto de cultura estableciendo puentes y conexiones entre los campos de la comunicación-educación; es decir, que la cultura tienen un papel decisivo para comprender los procesos comunicativos, tanto massmediatizados como cara a cara, es que los procesos de comunicación se producen en la cultura, es decir, que los textos, discursos, y mensajes son producidos, circulan y son decodificados desde entramados de significación específicos y que la relación entre esos entramados permeables dentro del espacio escolar es de tipo asimétrico y hegemónico, para aludir a la tradición gramsciana. En este sentido, tratamos, básicamente, de explicitar las formas en que usan los medios de comunicación, las maneras en que se decodifican los mensajes, su inscripción en la historia, de manera que, lo *masivo* es parte de la *cultura*.

A continuación, siguiendo este desarrollo y luego de nuestra experiencia, presentamos algunas consideraciones:

À Existe en el sistema educativo, y en particular en la escuela, la concepción sobre la educación como transmisión de conocimientos orientados, básicamente hacia el *deber*, el *saber hacer*, por lo tanto, lo que *se debe hacer*.

À La escuela entiende a la cultura popular como folclore, en tanto, costumbres que otorgan identidad nacional, es decir, fiestas patrias (25 de Mayo, 9 de Julio, etc.), danzas regionales (pericón, zambas, etc.), fiestas populares (peñas, etc.), símbolos patrios (escarapela, izamiento de la bandera, estandarte, etc.).

Å En este sentido, existe en la escuela la función absoluta de instituir saberes en los niños, en ese instituir, intervienen formas de recepción pasiva. De manera que, no existe la comprensión e interpretación de las prácticas culturales que traen estos alumnos desde su espacio familiar-social. En consecuencia, cultura escolar y cultura popular están ubicados -por la escuela- en caminos diferentes, evidentemente, el encuentro entre ambas produce un choque más que una alternativa en la educación.

Å Ahora bien, desde el campo de la comunicación, estudiando los consumos culturales y la resignificación de los mensajes mediáticos. Podemos establecer, que la escuela no brinda a los alumnos, elementos que permitan reflexionar críticamente sobre los medios de comunicación masiva, en cuanto a contenido, mensajes, temáticas, etc. Además, tampoco permite, salvo en ciertas situaciones, discutir y reflexionar entre maestros y alumnos sobre por qué consumen determinados productos culturales.

Å En tanto, los niños entrevistados demostraron ser críticos ante determinados productos culturales, sobre todo mediáticos, como también, ante determinadas prácticas escolares. Además, podemos leer en sus expresiones que determinadas preferencias son elegidas como una forma de apropiarse de *su lugar*, de hacerse escuchar, de imponer su personalidad.

Å Otro de los puntos importantes que manifestaron los alumnos en sus discursos hace aún más evidente el choque entre la cultura popular y la escolar. Así, las narraciones sobre la cumbia villera, las anécdotas en el cine, y la recurrencia a temas escatológicos -como el pedo y lo sexual-; ponen a la luz la reafirmación de lo propio, de su identidad, del *vencer* a través de la parodia, de lo grotesco y la risa con lo instituido, y en este caso, lo instituido es el ámbito escolar, es decir, lo oficial, lo establecido, lo que se *debe hacer*.

Å Finalmente, en este marco, consideramos al consumo cultural otra producción, que no fabrica ningún objeto concreto, pero constituye representaciones que nunca son idénticas a aquellas que el productor, autor o artista ha empleado en su obra. Así, la cultura popular es pensada como construcción en forma conjunta y a partir de las condiciones sociales de existencia, tanto, de los alumnos como de los maestros, manifestada en la escuela como campo de tensiones, préstamos y resignificaciones.

A partir de estas consideraciones, creemos que podemos aportar desde el campo de la comunicación algunas propuestas, que permitan vencer con el hiato entre lo escolar y lo popular:

Ubicándonos en la línea teórica de Freire y Giroux, cuya propuesta está orientada a concebir a las escuelas como vehículos de democracia, de movilidad social y como un espacio de construcción social, dinámico y abierto. De manera que, la educación avance hacia la reflexión, a la crítica y principalmente al modo de considerar al educando como un sujeto de un proceso en el que se aprende de y con los otros. Es decir, donde la cultura popular y la escolar avancen juntas, en el mismo proceso de *acción-reflexión-acción* que cada uno hace de su realidad y experiencia. A partir de aquí, proponemos el uso de la comunicación en la educación a través del uso de los medios de comunicación, como también, de la comprensión, reflexión y crítica de los medios de comunicación y de los mensajes mediáticos.

El niño tiene que escribir para ser leído –por el maestro, por sus compañeros, por sus padres, por sus vecinos- y para que el texto pueda ser difundido el niño debe comprobar la utilidad de su labor, que puede entregarse a una actividad no solo escolar sino también social y humana, que sienta liberarse en su interior la imperiosa necesidad de actuar, buscar y crear. Buscamos un cambio, escribir un periódico constituye una operación muy diferente a completar un cuaderno individual. Porque no existe expresión sin interlocutores. Y como en la escuela tradicional la redacción solo está destinada a la censura y corrección por parte del maestro, por el hecho de ser un deber no puede ser un medio de expresión.

A medida que los niños escriban, se expresen y creen sus escritos publicados y leídos, se irá despertando su curiosidad, su apetencia de saber más, de investigar más, de conocer más, es decir, reflexionarán, discutirán y los alumnos así tonificados y renovados, tendrán un rendimiento superior, cuantitativa y cualitativamente, al exigido por el viejo sistema represivo. De esta manera, tendrán su propio juicio crítico ante la realidad que los rodea y del que son parte, se acercarán a la lectura, permitiendo generar y potenciar nuevos emisores implementando la participación y la interlocución activa.

En fin, debemos recordar que el hombre expresa permanentemente su sistema de creencias, sus valores y actitudes, pero sobre todo sus interpretaciones de la realidad. La

cultura lo representa, lo nombra y le da voz, devolviendo al pensamiento crítico su caudal y vigorizando los lazos capaces de convertir a cualquier pueblo en una estructura de respuestas hacia su propia identidad.

BIBLIOGRAFÍA.

ALTHUSSER, Louis. Ideología y aparatos ideológicos de Estado . Anagrama, Barcelona,1978.

BLANC, Natalia, Filosofía Villera, en *Revista Veintitrés*, Año 3, N°149, 2001

BOURDIEU, Pierre Y PASSERON, Jean Claude. La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza, LAIA, Barcelona, 1972

CARR, W. Y KEMIS, S. Teoría crítica de la enseñanza. La investigación-acción en la formación del profesorado. Editorial Alertes, Barcelona, 1990.

CEA D`ANCONA, M de los A. Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas en investigación social. Ed. Síntesis, Madrid, 1998

DE CERTEAU, Michel. La invención de lo cotidiano, Universidad Iberoamericana, México,1975.

FISKE, John. Understanding popular culture, Routledge, New York, 1992

FREIRE, Paulo, La educación como práctica de la libertad, Siglo XXI Editores, 32ed., 1985

-----, La pedagogía del oprimido, Tierra Nueva, Montevideo, 1970

GARCIA CANCLINI, N. Las culturas populares en el capitalismo. Nueva Imagen, México, 1982.

-----Culturas Híbridas, Sudamericana, Bs As, 1995.

-----Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización, Grijalbo, México,1995.

GIROUX, Henry. Los profesores como intelectuales. Hacia una pedagogía crítica del aprendizaje, M.E.C., Madrid, 1990

GRIGNON, Claude. Y PASSERON, Jean Claude. Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura, Nueva visión, Bs. As, 1991

GRAMSCI, Antonio, Cultura y literatura, Península, Barcelona,1992

----- La formación de los intelectuales, Grijalbo, México, 1968

MARTÍN BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. **Gustavo Gili, México, 1991.**

-----Procesos de comunicación y matrices culturales. Itinerario para salir de la razón dualista. **Gustavo Gili, México, 1987.**

PEYRÚ, Graciela, Papá ¿Puedo ver la tele?, **Piados, Bs As, 1999**

PRIETO CASTILLO, Daniel, Mediación pedagógica para la educación popular. **Ediunc, Mza., 1996.**

SANTAGADA, M. A. El enfoque etnográfico en comunicación en **Constelaciones de la comunicación.** AñoI N° 1, setiembre 2000, **Bs As.**

TAYLOR, S. J. Y BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación, **Ed. Piados, Barcelona, 1992**

WILLIAMS, Raymond, Cultura. Sociología de la comunicación y del arte, **Piados Comunicación, Bs. As., 1981.**

WILLIAMS, Rowe y otro. Memoria y modernidad. **Grijalbo, Barcelona, 1984**

WOLF, Mauro, La investigación de la comunicación de masas. Críticas y propuestas, **Ed. Piados, barcelona, 1996**

ZUBIETA, Ana Maria, y otros, Cultura popular y cultura de masa. Conceptos, recorridos y polémicas, **Paidos, Bs As, 2000**

Páginas Web:

www.licencomunicacion.com.ar

www.saladeprensa.org

www.chasqui.comunica.org