

Masas y cultura visual: un mapa*

Masses and visual culture: a map

Margarita María Uribe Viveros**

Recibido septiembre 1 de 2011 aprobado noviembre 30 de 2011

Resumen

Este artículo recoge algunas reflexiones sobre las relaciones entre la cultura de masas y la cultura visual. En la primera parte, hace una revisión a las definiciones de la cultura popular y sus nexos con la cultura de masas, desde las perspectivas propuestas por Umberto Eco, Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini. En la segunda parte, el texto hace un breve recorrido por las reacciones de los teóricos ante la cultura de masas desde el siglo XVI hasta hoy, identificadas por Eco en su texto *Apocalípticos e integrados* publicado en 1968. La tercera parte concluye que los estudios sobre la cultura de masas se han desplazado hacia la cultura visual a partir del reconocimiento de su íntima relación, enunciado por Daniel Bell hacia 1962 en su texto *Modernidad y sociedad de masas: variedades de las experiencias culturales*.

Palabras clave: cultura de masas, cultura visual, cultura popular, apocalíptico, integrado.

Abstract

This article presents some reflections on the relationships between mass culture and visual culture. In the first part, it makes a revision of the definition of popular culture and its links to mass culture, from the perspectives proposed by Umberto Eco, Stuart Hall, Jesus Martin-Barbero and Nestor Garcia Canclini. In the second part, the text is a brief overview of the reactions of the scholars faced with mass culture since the sixteenth century to the present, identified by Eco in his text *Apocalyptic and integrated* published in 1968. The third part concludes that studies of mass culture have shifted to visual culture from the recognition of their intimate relationship, as stated by Daniel Bell around 1962 in his text *Modernity and Mass Society: varieties of cultural experiences*.

Keywords: mass culture, visual culture, popular culture, apocalyptic, integrated.

* Ponencia presentada en el seminario Masas, medios e identidades en tiempos de la globalización, organizado por el programa de Psicología de la Institución Universitaria de Envigado y celebrado los días 29 y 30 de octubre de 2010.

** PhD (C) en Teoría literaria y literatura comparada de la Universidad Autónoma de Barcelona; MSc en Estética, Historiadora de la Universidad Nacional de Colombia. Correo electrónico: margarita.uribev@gmail.com

Introducción

Los conceptos en torno a los cuales gira este texto han sido abordados tradicionalmente por la investigación en comunicación, como lo ha hecho Umberto Eco. Sin embargo, hacia los años 90, Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Renato Ortiz, Stuart Hall y otros autores aquí mencionados han explorado la intersección entre el campo de la comunicación y el de los estudios culturales (Escosteguy, 2002). Algunas de estas reflexiones sobre las relaciones entre la cultura de masas y la cultura visual se presentan a continuación. En la primera parte, se hará una revisión a las definiciones de la cultura popular y sus nexos con la cultura de masas, desde las perspectivas propuestas por Eco en su texto *Apocalípticos e integrados*, aparecido en 1968¹, así como en Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini y Renato Ortiz. En la segunda parte, el texto hace un breve recorrido por las reacciones de los teóricos ante la cultura de masas desde el siglo XVI hasta hoy, identificadas por Eco en el texto ya mencionado. La tercera parte concluye que los estudios sobre la cultura de masas se han desplazado hacia la cultura visual a partir del reconocimiento de su íntima relación, tal como lo propuso Daniel Bell hacia 1962 en su texto *Modernidad y sociedad de masas: variedades de las experiencias culturales*. El artículo se propone presentar un resumen del recorrido teórico de conceptos tales como “cultura de masas”, “cultura popular”, “apocalíptico”, “integrado”, “mass media” y “cultura visual” desde la perspectiva de dichos autores interesados en la comunicación y la recepción de los medios masivos como fenómenos culturales modernos.

De la cultura popular a la cultura de masas

En la larga historia de las relaciones entre la cultura popular y la cultura de élite, la separación entre ellas no ha sido constante, como lo

1 Las citas del texto de Eco usadas en el artículo son de la edición publicada por Taurus en 1984.

menciona Renato Ortiz (1989). De hecho, la cultura de élite y la cultura popular se confundían hacia los siglos XVI y XVII:

...las fronteras culturales no eran tan nítidas entre ellas, y los nobles participaban de las creencias religiosas, de las supersticiones y de los juegos, las autoridades poseían una actitud de tolerancia para con las prácticas populares. Varios deportes considerados violentos eran patrocinados por los señores de la tierra, el gusto por los romances de caballerías era generalizado y las baladas y la literatura de *colportage*² no eran todavía asociadas por la minoría educada al pueblo, ella también participaba de la estética popular (Ortiz, 1989, p. 2).

Posteriormente, las producciones culturales populares continúan manteniendo en contacto a las clases nobles (y cultas) con las clases populares (y lo vulgar); pero, por ser dirigidas a estas últimas, este contacto es limitado: la participación de una clase (noble o popular) en las manifestaciones culturales de la otra no es simétrica. Estas asimetrías son señaladas por Peter Burke (1978), al afirmar que en la Europa moderna, la mayor parte de la población consideraba la cultura popular como la única, mientras que la élite tenía acceso a la gran tradición pero participaba también de la pequeña tradición del pueblo como una segunda cultura. Un aspecto complementario a este es retomado por Ortiz al explicar que, como lo afirma Burke, “Los hombres cultos eran ‘anfíbios’, biculturales, hablaban y escribían en latín, pero eran capaces de expresarse en el dialecto local, que hablaban como segunda o tercera lengua” (1989, p. 2).

El desequilibrio y distanciamiento en la relación entre las culturas de élite y las populares era reforzado por la actitud de la iglesia (tanto católica como protestante), pues en su afán de dominación de las almas, se dedicaba a la persecución de las manifestaciones populares. De igual modo, el Estado en ciernes contribuyó a esta separación al difundir ideas homogeneizadoras alrededor de la lengua, los impuestos

2 Con el término *literatura de colportage* se alude en los estudios culturales a los libros que, a mediados del siglo XIX (1796), difundían los vendedores ambulantes (*colporteurs*) en ámbitos rurales de Francia.

y el servicio militar. En este contexto, es clara para Ortiz la actitud “negativa” (1984, p. 2) de la cultura de élite hacia las culturas populares durante buena parte del siglo XVIII en el que hasta las manifestaciones carnavalescas y deportivas tenían un fondo contestatario contrario al espíritu racionalista y con ambiciones de universalidad de la época.

En la línea de la desigual relación entre la alta cultura y la cultura popular, en su texto *Notas sobre la desconstrucción de “lo popular”* (1984), Stuart Hall afirma que las relaciones entre éstas se caracterizan por las tensiones derivadas no sólo de la mutua influencia, sino también de la oposición y la asimetría propias de dicha relación, asunto ya mencionado a propósito de las reflexiones de Renato Ortiz (1989). La denominación misma de lo “popular” sigue siendo objeto de revisiones, del mismo modo que lo que se denomina la cultura de élite. Hall analiza el concepto de lo “popular” a partir de su uso como adjetivo, afirmando que las cosas se califican “de populares porque masas de personas las escuchan, las compran, las leen, las consumen y parecen disfrutarlas al máximo” (1984, p. 4). Insatisfecho con esta definición del término “popular”, que etiqueta como “comercial”, Hall intenta una definición de la cultura popular, en estos términos: “La cultura popular son todas aquellas cosas que ‘el pueblo’ hace o ha hecho. Esto se acerca a una definición ‘antropológica’ del término: la cultura, la movilidad, las costumbres y las tradiciones del ‘pueblo’ (1984, p. 6). No obstante, en su búsqueda de una definición que ponga en relación las dos culturas, Hall propone una tercera, según la cual, lo popular son: “aquellas formas y actividades cuyas raíces estén en las condiciones sociales y materiales de determinadas clases; que hayan quedado incorporadas a tradiciones y prácticas populares” (1984, p. 6). Para terminar esta revisión de las definiciones sobre la cultura popular, Hall agrega que “lo esencial para la definición de la cultura popular son las relaciones que definen a la ‘cultura popular’ en tensión continua (relación, influencia y antagonismo) con la cultura dominante.” (1984, p. 6).

Esta perspectiva relacional aparece también en las reflexiones de diversos autores sobre la cultura masiva. Se retoman aquí algunas ideas expuestas por Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini, porque ambos han orientado una parte de su trabajo de investigación a las conexiones entre las culturas populares y la cultura de masas, particularmente en los países de Latinoamérica³. Jesús Martín-Barbero, por ejemplo, afirma que la cultura de masas “no se identifica ni puede ser reducida a lo “que pasa en o por los medios masivos” (Martín-Barbero, cit. Canclini, 1987). Este autor considera que la relación de la cultura masiva con la popular es íntima y que, por lo tanto, el estudio de lo popular tiene que “incluir no sólo aquello que culturalmente producen las masas, sino también lo que consumen, aquello de que se alimenta” (Martín-Barbero, 1987, p. 47). Las culturas populares y las de masas son vistas como inseparables también por Néstor García Canclini:

Lo masivo es la forma que adoptan, estructuralmente, las relaciones sociales en un tiempo en que todo se ha masificado: el mercado de trabajo, los procesos productivos, el diseño de los objetos y hasta las luchas populares. La cultura masiva es una modalidad inesquivable del desarrollo de las clases populares en una sociedad que es de masas (1987, p. 5).

El seguimiento que se viene realizando a los conceptos “cultura popular” y “cultura de masas” dará paso, en el apartado siguiente, al recuento de las posiciones enunciadas por Umberto Eco (1984) frente

3 Es conveniente hacer una observación sobre la denominación de lo latinoamericano, antes de seguir adelante. Se usan aquí las expresiones “Latinoamérica” y “latinoamericano” con reserva. Es claro que se trata de conceptos culturalmente contruidos de manera similar a lo ocurrido con “Oriente” o con “Europa”. Para el caso de “Oriente”, recuérdese el trabajo de E. Said, (1990). *Orientalismo*. Madrid: Libertarias. Para el de “Europa”, véase el interesante trabajo de Fontana, Josep (2000). *Europa ante el espejo*. Madrid: Crítica. En todo caso, puede rastrearse en la generalización del uso de las expresiones “Latinoamérica” y “latinoamericano” el proceso de construcción de una comunidad imaginada cuyo perfil identitario se halla en plena selección de narrativas.

al fenómeno de la cultura de masas y su posterior vínculo teórico con los estudios visuales.

Reacciones de los teóricos ante la cultura de masas

Hacia 1964, Umberto Eco en su texto *Apocalípticos e integrados* (1984) ya había trazado el perfil de lo que en principio catalogó como las dos reacciones más comunes de la época frente al fenómeno de la “cultura de masas”⁴: la primera, es la del “apocalíptico”, teórico que piensa que la cultura es contraria a la vulgaridad de la muchedumbre y, por tanto, aristocrática, postura que le permite afirmar que la cultura de masas sencillamente equivale a la anticultura, y la otra reacción es la del “integrado” que valora positivamente que los bienes culturales estén a disposición de todos, en una actitud pasiva que no se pregunta por la procedencia de esa recién surgida “cultura” (Eco, 1984).

Las posiciones intolerantes frente a la denominada “cultura de masas” suelen responder, por un lado, a consideraciones elitistas, según las cuales “las masas” son grupos gregarios, indiferenciados, sin criterios (Eco, 1984). Según Eco, las críticas han provenido también de intelectuales, dígame, progresistas, cuyas acusaciones se centran no en la difusión de productos de dudoso valor estético o baja calidad, sino en el hecho de que la cultura de masas se aproveche de ideas vanguardistas, quitándoles su valor inicial y convirtiéndolas en elementos de consumo (Eco, 1984). Se le endilgan, según lo expone Eco en su texto, múltiples culpas por su relación con los mass media. Grosso modo, autores como Dwigth Macdonald (1962) en su texto *Against the American Grain*, así como Cesare Mannucci proponen que los *mass media* se dirigen a un grupo con características similares y que al difundir a gran escala una cultura homogénea, dejan de lado las diferencias culturales particulares.

4 Término que Eco utiliza en su texto *Apocalípticos e integrados*, a falta de otro mejor y que define como “Tan genérico, ambiguo e impropio, que a él se debe precisamente el desarrollo de los dos tipos de actitud contra los cuales (con no generosa pero indispensable actitud polémica) vamos a establecer debate” (1984, p. 12).

Las críticas afirman que el público al que llegan los medios masivos, está incapacitado para plantear demandas a la cultura de masas que, por lo demás, se limita a perpetuar el gusto existente, sin introducir apenas cambios en la sensibilidad o las tradiciones estilísticas. Los *mass media* son criticados también por su tendencia a provocar emociones en vez de simbolizarlas o sugerirlas. Además, dice Eco que se les critica porque, por depender de las leyes de oferta y demanda, “dan pues al público únicamente lo que desea o, peor aún, siguiendo las leyes de una economía fundada en el consumo y sostenida por la acción persuasiva de la publicidad, sugieren al público lo que debe desear” (1984, p. 47). En su recuento a las críticas que han recibido los *mass media*, Eco retoma la principal de ellas, según la cual, cuando éstos difunden productos considerados de cultura superior “los difunden nivelados y ‘condensados’ de forma que no provoquen ningún esfuerzo por parte del fruidor” (1989, p. 47). Este estilo de difusión de productos, dice Eco, busca que aparezcan al mismo nivel que el entretenimiento caracterizado por su falta de visión crítica del mundo, su pasividad y su nula valoración del esfuerzo personal (1989). Finalmente, Eco retoma la crítica sobre la acción de los *mass media*, considerada socialmente conservadora, que impone “símbolos y mitos de fácil universalidad, presta a servir a los fines de control de sociedades paternalistas” (1989, p. 48).

Las críticas sobre la cultura de masas recogidas por Eco recaen en realidad sobre los *mass media*, sus difusores. Ante tales críticas, Eco (1989) se muestra a favor de la cultura de masas, revisando para el caso, los argumentos de autores como David Manning White, Arthur Schlessinger, Gilber Seldes, Daniel Bell, Edward Shils, Eric Larrabee y Georges Friedmann. Para empezar, el autor retoma de Bernard Rosenberg la idea de que el surgimiento de la cultura de masas no debe relacionarse con el capitalismo sino más bien con cualquier sociedad en la que la masa de ciudadanos tenga acceso a la participación en “la vida pública, en el consumo, en el disfrute de las comunicaciones”

(Rosenberg, 1957, p. 51), propios de las sociedades de tipo industrial (Eco, cit. Rosenberg, 1984). Así pues, la cultura de masas ha procurado el acceso a todo tipo de información sin discriminar a vastas capas de población; acceso que antes no tenían, que estaba reservado a clases privilegiadas. Además, Eco reconoce que la información que circula en los *mass media* puede revestirse de un carácter formativo y no sólo de entretenimiento (1984, p. 56). De hecho, según lo propone el texto, debe tenerse en cuenta que los *mass media* no sólo proveen “entretenimiento” sino que simultáneamente han contribuido a que se produzcan cambios culturales importantes, lo que desmiente la idea de que sean conservadores. Eco afirma que:

...No es cierto que los medios de masa sean conservadores desde el punto de vista del estilo y de la cultura. Como constituyentes de un conjunto de nuevos lenguajes, han introducido nuevos modos de hablar, nuevos giros, nuevos esquemas perceptivos (basta pensar en la mecánica de percepción de la imagen, en las nuevas gramáticas del cine, de la transmisión directa, del comic, en el estilo periodístico...) Bien o mal, se trata de una renovación estilística que tiene constantes repercusiones en el plano de las artes llamadas superiores, promoviendo su desarrollo (1984, p. 56).

Los cambios culturales que han traído los medios de masa, a los que se refiere Eco, son vistos por Jesús Martín-Barbero (específicamente en Latinoamérica) en el contexto de lo que Walter Ong define como “oralidad secundaria” en su texto *Oralidad y escritura* (2006) y que Martín-Barbero precisa como una “oralidad gramaticalizada no por la sintaxis del libro, de la escritura, sino por la sintaxis audiovisual que se inició con el cine y ha seguido con la televisión y, hoy, con el video-clip, los nintendo y las maquinitas de juego” (1991, p. 4). Una oralidad secundaria en la que se sintetizan diferentes tipos de memorias: las memorias de vida y relato (que Martín-Barbero llama narrativas arcaicas) con unos dispositivos de narración audiovisual (1991, p. 4). Igualmente, Martín-Barbero advierte que la *cultura* está cambiando en la sociedad a raíz de la mudanza de las antiguas instituciones que regulaban los estilos de vida (Martín-Barbero, 1987,

p. 44) e introduce el concepto de “mediación” para referirse al papel que tienen los medios en la construcción de la experiencia social: “lo que los medios traen consigo es la mediación de la experiencia social y, consecuentemente, la reinención (y complejización) de la cotidianeidad” (Moya, 210, p. 85). Según Martín-Barbero, la dimensión cultural de los cambios ya estaba presente en Daniel Bell cuando en su texto *Las contradicciones culturales del capitalismo* (2006) afirma que “Hoy esa función mediadora la realizan los medios de comunicación de masas” (Bell, cit. Martín-Barbero, 1987, p. 44). Más aún: “los mentores de la nueva conducta son los filmes, la televisión, la publicidad” (Bell, cit. Martín-Barbero, 1987, p. 44) que empiezan transformando los modos de vestir y terminan provocando “una metamorfosis de los aspectos morales más hondos” (Bell, cit. Martín-Barbero, 1987, p. 44). Yendo aún más lejos, Nicholas Mirzoeff declara, en su célebre texto *Una introducción a la cultura visual*, que “La vida moderna se desarrolla en la pantalla” (2003, p. 1) y que este reconocimiento da lugar a una cultura visual que asume lo visual como una parte de la vida cotidiana que ya no puede abordarse con estudios independientes sobre los medios.

Hasta aquí se ha realizado un seguimiento a algunas reacciones de los teóricos frente al fenómeno de la “cultura de masas” —echando mano de las reflexiones en torno a los “mass media”, la “cultura popular” y la “cultura visual”— con el fin de abordar algunas relaciones entre la cultura de masa y la cultura visual, en la última parte, donde se intentará seguir la pista al desarrollo inicial de los estudios en cultura visual porque como lo plantea William J. Mitchell, “constituyen un dominio específico de investigación, cuyos principios y problemas de investigación acaban de ser articulados en nuestro tiempo” (2003, p. 40), formulación que aportará a la comprensión de los nexos entre cultura de masas y cultura visual.

Relaciones entre los estudios sobre la cultura de masas y la cultura visual

La relación entre las culturas populares y los medios masivos centrados en la imagen ha sido abordada en la tradición historiográfica desde el enfoque de los folcloristas y el de aquellos que estudian la cultura de masas a partir de la idea de que los medios homogenizan y manipulan los públicos, tal como lo han enunciado los teóricos de la Escuela de Frankfurt. Recientemente, el campo de los estudios visuales⁵ cuyo objeto de estudio es la cultura visual, logra combinar el sentido de las imágenes con las culturas contemporáneas de masas. Los estudios visuales han hecho un interesante recorrido por las teorías que durante el siglo XX han descargado su crítica contra la mirada, la primacía del ojo en los enfoques de análisis. Esta crítica ha denominado a la época actual como la del *ocularcentrismo*, la de la primacía de la mirada, su dominio (Jay, 2003, p. 1). Casi que se puede entonces afirmar que el ascenso de la cultura de masas ha descansado a su vez en la primacía de la mirada y contra ésta y contra los productos de masas –visuales, igualmente– la crítica ha enfilado sus baterías (Jay, 2003, p. 1).

Es así como, cabe referirse a un “ojo de la época”, que no es otra cosa que su cultura visual. Estos “modos de ver”, que tan bellamente desarrolla John Berger, afectan la propia interpretación (1972, p. 2) y se forman en los medios de comunicación masiva; por tanto, el círculo se cierra: es interpretado con las herramientas que se forman en la recepción de productos mediáticos y en ellos mismos se configuran las rejillas de interpretación, los modos de ver (Berger, 1972, p. 2). Algunos teóricos han definido este proceso como la instauración de un régimen escópico, usando la expresión de Christian Metz (Metz, 2001, p. 71) cuando se refiere, pensando en el cine, al modo socialmente

5 Sobre este campo formula William J. Thomas Mitchell las siguientes preguntas en su reflexión *Mostrando el ver. Una crítica de la cultura visual*, “¿Cuál será el objeto de investigación de los estudios visuales? ¿cuáles son los lindes y las definiciones encargadas de delimitar dicho campo? ¿es, en este sentido un campo o simplemente un momento de turbulencia interdisciplinar en medio de tantas transformaciones dentro de la historia del arte, la estética y los estudios mediáticos?” (2003, p. 17).

instituido de mirar, lo propio de la mirada cinematográfica. Pero, más allá del cine o la sala de proyección, se habla de “cultura visual”, como lo propio de una época, la construcción visual de lo social (Mitchell, 2003, p. 26). Es precisamente en el quiebre entre el régimen escópico de la modernidad y la contemporaneidad donde puede reconocerse un cambio que amerita ser nombrado, y que Jesús Martín-Barbero enuncia al hablar de la reconfiguración de lo social que implican los *mass media* (Martín-Barbero, 1987, p. 44). Nuevas formas de vínculo, nuevas formas de estar juntos, modificaciones en el *sensorium* que Walter Benjamin ya había detectado y formulado en su ensayo *La obra de arte en la época de su reproducción técnica* (1987).

Que la mirada determine las producciones culturales pone al descubierto que ella se construye a partir de patrones culturales. En el proyecto moderno en particular, esa construcción está presente, desde el perspectivismo cartesiano hasta la consumación de la mirada racionalista. Es decir, que al ser históricamente construida, cada época dispone de un modo de ver que la diferencia de otras, tal como lo plantea Benjamin hacia 1936: “A lo largo de amplios períodos históricos, las características de la percepción sensorial de las comunidades humanas van cambiando a medida que cambia su modo global de existencia” (Benjamin, 1987, p. 98). Sin embargo, y para terminar, es útil retomar algunas de las críticas que propone W. J. T. Mitchell en su texto *Mostrando el ver. Una crítica a la cultura visual* (2003), en tanto advierte sobre los mitos en torno a la cultura visual y los estudios visuales. Así como Mitchell refrenda que los modos de ver se construyen socialmente y que son por lo tanto históricos, variables de una época a otra, rechaza la idea de que “Vivimos en una era predominantemente audiovisual” (2003, p. 25), percepción que este autor denomina “falacia de la modernidad técnica” o, dicho de otro modo, que la época contemporánea no es más visual que otra, que todas las culturas son visuales (2003, p. 32). Por lo tanto, es preciso retomar —a la luz de lo propuesto por Mitchell— el nexo entre “cultura de masas”

y “cultura visual” bajo el presupuesto de que la primera corresponde a un momento específico e histórico del proyecto moderno, mientras que la segunda cobra interés como objeto de estudio para el “diagnóstico y análisis de los momentos específicos en los que un nuevo medio, una invención técnica o una práctica cultural irrumpe provocando reacciones de pánico o euforia” (Mitchell, 2003, p. 31).

Es este, precisamente, el punto de llegada de este recorrido por algunos conceptos claves en el acercamiento a los fenómenos culturales contemporáneos relacionados con la conformación de lo social, de sus manifestaciones en el contexto particular de la cultura de masas. Un contexto en el que, como propone Eco, la “cultura de masas” se convierte entonces en una definición de índole antropológica (del tipo de definiciones como “cultura bantú”), apta para indicar un contexto histórico preciso (aquel en el que vivimos) en el que todos los fenómenos de comunicación –desde las propuestas de diversión evasiva hasta las llamadas hacia la interioridad– aparecen dialécticamente conexos, recibiendo cada uno del contexto una calificación que no permite ya reducirlos a fenómenos análogos surgidos en otros períodos históricos” (Eco, 1984, pp. 20-21).

K

Referencias

- Bell, D. (1979). Modernidad y sociedad de masas: variedades de las experiencias culturales. En: *Industria cultural y sociedad de masas* (pp. 11-48). Venezuela: Monte Ávila.
- (2006). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Benjamin, W. (1987). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En: *Discursos interrumpidos I* (pp. 16-57). Madrid: Taurus.
- Berger, J. (1972). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Burke, P. (1978). *Popular culture in early modern Europe*. USA: New York University Press.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Escosteguy, A. C. (2002). Una mirada sobre los estudios culturales latinoamericanos. En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, VIII, junio, pp. 35-55.
- Fontana, J. (2000). *Europa ante el espejo*. Madrid: Crítica.
- Friedmann, G. (1959). Notes on National Cultural Policy. En: *Culture for the Millions?* Princeton: Norman Jacobs.
- García Canclini, N. (1987). Ni folclórico ni masivo ¿Qué es lo popular? En: *Revista Diálogos de la Comunicación*, No. 17. Perú. Disponible en: <http://www.cholonautas.edu.pe/modulos/biblioteca2.php?IdDocumento=0431>
- Jay, M. (2003). Devolver la mirada. La respuesta americana a la crítica francesa del ocularcentrismo. En: *Estudios visuales* No. 1. Disponible en: <http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/jay.pdf>
- Hall, S. (2004). Notas sobre la desconstrucción de “lo popular”. En: Samuel R. (ed.). *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.
- Larrabee, E. (1960). *The self-conscious society*. Nueva York: Doubleday.
- Macdonald, D. (1969). Masscult y Midcult. En: *La industria de la cultura*, Madrid: Alberto Corazón.
- Manning White, D. (1964). *From Dogpatch co Slobbovia (The Gasp! World of Li'l Abner)*. Boston: Beacon Press.
- Martín-Barbero, J. (1984). Cultura popular y comunicación de masas. *Materiales para la comunicación popular*, No. 3. Lima: Centro de Estudios sobre la Cultura Transnacional.
- (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- (1988). *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: Gustavo Gili.
- (1991). Dinámicas urbanas de la cultura. En: *Revista Gaceta de Colcultura*, No. 12. Bogotá: Instituto Nacional de Cultura.
- Metz, C. (2001). *El signifiante imaginario: psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós.
- Mitchell, W.J.T. (2003.) Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual. En: *Estudios visuales* No. 1.
- Moya, M; Vásquez, J. (2010). De la cultura a la cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad. En: *Cuadernos de antropología social*, No. 31. Buenos Aires, pp. 75-96. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2010000100004&lng=es&nrm=iso

- Ortiz, R. (1989). Notas históricas sobre el concepto de cultura popular. En: *Diálogos de la comunicación*, No. 23. Disponible en:
<http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/primepoca/pdf/23-10RenatoOrtiz.pdf>.
- Rosenberg, B. (1957). *Mass culture in America: another point of view. Mass culture: the popular arts in America*. Glencoe: The Free Press.
- Said, E. (1990). *Orientalismo*. Madrid: Libertarias.
- Schlessinger, A. (1959). *Notes on National Cultural Policy*. En: *Culture for the Millions?* Princeton: Norman Jacobs.
- Shils, E. (1959). Mass Society and Its Culture. In: *Culture for the Millions: mass media in modern society*. New York: Norman Jacobs.
- Signorelli, A. (1987). Cultura popular y cultura de masas. Notas para debate. En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, pp. 109-122.