

De la torre de marfil al laboratorio pop: estudiar la cultura popular hoy

Por Camila Aguirre Vallés, Tobías Ben, María Constanza Rojo y Andrés Nahir Salman Sosa (*)

“Laboratorio pop” es una iniciativa innovadora y revulsiva dentro de la Facultad: desafía y problematiza la asimilación académica de un pensamiento de fronteras, muchas veces reacia a dialogar con lenguajes y conocimientos sociales, urbanos, populares. Para ello proyecta un mapa de la cultura apropiándose de los saberes disímiles y contradictorios, y así -según explican sus integrantes-, busca traducirlo en “canales de contacto con aquellas ‘masas’ de las que no podemos, en una suerte de afán intelectual, pensarnos separadxs”.

Este artículo presenta la perspectiva y algunas líneas de trabajo de un proyecto en curso en el marco del programa “Estudios sobre Cultura Pop. Formas locales, diseños globales y semióticas de lo popular”, radicado en el Centro de Estudios Avanzados de la Facultad, integrado por docentes, egresados y estudiantes de Sociología, Semiótica, Ciencia Política, Ciencias de la Comunicación y Letras, entre otras carreras de la Universidad Nacional de Córdoba. Da cuenta del interés del espacio en las problemáticas de la cultura,

particularmente en sus dimensiones popular y masiva, sistematizadas en la noción de “cultura pop” y presenta las bases de un trabajo de comunicación pública de la ciencia impulsado desde dicho programa.

En un contexto en el que la sociedad se ve atravesada enteramente por las dinámicas de la globalización, el estudio de la cultura popular nos permite entender las tendencias, expresiones y creencias que impactan directamente en nuestras rutinas y formas cotidianas de vida. Así como a todos nos interpela, en mayor o menor medida, la figura del Gauchito Gil, la de Lionel Messi o la de Britney Spears, la cultura popular representa un amplio conjunto de tradiciones heterogéneas que convergen en un contexto histórico y espacial específico. En el centro de esta red constituida entre fenómenos populares, la masividad de los medios de comunicación y las prácticas culturales, sobrevive una fuerza omnipresente que no se reduce a su capacidad de entretenimiento, sino que sobre todo ilustra la sociedad tal cual es y funciona políticamente como configurador de nuestras identidades individuales y colectivas.

Por todo esto, la pregunta por la cultura popular ha dado lugar a ríos de tinta en las ciencias sociales. Su habitual vinculación con zonas folklóricas y marginales de la práctica social y artística merece, en nuestra opinión, ser revisitada en los marcos de un capitalismo multinacional (Jameson, 1991), en tanto la mercantilización de la esfera cultural y el borrado de las antes ineludibles distancias entre los distintos territorios del mundo han modificado los modos de producir y consumir. Consideramos necesario pensar siempre en concepciones relacionales –jamás esencialistas– de aquello que podemos denominar “cultura popular”, que en cierta forma no es sino aquello que los sectores hegemónicos ubican por fuera de la “alta cultura”.

Es en este marco que la dificultad de establecer límites claros entre la industria cultural masiva y la producción local se ha vuelto objeto de interrogaciones del programa de investigación “Estudios sobre Cultura Pop. Formas locales, diseños globales y semióticas de lo popular”, radicado en el Centro de Estudios Avanzados -de la Facultad de Ciencias Sociales (FCS) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC)-, dirigido por el Dr. Ariel Gómez Ponce e integrado por docentes, egresados y estudiantes de Sociología, Semiótica, Ciencias Políticas, Ciencias de la Comunicación y Letras, entre otras carreras de la UNC. Desde allí, pensamos que nuestra cultura popular no puede hoy ser concebida por fuera de la influencia de producciones del resto del mundo, por lo que nos interesan precisamente esos puntos de cruce entre consumos masivos, emergencias locales, modelos globales y nuevos sistemas de

legitimación. Así, ante sistemas hegemónicos que exceden toda frontera nacional, cabe preguntarse por las nuevas formas de reproducción y amalgamamiento de significados y valores dominantes, pero también por las nuevas prácticas de resistencia a las que tal contexto puede dar lugar. Fenómenos como la presentación en los Latin Grammy 2023 que brindó BZRP –productor musical argentino que supo fusionar la murga, el tango y el trap en el escenario televisado de una ceremonia de premiación dedicada a artistas latinoamericanxs (que, no obstante, tiene a España como epicentro y a Rosalía entre sus ganadores)– nos demuestran que la producción masiva es una zona de la cultura poblada de contradicciones y tensiones dignas de ser investigadas.

Consideramos improbable, sino inocente, intentar analizar producciones locales o regionales en un vacío. No sería para nada pertinente sumirlas bajo una lógica de asimilación pasiva, pero sí preguntarnos por el modo en que las lógicas capitalistas condicionan la producción artística y, sobre todo, por las líneas de fuga, por los espacios donde se cuelan tanto nuestras maneras –sudamericanas– de ver críticamente el mundo, como de figurarnos uno mejor: en otras palabras, ¿qué rasgos de esa tendencia a polemizar con las hegemonías que Bajtín (1984) consideró clave para pensar la cultura popular perduran en las prácticas de hoy en día? ¿Cómo se han visto transformados?

Cuestiones como la centralidad de la imagen, la nostalgia y los *revivals*, el culto a la celebridad, los *influencers*, los *reality shows*, la cancelación, el consumo irónico, los imperios del entretenimiento, la incorrección política y las redes sociales, entre otras, son así algunas de las dimensiones de la cultura sobre las que nos interesa echar luz. Por ejemplo, fenómenos televisivos como “Gran Hermano” nos obligan a pensar qué es lo que nos lleva a “consumir” la cotidianidad de un otro, cómo se ha transmutado la noción de intimidad personal a través de la exposición mediática y el interés público (Sarlo, 2018). Este abordaje de objetos que han sido históricamente dejados de lado por la academia, a pesar de (o precisamente por) ser ampliamente consumidos o por ser considerados “mundanos”, se sistematiza en el programa por medio de la categoría de “cultura pop”, noción que busca situarse en los intersticios de una esfera popular y una masiva de la cultura posmoderna, en sus reciprocidades y tensiones, en su potencial subjetivante y en su producción material.

Las instancias de trabajo dadas en el marco del programa, y una atenta mirada a estos fenómenos de una “cultura pop”, decantaron eventualmente en la necesidad de comunicar hallazgos parciales de nuestras investigaciones en ámbitos no universitarios. Nuestra curiosidad por la cultura masiva debía necesariamente traducirse en canales de contacto con aquellas “masas” de las que no podemos, en una suerte de afán intelectual, pensarnos separadxs. Con este objetivo en mente, y con el acceso abierto al conocimiento y la comunicación pública de la ciencia como faros, nació el Laboratorio Pop, plataforma de divulgación de debates y lecturas sobre la cultura pop.

Esta cocina de investigaciones en curso requiere la adaptación a lenguajes diferentes a los de la producción científica tradicional. Dada la primacía de las redes sociales, y particularmente de los formatos fragmentarios y breves de transmisión actual de la información, consideramos que esta incursión en la divulgación científica tenía oportunidades de llegar al público esperado por medio de Instagram. Con el antecedente de una campaña presidencial sostenida, en gran parte, en videos de Tik Tok, es más claro que nunca que la digitalidad constituye una arena clave para las disputas por el sentido, sino la más importante en la actualidad. Y frente a la proliferación de discursos anti-ciencia, sostenemos que la comunicación pública puede tornarse un punto de resistencia.

El Laboratorio Pop, en tanto rama comunicacional enmarcada en el programa “Estudios sobre Cultura Pop”, intenta captar entonces el estado de la cultura popular contemporánea a partir de sus manifestaciones materiales masivas, siempre atravesadas por las dinámicas multinacionales de la posmodernidad. Nos interesa la manera en que estas prácticas influyen en nuestra constitución como sujetos y en nuestra manera de relacionarnos con el mundo, así como en la puja entre modelos, estereotipos y utopías tanto locales como globales.

Nuestras investigaciones giran en torno a estos aspectos considerados “mundanos” pues creemos que es en ellos donde encontramos las claves para comprender la historia –y, por proyección, el presente– de nuestra sociedad. Si nos remitimos a tradiciones que consideran la cultura como “algo ordinario” (Williams, 1958), la consideraremos núcleo de nuestros interrogantes: la cultura en su sentido práctico, la cultura en tanto modo de vida cuyos significados y valores nos compete, como sus analistas, esclarecer (Williams, 2003). Debido a

todo esto, enarbolamos como lema de nuestro Laboratorio “la banalidad sin liviandad”, porque abordamos esos fenómenos de la vida cotidiana, esos productos artísticos masivos y esas dimensiones de la cultura a las que la academia no suele prestar atención con la convicción de que nos dejan ver afectos en ebullición, memorias en constante reactivación y las huellas de procesos abiertos de subjetivación, por lo que merecen ser leídos con la seriedad que amerita toda tarea investigativa.

(*) Estudiantes de las Facultades de Ciencias Sociales (FCS) y de Filosofía y Humanidades (FFyH). Integrantes del programa de investigación “Estudios sobre Cultura Pop. Formas locales, diseños globales y semióticas de lo popular”, radicado en el Centro de Estudios Avanzados de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba.

Referencias bibliográficas:

Bajtín, Mijaíl (1984). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Madrid: Alianza.

Jameson, Fredric (1991). *Teoría de la posmodernidad. La lógica cultural del capitalismo avanzado*. Editor digital minicaja.

Latin Grammy 2023: Bizarrap, a puro tango y murga con Agarrate Catalina y Shakira (17 de noviembre de 2023). *Página 12*. Recuperado de:

<https://www.pagina12.com.ar/617750-los-latin-grammy-2023-al-ritmo-rioplatense-el-s-how-a-puro-ta>

Sarlo, B. (2018). *La intimidad pública*. Buenos Aires: Seix Barral.

Williams, R. (1958). La cultura es algo ordinario. Traducción de García Pérez, R. de Culture is ordinary. En *The Raymond Williams Reader*. Recuperado de:

<https://www.ram-wan.net/restrepo/cultura/williams-cultura%20es%20algo%20ordinario.pdf>

----- (2003). El análisis de la cultura. En *La larga revolución*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.