

herbert j. gaus

un análisis comparativo de  
cultura alta  
y cultura popular\*

Un análisis comparativo de la cultura alta y la popular no debe partir de juicios personales acerca de su calidad, sino de una perspectiva que las reconozca en función de que son satisfactores de los deseos y necesidades de un grupo, incluso aunque no llenen las aspiraciones y deseos de otros grupos.

Este estudio se inicia a partir del supuesto básico de que todos los seres humanos tienen impulsos estéticos; son receptivos ante las expresiones simbólicas de sus deseos y temores; necesitan tanto del conocimiento como de la satisfacción de sus necesidades dentro de su sociedad, y aspiran a emplear su tiempo libre, en caso de tenerlo, en actividades fuera de su rutina de trabajo. Es por esto que toda sociedad debe proporcionar entretenimiento, información y arte a sus miembros, quienes a su vez pueden desempeñar el papel de creadores, pueden recurrir a alguien dedicado temporalmente a la creación, o bien, como en la sociedad moderna, acudir a los creadores especializados que dedican todo su tiempo a la creatividad.

Resulta obvio que la información, diversiones y arte producidos por un grupo social no se desarrollan en el vacío. Están destinados a satisfacer las normas de forma y contenido que se desprenden de los valores de la sociedad y de las necesidades y características de sus miembros. Es por ello que los patrones estéticos de cada

\* Tomado del libro **Popular Culture and High Culture**, Basic Books, 1974.

sociedad se pueden interrelacionar con otros rasgos de la misma, y es fácil suponer que una tribu de cazadores tenga conceptos de belleza, arte y esparcimiento diferentes de los de intelectuales y obreros de la actualidad. Las sociedades homogéneas ofrecen muy poca diversidad cultural; es muy frecuente que sólo desarrollen un concepto único de belleza, un solo estilo artístico (casi siempre religioso) y un estilo de mobiliario para el hogar. La sociedad norteamericana, con su profunda división de trabajo y gran heterogeneidad, posee una gran variedad de formas artísticas que abarcan desde los carteles de mujeres atractivas hasta el expresionismo abstracto; tipos de música que abarcan desde el último éxito de rock hasta música de cámara electrónica, y lo más importante, una cantidad igualmente grande de patrones estéticos que determinan las posibles opciones de la gente a partir del contenido cultural que tiene a su disposición.

Las opciones elegidas no se hacen al azar; las investigaciones realizadas sobre el comportamiento y la forma en que el consumidor emplea su tiempo libre indican que las preferencias están interrelacionadas con diversos factores; quienes leen el **Harper's** o el **New Yorker** prefieren el cine extranjero y la televisión pública,\* escuchan música clásica (pero no de cámara); juegan tenis; escogen muebles contemporáneos, y optan por la alta cocina. Por su parte, los suscriptores del **Reader's Digest**, si van al cine, probablemente acuden a los grandes estrenos de Hollywood; prefieren las comedias familiares de la televisión comercial; escuchan baladas populares o melodías del viejo Broadway; juegan boliche; eligen muebles tradicionales y arte naturalista, y acostumburan la comida casera tipo norteamericano. A su vez, el público masculino que lee **Argosy** prefiere los deportes y **westerns** de la televisión; acude a espectáculos de boxeo y carreras de caballos, y delega en sus esposas la selección del mobiliario, aunque se inclina por el de estilo muy rebuscado.

Las interrelaciones entre las preferencias existen porque éstas se basan en patrones estéticos y valores semejantes; o cuando no se tienen a la disposición productos culturales que expresen dichos valores, la opción sigue el dicho popular que afirma: "de los males el menor". Los patrones y valores constituyen la base de lo que se define como **cultura de preferencias**, y la gente que tiene gustos semejantes por razones similares recibe el nombre de **público de preferencias semejantes**. Existen diversas culturas y públicos de

\* Nota del traductor. En Estados Unidos existen tres cadenas de televisión comercial que ofrecen una determinada programación (como la NBC), en tanto que la "televisión pública" está patrocinada por el público y el gobierno, y su programación incluye, por ejemplo, series inglesas de obras teatrales famosas, conciertos, documentales, etcétera.

preferencias semejantes debido a la diversidad y a las divergencias en torno a los patrones y valores estéticos. Por ejemplo, aunque por una parte haya consenso sobre lo conveniente de un orden visual en el arte, no lo hay sobre la manera de definir dicho orden, ni sobre lo que constituye el orden y el desorden en el arte. Por ejemplo, las culturas de preferencias inferiores consideran que el orden visual de la pintura de Kooning es un desorden, en tanto que las culturas de preferencias superiores no consideran arte al orden visual de un calendario.

Debido a que cada público de preferencias tiene patrones tan tanto distintos y particulares, cada cultura de preferencias semejantes, considerada globalmente, tiene su propio arte, música, literatura de ficción y de no ficción, poesía, cine, programas de televisión, arquitectura, comida favorita, etcétera; cada una cuenta con sus propios escritores, artistas, ejecutantes, críticos, y tiene, asimismo, sus propias instituciones destinadas a satisfacer las necesidades estéticas de la gente que conforma dicha cultura. Por ejemplo, aunque todos los norteamericanos son consumidores de arte, los públicos de cultura alta seleccionan obras de arte entre óleos originales y "reproducciones excelentes" preferentemente en galerías; en tanto, otros públicos prefieren reproducciones y copias de originales hechas en serie, adquiridas en las tiendas de arte, y los de escasos recursos se contentan con calendarios y fotografías de revistas que colocan en las paredes. De igual forma, la demanda universal de teatro se satisface para algunos públicos principalmente a través del teatro auténtico; para otros mediante el cine y la televisión, y para otros más a través de juegos de fútbol y lucha libre.

Este enfoque comparativo rechaza así la dicotomía de cultura alta y cultura popular y niega la afirmación de que la primera contiene verdaderos patrones estéticos, en tanto que la segunda existe por razones no estéticas. Más aún, en vez de suponer que sólo existe una cultura popular, aquí se propone que el número de culturas existentes es un problema meramente empírico y conceptual, que en parte será determinado por estudios sobre quiénes eligen qué tipos de contenido y por las interrelaciones entre las opciones de contenido. La idea de que existen varias culturas de preferencias semejantes no es nueva, ha sido ampliamente manifestada en escritos literarios y populares a través del concepto de culturas y públicos **snoobs**, medios y vulgares. A esta idea se da el nombre de **pluralismo estético**.

### **Culturas y públicos de preferencias semejantes**

Las culturas de preferencias semejantes no son sistemas de valores coherentes, ni los públicos de preferencias semejantes son

grupos organizados; las primeras son conjuntos de valores similares aunque no siempre de igual contenido, en tanto que los segundos son conjuntos con valores, por lo general –aunque no siempre–, semejantes, que toman decisiones similares de entre el contenido cultural que tienen ante sí. Ambos son conjuntos analíticos elaborados por el investigador de ciencias sociales, más que conjuntos reales que se consideren a sí mismos como tales, aunque algunas veces la gente que conforma un público de preferencias semejantes actúe como grupo, por ejemplo para protestar por la suspensión de uno de sus programas favoritos de televisión o para defender la cultura alta de una amenaza externa. Los conjuntos analíticos tienen límites porque éstos son demarcados por el investigador, pero dichos límites son también elementos analíticos.

Son muchos los factores que determinan la opción de una persona entre las culturas de preferencias semejantes, en particular: la edad, la clase, la religión, el grupo étnico o racial, el lugar de origen y el lugar de residencia, así como los factores de personalidad que se traducen en determinadas aspiraciones de contenido cultural. Debido a que en la sociedad norteamericana las diferencias étnicas, religiosas y de lugar de origen se encuentran en franca desaparición, las causas principales de la variedad subcultural se localizan con mayor frecuencia en la edad y clase social a la que se pertenece. En cualquier sociedad cambiante los jóvenes son los principales portadores de innovaciones, e incluso aunque no sean creadores de nuevos patrones culturales, al menos se agrupan en torno a ellos para manifestar su separación de otros grupos de distintas edades y tener cohesión como grupo, pero también porque en la sociedad occidental los jóvenes forman una clase ociosa, que en caso de tener posibilidades económicas, requiere de la innovación, aunque sólo sea porque necesita contar con un panorama cultural muy amplio.

A pesar de lo anterior, el principal origen de diferenciación entre públicos y culturas de preferencias semejantes es la **clase** o nivel socioeconómico. Entre los tres criterios usados con mayor frecuencia por los sociólogos para definir y describir la posición de clase –ingresos, ocupación y educación–, el factor más importante es la educación (que implica en éste y otros estudios no sólo la escolaridad, sino lo que la gente aprenda a través de los medios masivos de comunicación y de otras vías) debido a dos razones:

1. Cualquier contenido cultural conlleva en sí mismo un requisito educativo, bajo para las tiras cómicas y alto para la poesía de T. S. Elliot;

2. Tanto los patrones como los gustos estéticos se enseñan en nuestra sociedad en el hogar y en la escuela. Así, los logros

educativos de una persona y el tipo de escuela al que asistió determinarán probablemente, más que cualquier otro factor, las opciones culturales de esa persona.

Como ambos factores están íntimamente relacionados con el nivel socioeconómico de un individuo (y de sus padres), la clasificación de culturas y públicos de preferencias semejantes sigue el patrón de la clasificación y jerarquía de las clases en la sociedad norteamericana, aunque la correlación no sea exacta. Por consiguiente, se describirán cinco públicos de preferencias semejantes, así como sus culturas, calificándolos con términos adaptados de la concepción warneriana de clase-cultura. Aunque dichos términos sean estilísticamente deficientes, tienen la ventaja de ser relativamente neutrales, siempre que lo "alto" no se juzgue como positivo y lo "bajo" como negativo; aquí se utilizan como categorías neutrales, sin favorecer a ninguno y sin juzgar ninguna categoría como más o menos deseable o estética.

Los cinco públicos y culturas de preferencias semejantes que se describirán se denominan: **cultura alta, cultura media superior, cultura media inferior, cultura baja y cultura cuasi-popular**. La elección de cinco culturas, sin embargo, es un poco arbitraria, ya que objetivos analíticos distintos darían como resultado un número mayor o menor de culturas. Por ejemplo, la elaboración de una política cultural requeriría de mayor especificidad y se tendrían que identificar muchos más públicos y culturas de preferencias semejantes.

Además de lo anterior, las descripciones a seguir tienen varias limitaciones:

**Primero**, se refieren a las culturas norteamericanas en general y excluyen las variantes étnicas, religiosas, regionales o de otro tipo contenidas en ellas –aunque las culturas étnicas se analizan brevemente en una sección posterior. Además, cualquier público de preferencias semejantes está estratificado en función de la edad, pero las descripciones se basarán principalmente en públicos adultos y en sus culturas –aunque la llamada cultura de la juventud también se estudiará brevemente en una sección subsecuente.

**Segundo**, las descripciones exageran el grado de cohesión y los límites de las culturas y públicos, y se debe hacer de nuevo la observación de que son más bien conjuntos analíticos que reales. Como resultado, las descripciones también destacan la importancia de los límites entre las diversas culturas y públicos de preferencias semejantes. En la vida real, muchos aspectos culturales se pueden clasificar como pertenecientes a dos culturas, y de hecho pueden ser compartidos por dos públicos. Más aún, algunas personas eligen regularmente más de una cultura, por lo que se

pueden clasificar como pertenecientes a más de un público. Además, los públicos y culturas serán tratados como un todo relativamente estático y homogéneo y aunque en la realidad cada uno contenga muchos subgrupos que incluyan facciones a las que se podría denominar como tradicional, convencional y progresista (o académica, defensora de lo establecido y de vanguardia, como algunas veces se clasifican en la cultura alta). Es indudable que la edad se correlaciona estrechamente con estas facciones, y que los progresistas son más jóvenes que los tradicionalistas.

**Tercero**, se hará la descripción de los públicos y sus culturas y no viceversa, ya que las características de los primeros son más conocidas y sus normas son relativamente estables. Por su parte, las culturas se modifican con el tiempo y las modas específicas lo hacen con mayor frecuencia, en parte porque la cultura de preferencias semejantes está encaminada al ocio y la gente muestra inclinación por la variedad, y en parte porque los cambios de la sociedad tienen repercusiones en la cultura. Es evidente que los cambios culturales se han acelerado en los últimos años y que el ritmo con que una forma cultural progresista se convierte en algo convencional y es reemplazada por una nueva (progresista también), se ha acelerado especialmente en el arte de la cultura alta. En la cultura popular, el cambio es también endémico, aunque parece ser cíclico, ya que las películas y programas de televisión atraviesan por "ciclos" de corta duración. Un año, los **westerns** ocupan los primeros lugares de popularidad en la encuesta de Nielsen, para ser reemplazados después por historias de detectives o comedias familiares, y de nuevo los **westerns**.

No obstante, los cambios en estos programas corresponden con mucha frecuencia al tipo descrito por David Reisman como diferenciación marginal, y la programación popular de la televisión de los setentas no varía mucho en relación a la de la década de los cincuentas o a las películas con clasificación "B" de épocas anteriores. Las tramas y personajes de los programas de televisión y de las películas se han complicado, y los diálogos se han hecho más rebuscados, pero muchas de las reencarnaciones contemporáneas de la comedia familiar "Ozzie and Harriet" de los cincuentas continúan caracterizando a la esposa inteligente y al marido tonto. Quizá el cambio más importante radica en el tamaño relativo de los distintos públicos de preferencias semejantes, ya que como resultado de incrementos en los ingresos y en los niveles educativos la cultura baja ha declinado, en tanto que la correspondiente a la clase media alta y a la clase media baja ha aumentado cuantitativa y cualitativamente.

**Cuarto**, la descripción de las culturas y públicos de preferencias semejantes no corresponde a la distinción hecha anteriormente sobre el grupo inclinado a la creatividad y el inclinado a ser

usuario, excepto en el caso de la cultura alta. Un análisis más completo incluiría la identificación de ambas inclinaciones en las dos culturas. En cada una no sólo los creadores que viven de su trabajo tienen perspectivas distintas de las de su auditorio, sino que entre los miembros de este último hay muchos que también son creadores aficionados, especialmente a través de sus pasatiempos y distracciones, en los que se desenvuelven bajo las normas orientadas hacia la creatividad que difieren de las que se aplican a usuarios solamente. Por lo tanto, un usuario de la cultura alta que escuche música pero que también pinte, juzgará la música desde la perspectiva del usuario, pero considerará al arte desde el punto de vista del creador. Un aficionado a la televisión que pertenezca a la cultura media baja y que al mismo tiempo "arregle" coches de carreras, gustará de los mismos programas de televisión que los de su cultura, pero rechazará las normas orientadas hacia el usuario de los mismos amigos que comprenden un sedán de Detroit. Sin embargo, el que gusta de "arreglar" coches de carreras no se mantendrá fuera de las normas de la cultura de preferencias semejantes a la que pertenece en el momento de diseñar su automóvil; exteriormente éste tenderá a parecerse a un modelo normal de Detroit más que al automóvil correspondiente de carreras, elegante y europeo, preferido por un entusiasta de coches de carreras perteneciente a la cultura alta o a la media alta.

**Quinto**, se debe hacer notar que aquí se están describiendo lo que podrían ser culturas comunes de preferencias semejantes, que son las creadoras del contenido dirigido al público en general, y se omiten las que se podrían denominar culturas profesionales de preferencias semejantes, que existen en muchas disciplinas científicas y profesionales. Por ejemplo, la sociología abarca una cultura alta de grandes teóricos —los funcionalistas, marxistas y otras facciones—, o como las que elaboran teorías a partir de modelos matemáticos; una cultura baja a la que están relegados quienes tratan de popularizar la sociología y escriben sólo para el público que desconoce la materia, y varias culturas intermedias formadas por escritores de libros de texto e investigadores encargados de los estudios empíricos a pequeña escala que abundan en las revistas profesionales. Una descripción como la anterior, a pesar de ser más completa, es demasiado simple, ya que no incluye a quienes dirigen las investigaciones y que realizan grandes estudios empíricos, ni a la mayoría de los sociólogos que no investigan o lo hacen en mínima escala.

Las características y atributos humanos difieren de otras disciplinas en que existe una considerable superposición entre la cultura alta común y la profesional. Esta última está representada por los académicos, y la primera, en parte, por eruditos en su mayoría escritores conocidos nacional e internacionalmente, y por

otros creadores que trabajan en forma independiente o que son artistas eventuales en la academia. Una buena parte del trabajo creativo técnicamente difícil, que se consideraría como profesional en otras áreas, corresponde a la cultura alta común, basándose para ello en que el público de cultura alta es o debe ser un grupo bien preparado que pueda leer críticas técnicas en la literatura. Lo anterior origina una literatura oscura y restringida en las revistas de cultura alta común, aunque también evita la aparición de escritos de sociología igualmente oscuros y limitados, pues se sabe con certeza que el público no los entenderá y porque los grupos de cultura alta prefieren el análisis literario y desdeñan casi en su totalidad la investigación sociológica.

**Sexto**, se describirán las culturas de preferencias semejantes según sus productos de más amplia distribución, en especial los distribuidos comercialmente, es decir, que se hará hincapié en los aspectos comerciales de las culturas a costa del resto. El análisis omite del todo el aspecto cultural que muchos crean aún en sus hogares y en la comunidad, ya sea como arte, entretenimiento o información, o según sea el caso, como mito y ceremonia. Parte de ese aspecto es una adaptación local de la cultura comercial nacional, por ejemplo cuando un grupo de la comunidad honra a uno de sus representantes (hombre o mujer) con una versión hecha en casa de "This Is Your Life",\* o cuando los niños o adultos componen versiones sacrílegas o eróticas sobre las canciones de actualidad. Sin embargo, un gran porcentaje de la cultura no comercial es original o adaptada de la cultura popular de antaño, por ejemplo los juegos infantiles y la música creada por grupos de trabajadores, como las canciones de protesta y de trabajo de los mineros.

**Séptimo**, las descripciones hechas aquí acerca de los seis públicos y culturas de preferencias semejantes son meramente artículos condensados, breves y demasiado sencillos, en especial al caracterizar las culturas de preferencias semejantes, aunque de hecho sea presuntuoso describir cualquier cultura de preferencias semejantes, y no solamente la cultura alta, en unos cuantos párrafos. Es definitivo que dichos artículos son<sup>1</sup> incompletos; resaltan la importancia de unos cuantos componentes seleccionados de las culturas que se prestan para hacer comparaciones a través de las mismas. Por lo tanto, se hace referencia a la ficción y al arte de cada una de las culturas pero se omite casi todo lo demás. Por último, dichos artículos son tan generales que no se pueden usar para clasificar a los individuos o a cada uno de los

\* Nota del traductor. Este es un programa de televisión en el que los amigos de una persona común y corriente o de una personalidad dan su opinión sobre la misma, formándose así el cuadro completo de la vida de una persona.

aspectos culturales, y no ofrecen guías metodológicas o indicadores culturales o sociales para clasificar a la gente ni el contenido de culturas y públicos de preferencias específicas. Es evidente que se requieren con urgencia análisis etnográficos de las diversas culturas de preferencias semejantes, pero no se pretende llevarlos a cabo en la sección a continuación.

## Las cinco culturas y públicos de preferencias semejantes

### Cultura alta

Esta cultura difiere de las demás en que está dominada por sus creadores –y críticos– y en que muchos de sus usuarios aceptan las normas y perspectivas de los creadores. Es la cultura de los escritores y artistas “serios”, y su público incluye, por tanto, una importante proporción de creadores. Sus usuarios se agrupan en dos categorías:

1. Aquéllos que tienden a la creatividad, que aunque no sean creadores, consideran a la cultura desde la perspectiva de aquélla, y

2. Los que tienden a ser usuarios, que participan de la cultura alta, pero que, al igual que los usuarios de otras culturas, están más interesados en el producto del creador que en sus métodos y en los problemas relacionados con el hecho de ser un creador.

Sin embargo, los creadores y ambos tipos de usuarios son semejantes en un sentido; casi todos son gente muy instruida de las clases alta y media alta, que laboran principalmente en trabajos académicos.

En este caso, en cierta forma, la cultura va mucho más allá de ser un conjunto, como en los otros tipos de culturas. Por ejemplo, contiene aspectos tanto clásicos como contemporáneos que son formal y esencialmente distintos, pero que forman parte de la cultura alta porque son utilizados por el mismo tipo de público. Así, esta cultura incluye tanto canciones líricas medievales sencillas como música moderna formalista y compleja; arte “primitivo” y expresionismo abstracto, o literatura como *Beowulf*, por una parte, y *Finnegan’s Wake*, por la otra. (Otros tipos de culturas también utilizan a los clásicos, pero en menor grado, y prefieren aquellos que sean más representativos de los aspectos contemporáneos.) Además de lo anterior, la cultura alta cambia con mayor rapidez que las demás; solamente en este siglo, por ejemplo, ha consistido en expresionismo, impresionismo, arte abstracto, arte conceptual y muchos otros estilos, por lo que se puede afirmar, sin lugar a dudas, que los principales rasgos inmutables de esta

cultura se deben al predominio de la creatividad y a la posición social privilegiada de los usuarios.

A pesar de la afirmación anterior, es posible identificar algunos elementos estables de esta cultura que la hacen distinta de las demás, siendo quizá el más importante el hecho de que la cultura alta presta atención explícita a la elaboración de productos culturales, como las relaciones entre forma, substancia, métodos y contenidos evidentes al lado de simbolismos encubiertos, entre otros, aunque varía con el tiempo la importancia relativa dada por esta cultura a cualquiera de los puntos mencionados. En décadas recientes las innovaciones y experimentación con la forma han predominado especialmente en el arte y la música de la cultura alta y, en menor grado, en su arquitectura y literatura de ficción, del mismo modo que la metodología ha predominado a su vez en las ciencias sociales. Las normas de esta cultura respecto al contenido son menos variables; casi siempre se resalta la importancia de la comunicación precisa de los sentimientos y estados de ánimo a la introspección más que a la acción, y se hace hincapié en las sutilezas, por lo que gran parte del contenido de esta cultura puede ser percibido y comprendido en distintos niveles. La literatura de ficción de esta cultura destaca el desarrollo de los personajes sobre la trama y prefiere explorar los problemas filosóficos, psicológicos y sociales básicos, al tiempo que los héroes y heroínas de las novelas y obras teatrales siguen con frecuencia el patrón de sus creadores. Así, mucha de la literatura de ficción producida por esta cultura trata de la enajenación del individuo y del conflicto entre individuo y sociedad, revelando el papel marginal del creador en la sociedad contemporánea.

La producción no considerada de ficción creada por la cultura alta es fundamentalmente literaria; en el pasado estuvo representada por los novelistas debido a sus análisis sobre la realidad social y por los críticos que analizaban el contenido de las novelas por lo que éstas dejaban ver de la sociedad. Hoy en día la cultura depende más de los ensayistas por su producción realista (o no considerada de ficción), provocando con ello que la crítica argumente que la novela seria ha perdido su función principal. También son leídos los sociólogos que concuerdan con las normas sobre escritura de esta cultura, pero —como ya se mencionó anteriormente— la cultura alta no suele aceptar de buen grado las ciencias sociales, en parte porque éstas tienden a usar un lenguaje demasiado especializado (aunque el lenguaje igualmente técnico de las críticas literarias rara vez sea condenado por la misma razón), y también porque rechazan como pruebas las observaciones literarias e impresiones autobiográficas.

En vista de que esta cultura está destinada a un público muy reducido que finca su orgullo en la exclusividad, no pretende

distribuir sus productos a través de los medios de comunicación masiva, por ejemplo su arte toma la forma de originales que se exponen en galerías; sus libros son publicados por imprentas subsidiadas o editores comerciales dispuestos a sufrir pérdidas financieras a cambio de prestigio; sus diarios son los llamados "revistas", y sus obras teatrales provienen principalmente de compañías europeas, neoyorquinas del New York's Off Broadway\* y de repertorios ocasionales. La cultura alta aún no acepta totalmente los medios electrónicos, aunque con frecuencia sus películas sean extranjeras y las comparta con la cultura media alta, y lo poco de televisión que existe para la cultura alta es compartido con la media alta a través de la televisión pública.

Debido a que tiende hacia la creatividad, la cultura alta concede un **status** más alto a los creadores que a los ejecutantes de las obras, y los actores no son considerados como estrellas, sino como meras herramientas en las manos del director y el dramaturgo, a menos que puedan demostrar que han tomado parte en la dirección de su propia caracterización. Por su parte, los críticos son algunas veces más importantes que los autores, porque determinan si un producto cultural puede ser considerado o no como cultura alta, y también porque se cuidan de los aspectos estéticos que son de tanta importancia para esta cultura. Son los críticos quienes dirigen el debate sobre los patrones estéticos y es muy frecuente que sus diferencias de opinión afecten el trabajo creativo posterior. Los críticos de arte, por ejemplo, elaboraron primero la "teoría del autor", que establece que las películas son creadas casi en su totalidad por los directores, por lo que esta posición no sólo aumentó el **status** de los directores considerados como "autores", sino que impulsó a otros a incrementar su participación en la elaboración de la película. Es muy común la institucionalización de divergencias estéticas entre críticos y autores, lo que origina la formación de subfacciones ideológicas. Por ejemplo, hay varias escuelas de cine de vanguardia y sus correspondientes críticas que revelan las diferencias de las normas sobre el contenido y las técnicas de filmación, así como el papel del director.

La cultura alta debe lealtad primordial a su público con tendencia a la creatividad, aunque también se concibe a sí misma como la que establece los patrones estéticos y la que proporciona la cultura adecuada para toda la sociedad. No obstante que esta concepción con todo y su importante papel en la crítica de la

\* Nota del traductor. En Nueva York hay tres teatros principales: el Broadway, en el que se presentan los grandes espectáculos; el New York's Off Broadway, al que asiste un público selecto, y el New York's Off of Broadway, donde se presentan obras de teatro experimental.

cultura de masas es exagerada, es evidente que dicha cultura desempeña por lo menos una función específica en la sociedad en general y para cada una de las otras culturas. Debido a que tiende a la creatividad y a que sus creadores son muy instruidos, la cultura abarca los problemas sociales, políticos y filosóficos abstractos, así como a los supuestos sociales fundamentales, con mayor frecuencia y de manera más sistemática de lo que lo hacen las otras culturas. Ahora bien, esto no indica que la cultura alta trate de todos los problemas fundamentales y que las culturas de niveles inferiores no lo hagan; por ejemplo, los problemas morales son tratados constantemente en las diversiones populares, así como los aspectos filosóficos, tipificados en casos concretos, en tanto que, por el contrario, la cultura alta no se hace cargo de los aspectos prácticos de la vida, como la forma de ganarse la misma, porque estos temas no representan ningún problema para el público que la forma.

Con anterioridad se afirmó que el público de la cultura alta se podía dividir en dos tipos, el que tiende a la creatividad y el que tiende a ser usuario. El primero considera a la cultura desde el punto de vista del creador, en tanto que el segundo, aunque participe de la misma cultura, selecciona lo que le satisface sin tomar el lugar del creador, en otras palabras, sin hacer el “trabajo estético” que los creadores de la cultura alta exigen de su auditorio. Por lo tanto, los miembros de este subgrupo son similares a los públicos de cultura baja, ya que consideran a la cultura por los sentimientos y diversiones que proporciona y por el punto de vista e información que puedan obtener; se interesan menos en la manera en que es creada una obra de arte, y no pueden apreciar ni comprender el trabajo de la manera tan completa como lo haría el creador y el público con tendencia a la creatividad. Eligen de una cultura creada por y para “expertos”, pero como simples aficionados.

Este público es probablemente mucho mayor que el de tendencia hacia la creatividad, y tiene, asimismo, un **status** y un ingreso mayor, ya que abarca algunos de los mecenas del arte, música y poesía que subsidian la creación de la cultura alta, así como a los coleccionistas de arte –y a los artistas– que buscan beneficio o **status**. Este grupo incluye además a profesionistas y administradores muy cultos y a los creadores de la alta cultura que son aficionados en otros campos que no sean de su especialidad.

Algunas veces los creadores se inclinan a caracterizar a este público como inculto o “satélite” que, al igual que los seguidores y jovencitas que rodean a las estrellas de **rock**, muestra más interés en los oradores que en sus obras; pero esta reacción es, en gran medida, reflejo de las diferencias intrínsecas entre creadores y usuarios que existen en todos los tipos de cultura. A decir verdad,

algunos miembros del público con tendencia a ser usuarios están interesados en el **status** que se desprende de la cultura alta, pero también es el caso de algunos creadores.

Es obvio que el público con tendencia a ser usuario comparte la cultura alta con el público que tiende hacia la creatividad, pero tiene la propensión a evitar la crítica más técnica y la escolaridad más académica, los cuales son de gran importancia para creadores y críticos, y gravitan en torno a los aspectos más disfrutables y comprensibles de la cultura. Este público también presta más atención a los creadores que a los críticos, y algunas veces se vuelven sus adeptos durante el proceso de convertir en estrellas a los creadores más reconocidos. Con el tiempo, este método de materializar al artista se ha aplicado a Thomas Wolfe, Ernest Hemingway, J. D. Salinger, James Baldwin y Norman Mailer, entre otros, aunque recientemente este último se ha convertido en periodista y ensayista que se dirige principalmente al público de cultura media alta.

Debido a que el público con tendencia a ser usuario es muy numeroso y adinerado, los distribuidores comerciales de la cultura alta tratan de complacerlo y de encontrar, y hasta cambiar, el contenido de la cultura alta a fin de atraerlo. Por ejemplo, a mediados de los sesentas Susan Sontag defendió la cultura **camp\*** como una forma legítima de cultura alta de creadores, pero muy pronto fue aceptada –y adoptada– por el público con tendencia a ser usuario, porque le permitía hacer uso de la cultura alta como diversión. La consiguiente popularización de esta cultura algunas veces hace que los creadores y el público con tendencia a la creatividad ideen nuevas soluciones mediante la creación de nuevas galerías y revistas, como el **New York Review of Books**. De hecho, este proceso puede afectar incluso al contenido de la cultura alta ya que cuando los innovadores descubren que su trabajo se está popularizando demasiado, algunos se ven impulsados a cambiar –aunque otros se dediquen a sacar provecho de su popularidad. No es mera coincidencia, por ejemplo, que los rápidos cambios artísticos durante la década de los sesentas –incluyendo el **pop art**, el **op art**, el **minimal art**, el realismo fotográfico y el arte conceptual– hayan surgido en el momento en que el expresionismo abstracto se popularizaba entre el público con tendencia a ser usuario. Aunque algunas de estas innovaciones se prestaron a una rápida aceptación entre el público con tendencia a ser usuario, los experimentos vanguardistas en otros medios

\* Nota del traductor: **camp**: es la cultura y maneras de la juventud norteamericana que adopta lo más cursi del arte y la moda del periodo entre las dos guerras mundiales.

de la cultura alta no se hicieron tan populares como la literatura estructuralista de ficción francesa o la música electrónica atonal.

El público con tendencia a ser usuario no elige toda su cultura de entre la cultura alta, como tampoco lo hace el público con tendencia a la creatividad. Como la cultura alta es "seria", es muy frecuente que la gente busque entretenerse en culturas de nivel más bajo, convirtiéndose en fanáticos de los deportes, lectores ávidos de historias de detectives o adeptos a películas y programas de televisión que se consideran malos. Pero aun en estos casos las elecciones no se hacen al azar; quienes gustan de los deportes entre la gente de la cultura alta, prefieren juegos de beisbol y de futbol en vez de la lucha libre, preferida por los miembros de la cultura baja, y optan por las novelas de Dashiell Hammet en lugar de las de Mickey Spillane. Este patrón de culturas que están entre "dos aguas" es universal; también el público de clase media alta se desvía hacia las culturas bajas, y viceversa, los miembros de públicos inferiores ocasionalmente visitan los museos o asisten a conciertos de música sinfónica.

### **Cultura media alta**

Ésta es la cultura de la gran mayoría de la clase media alta en los Estados Unidos; los profesionistas, ejecutivos y administradores con sus respectivas esposas, que estudiaron en los "mejores" colegios y universidades. Aunque son gente instruida, no están capacitados para ser creadores o críticos, y al igual que el público de la cultura alta con tendencia a ser usuario, no tienden hacia la creatividad; pero a diferencia de este último tipo de público, no les satisface la cultura alta. Desean la cultura y quieren ser cultos, pero prefieren una cultura permanentemente desligada de las innovaciones en la forma, y carecen del interés en lograr que las aplicaciones de método y forma sean parte de su cultura.

Todo lo anterior indica que la cultura verbal media alta está lejos de ser "literaria", y que el arte y la música son mucho menos abstractos que en el caso de la cultura alta. La literatura de ficción de la cultura media alta, por su parte, destaca más la trama que el desarrollo de personajes y estados de ánimo, aunque los héroes y heroínas son más importantes que en la cultura alta. Respecto al contenido, la cultura media alta, a través de su literatura de ficción, revela los intereses permanentes y actuales de su público, lo que a su vez demuestra el papel económico y de otro tipo que juega el público dentro de la sociedad. Por ejemplo, los públicos de esta cultura prefieren la ficción en las actividades, ideas y sentimientos que correspondan a su propia vida, tales como profesiones u organizaciones cívicas y sociales. Debido a que los

usuarios de la cultura media alta –por lo menos los hombres– son económica y políticamente influyentes, sus héroes ficticios se interesan más en las posibilidades que tienen de llegar a sus metas compitiendo con otros (con la naturaleza, o con la burocracia), y no en la alienación como individuos frente a la sociedad. Por lo tanto, prefieren leer novelas, dramas y biografías que tratan de los logros personales y que implican una movilidad social ascendente. Las mujeres de esta cultura, por su parte, prefieren la literatura de ficción que muestra la lucha de la mujer por competir con el hombre en actividades dominadas por este último; los problemas de las esposas cuyos maridos están casados con su trabajo, y más recientemente, las posibilidades y problemas de la liberación femenina.

En vista de que el público perteneciente a esta clase media alta se interesa mucho en la forma en que funciona la sociedad –y sus dirigentes–, es muy posible que el uso que hace de la literatura que no es de ficción sea mayor que entre cualquier otro tipo de cultura. **El Time** y el **Newsweek**, así como otros tipos de revistas similares, se escriben principalmente para este público, al igual que el “periodismo nuevo”, la “novela que no es de ficción” y la sociología popularizada que se divulga en **Psychology Today** y en los artículos y columnas de otras revistas.

La música de este grupo incluye las obras sinfónicas y de ópera de los compositores del siglo pasado, pero excluye, salvo algunas excepciones, las obras de siglos anteriores y la música contemporánea, así como la música de cámara de todas las épocas. Las comedias musicales de Broadway acostumbraban escribirse para el público de cultura media alta, pero hoy en día sólo se hace ocasionalmente, no obstante que los miembros jóvenes de este grupo sean probablemente los principales consumidores de música folclórica y del **rock** más melódico, ejemplificado por **Hair**. Es muy difícil identificar un arte distintivo de cultura media alta; es muy posible que este público elija aquello que tenga mayor popularidad entre el público de cultura alta con inclinación a ser usuario –desde luego con el apoyo adecuado por parte de los distribuidores comerciales de arte.

A pesar de ello, el público de cultura media comparte relativamente poca cultura con el de cultura alta, pero en cambio toma prestadas algunas obras selectas y recurre a los creadores que empezaron en esta última cultura. Por ejemplo, durante los sesentas los cinéfilos de clase media alta se convirtieron en seguidores de las películas más ligeras de Ingmar Bergman e hicieron del director sueco una estrella dentro de su cultura, pero en años recientes, dado que el trabajo de Bergman se ha convertido de nuevo en algo más filosófico y pesimista, ha perdido mucho de este público. Por su parte, Arthur Miller y Norman Mailer están

entre los autores que empezaron su carrera en la cultura alta, pero desde entonces han cambiado o han ganado más público, aunque no deliberadamente. Por todo esto, los críticos de la cultura masiva antagonizan con la cultura media alta –llamada **Midcult** (media cultura) por Dwight MacDonald– porque su público toma prestada –y altera a veces– la cultura alta pero rehúsa unirse al público de este último grupo.

Los miembros de la cultura media alta dan mucha importancia a los creadores como “estrellas”, por lo que se debe acudir en gran medida a los críticos que ayudan a diferenciar entre el contenido de la cultura alta y el de la media baja –así como entre el de la cultura media alta y la media baja– cuando dichos contenidos son proporcionados por los mismos medios masivos. Algunos aunque no todos los críticos que escriben sobre cine, libros, arte y música para el **New York Times** y para revistas destinadas a la clase media alta, llevan a cabo esta función desaprobando el contenido que consideran demasiado experimental o filosófico, por una parte, o demasiado “vulgar” y gastado por la otra.

La cultura media alta es distribuida a través de los llamados medios de comunicación masiva. Su público lee las revistas como **Harper's**, el **New Yorker**, **Playboy**, **Ms**, y **Vogue**, entre otras; adquiere la mayoría de los nuevos catálogos de “oficios y profesiones”, y así ayuda a determinar cuáles se pueden considerar **bestsellers**; sostiene al teatro de Broadway, aunque en menor medida que en años anteriores; acude al cine a ver comedias extranjeras y producciones “independientes” que provienen de Hollywood, y es en sí el mayor auditorio de la televisión pública, los documentales en cadena y los prestigiosos programas especiales de teatro, así como de los museos y salas de conciertos de las grandes ciudades –y en la actualidad también en los suburbios.

Es muy probable que la cultura media alta sea hoy en día la que presenta el crecimiento más rápido debido a que el auge de asistencia a la universidad ha incrementado el tamaño y las posibilidades económicas del público perteneciente a este grupo. Muchos estudiantes universitarios no sólo eligen en esta cultura sus actividades de esparcimiento, sino que continúan haciéndolo cuando ya han dejado de ser estudiantes, lo que origina la gran popularidad del cine extranjero, el aumento de ventas de los “catálogos de oficios” y la duplicación de la circulación de algunas revistas de “calidad” durante los sesentas. También es este grupo el que apoya la llamada cultura de la juventud, que se analizará a continuación. Además, el público joven ha impulsado el surgimiento de una cultura progresista media alta en la que las estrellas principales son Vonnegut, Hesse y Tolkien, pero también ha afectado a la cultura convencional de clase media alta, como lo evidencian los cambios de la política editorial en revistas tales

como *Atlantic* y *New Yorker*, a fin de hacerlas más ligeras y más “importantes”.

### **Cultura media baja**

A esta categoría pertenecen la cultura y el público numéricamente más importantes en la actualidad. Este grupo abarca la gente de clase media y media baja con profesiones de **status** bajo, como los maestros de escuelas públicas y los contadores, así como todos los oficinistas y demás, excepto los de niveles más bajos. Aunque los miembros de más edad entre este público sólo tienen un certificado de secundaria, muchos de los más jóvenes han asistido y han obtenido un título en las universidades estatales o en muchas de las pequeñas universidades distribuidas en todo el territorio norteamericano.

Este público no se interesa especialmente en lo que él mismo denomina como “cultura”, término que se refiere tanto a la cultura alta como a la media alta, pero dado que dicho público se contraponía a la sofisticación cosmopolita de ambas culturas e incluso a sus instituciones culturales, en la actualidad ya no se opone. Aunque el mencionado público de cultura media baja aún no acepta el arte abstracto y continúa rechazando gran parte de la cultura alta y de la media alta, ahora sí acepta la “cultura” y de hecho ya participa de las instituciones culturales que están en busca de un auditorio más amplio y están dispuestas a llevar a cabo los cambios necesarios en sus contenidos. Varios museos han empezado ya a exhibir objetos bien diseñados para el consumidor, tipos de arte que se refieren a temas de actualidad –por ejemplo, la obra **Harlem on my Mind**, presentada por el Metropolitan Museum of Art–, y presentan artistas que son o que fueron alguna vez populares entre el público de cultura media baja, como Norman Rockwell. Se puede observar, asimismo, que algunas formas artísticas de la cultura alta y de la media alta han sido adoptadas y adaptadas por los ilustradores y publicistas que aparecen en las revistas de la clase media baja, y por su parte, la industria del cine y la televisión hace adaptaciones de obras de teatro o novelas “serias”, o realiza series de televisión a partir del cine de la cultura media alta, como M.A.S.H.

Los patrones estéticos de la cultura media baja destacan la importancia del contenido; la forma sólo debe servir para que dicho contenido sea inteligible o más gratificante. Así, el material teatral expresa y refuerza las ideas y sentimientos de esta cultura, y aunque se permiten ciertas interrogantes durante el desarrollo, las dudas deben quedar resueltas al final de la obra. Los héroes son gente común y corriente, o seres extraordinarios que se

vuelven comunes al aceptar la validez de las virtudes tradicionales, como la de tener “una mente sana”, y valores convencionales, como la religión. Por ejemplo, las comedias familiares tratan principalmente el problema de mantener las tradiciones y el orden frente a los irreprimibles impulsos sexuales u otras influencias molestas. A diferencia de las dos culturas más altas, ésta rara vez hace explícitos los problemas sin solución, y dado que está encaminada hacia el usuario, su público presta muy poca atención a los autores y directores de las obras, concentrándose en los artistas. Prefiere las recomendaciones de vecinos y amigos a las críticas formales, aunque puede dejarse llevar por las personalidades de los espectáculos cuando éstas actúan como críticos informales.

En la actualidad, el público de esta cultura forma el auditorio principal de los medios masivos de comunicación; es precisamente para el que se programa la mayor parte del contenido presentado por los medios mencionados. Este público comparte algunas revistas con el público de cultura media alta, pero es muy probable que haga caso omiso de las secciones culturales escritas para la clase media alta. Acostumbra leer **Life**, **Look** y el **Saturday Evening Post**, y hace posible la gran circulación del **Reader's Digest**, **Cosmopolitan** y otras revistas femeninas que tratan sobre el hogar, así como de las que tratan sobre pasatiempos y que se han popularizado en las dos últimas décadas. Es también este grupo el que contiene muchos de los compradores de novelas populares como las de Jacqueline Susan y Harold Robbins, quienes venden millones de copias de sus libros en ediciones de bolsillo. Los públicos de la cultura media baja siguen siendo fieles al cine norteamericano, aunque también asistan solamente a comedias musicales montadas a todo lujo y a películas espectaculares; son, por supuesto, a quienes van destinadas las comedias televisivas, los teleteatros populares y los distintos **shows** que aparecen registrados en las encuestas de popularidad de Nielsen.

Parece ser que este público está menos interesado en el funcionamiento de la sociedad, y se preocupa más en garantizar que ésta continúe sosteniendo los valores morales importantes para la cultura de la clase media baja. Por lo tanto, es muy probable que no disfrute demasiado de la literatura de no ficción en comparación con la cultura media alta (excepto si se trata de literatura cuyo contenido sea sobre “recetas” que ayudan a la gente a resolver problemas personales y a cuidar del hogar, el automóvil y otros artículos de consumo).

Así, el público de este grupo lee principalmente novelas y prefiere el cine y los programas de televisión que tratan sobre versiones ficticias de los acontecimientos mundiales recientes y biografías noveladas de celebridades e importantes figuras públi-

cas. Con mucha frecuencia, los contenidos de este tipo son versiones modernas de las comedias moralizantes en las que los personajes pecan sin alcanzar un final feliz, o renuncian a su mal comportamiento y vuelven a adoptar los valores morales de la clase media baja. Las novelas del género de Susan Robbins suelen ser imágenes ficticias de políticos, artistas, ejecutivos de negocios y del mundo de *Los espectáculos* (y de otros miembros de las clases alta y media alta) que finalmente se dan cuenta que deben actuar bien —o que lo deberían haber hecho— para mantener la moralidad de la clase media baja. Y en tanto que el público de esta última cultura rara vez ve documentales, sí ve en cambio programas de entretenimiento que tratan sobre problemas como la aceptación racial, la explotación económica o que proponen la igualdad en el terreno legal, en especial si estos temas se desarrollan en un ambiente irreal, como las comedias familiares, historias de detectives o del pasado, como en “Bonanza”, la popular serie de vaqueros de los sesentas. El contenido de este tipo de programas se limita a los problemas sociales que tengan solución o bien a aspectos sociales a los que se aplican ambigualmente las normas morales de la clase media baja. La cultura de esta clase rara vez trata los temas de manera que pudieran perturbar o incomodar a su público, aunque hay que recordar que lo mismo sucede con otras culturas, incluyendo la alta.

El arte de la cultura media baja sigue siendo fundamentalmente romántico y representativo, y evita tanto el naturalismo excesivo como el abstraccionismo. Se puede decir, a partir de la gran cantidad de tiendas que ofrecen originales baratos y sin complicaciones tan comunes en la última década, que los públicos de la cultura media baja no sólo no están dispuestos a (ni pueden) adquirir obras artísticas antiguas, sino que están en disposición de aceptar las adaptaciones populares del arte no representativo de las culturas alta y media alta, como lo son las imitaciones de cubistas como Feininger, quien ha alterado el método cubista a fin de hacerlo más representativo, o el **op art**, hecho más dulzón y romántico por la aplicación de colores pastel. En esta cultura es posible, asimismo, encontrarse reproducciones de obras de los artistas de la cultura alta, como los paisajes de Cezanne y Van Gogh, bailarinas de Degas o vistas citadinas de Buffet.

En la actualidad parece ser que la cultura media baja se está fragmentando cada vez más; las diferencias entre las facciones tradicionales, convencional y progresista, son más agudas que en otras culturas, y gran parte del conflicto cultural gira en torno al tratamiento del sexo. Los tradicionalistas son aún muy conservadores sobre lo que quieren ver representado en el contenido cultural público, en tanto que los progresistas están en favor de la apertura sexual que se divulga en **Cosmopolitan**, en las novelas de

Susan Robbins, en los documentales de la televisión sobre problemas sexuales, e incluso hoy día, en los programas de televisión destinados al entretenimiento puro. Por ejemplo, en 1972 la impotencia y el aborto fueron tratados en "All in the Family" y en "Maude", y ocasionalmente la heroína soltera del "Mary Tyler Show" no llegaba a casa a dormir, aunque su vida sexual sólo se insinuaba.

Cualquier presentación relacionada con el sexo o con otros tabúes recibe siempre la crítica de algunos miembros del público, aunque parece ser que la protesta proviene de los tradicionales más apasionados, en tanto que la gran mayoría de la gente de clase media baja permanece silenciosa, y los críticos de la media alta que revisan la programación de televisión dan su aprobación. Las protestas cunden sólo cuando se tratan tabúes en la televisión o algún otro tipo de espectáculo visto por los niños, o cuando las escuelas proponen impartir educación sexual. Quizá el público de clase media baja considerado como un todo esté actualmente alterando sus valores sexuales, pero es lo suficientemente ambivalente al respecto a fin de proteger a sus hijos de dicho cambio.

Es muy probable, y hasta seguro, que la cultura media baja atraviesa por un cambio tan rápido como la alta, aun cuando dicho cambio no subraye tanto la innovación de formas como la experimentación con adaptaciones de la cultura media alta. La rapidez del cambio ha hecho que algunos de los creadores y controladores de los medios masivos destinados a este público no se sientan ya en terreno firme, ya que las series de televisión que una vez fueron muy populares, pierden repentinamente auditorio y las nuevas no cuentan con mucho público, por lo que deben ser reemplazadas al final de la temporada, o incluso a la mitad de la misma, a un ritmo más rápido que en años anteriores. Todo indica que nadie puede predecir lo que este público quiere o acepta, o para decirlo en términos más exactos, nadie puede encontrar un contenido cultural que satisfaga a todas las facciones. Por ejemplo, el **Saturday Evening Post** y **Life** propusieron una serie de modificaciones en la política editorial en un intento fracasado por encontrar dicho contenido, aunque su desaparición final se debió a que quienes anunciaban en ellos prefirieron la televisión y no a que su público hubiera dejado de comprar las revistas.

### **Cultura baja**

Ésta es la cultura de los adultos de clase media baja, pero hoy en día está formada principalmente por obreros especializados y semi-especializados y por oficinistas semi-especializados, la gente que no completó la educación secundaria o que abandonó la escuela en el primer año de preparatoria. Hasta los cincuenta la

cultura baja fue la cultura predominante en Estados Unidos, y a partir de entonces empezó a ser reemplazada por la cultura media baja. El público de esta última, aunque aún es muy numeroso, ha disminuido ininterrumpidamente, en parte por una asistencia más prolongada a la escuela, incluso entre oficinistas, pero también porque la gente joven que trabaja está más expuesta a la televisión y a otros medios masivos de clase media baja, lo que la ha hecho romper el aislamiento de las regiones rurales o de los barrios étnicos urbanos.

Los públicos de la cultura baja aún rechazan mucho la "cultura", incluso con una cierta dosis de hostilidad; piensan que la cultura no sólo es aburrida, sino afeminada, inmoral y sacrilega —razón por la cual la caricatura de Spiro Agnew señalando a los estudiantes universitarios de cultura media alta como "snobs decadentes" atrajo tanto la atención—, y dichos públicos frecuentemente apoyan a la iglesia, la policía o el gobierno en su lucha por censurar los materiales eróticos. Al mismo tiempo, su preferencia por la acción y el melodrama, que se describirá a continuación, explica su rechazo a respaldar la censura de la violencia.

Los patrones estéticos de la cultura baja destacan el contenido, aspecto que se convierte en algo totalmente secundario, y no hay interés explícito en conceptos abstractos ni incluso en formas ficticias de la problemática social contemporánea. Es por esto que casi nunca se toman o adaptan aspectos de la cultura alta y la media alta. La cultura baja también hace hincapié en las obras moralizantes, pero se limita fundamentalmente a problemas individuales o familiares y a los valores que se aplican a estos problemas; el contenido de esta cultura delinea la forma en que triunfan los valores tradicionales de la clase trabajadora sobre las tentaciones de entregarse a los impulsos o a los patrones de comportamiento conflictivos. Los valores predominantes de esta cultura se dramatizan y exageran más que en la cultura media baja, resaltando la delimitación entre el bien y el mal. La literatura de ficción de este grupo recurre con frecuencia al melodrama y su mundo está más claramente dividido en héroes y villanos, siendo los primeros los eternos triunfadores.

La sociedad de las clases trabajadoras practica la discriminación sexual en la vida social; los papeles masculinos y femeninos están perfectamente diferenciados, incluso dentro de la familia, aunque en la actualidad están desapareciendo tanto la diferenciación como la discriminación. Estos patrones se manifiestan en la cultura baja, por lo que siempre hay tipos de contenido masculino y femenino que rara vez son compartidos por ambos sexos. La disgregación sexual y los valores de la clase trabajadora aparecen bien manifestados en la televisión y en el cine de acción hollywoodense —y por supuesto en los programas de deportes—, así como en

las historietas de aventuras escritas para el público masculino, y las revistas de confidencias o de admiradoras dirigidas al público femenino.

Las obras de acción masculinas describen, por lo general, la lucha de un solo héroe contra el crimen y las consiguientes violaciones de orden moral, o sus propósitos por salvar a la sociedad, por ejemplo de un desastre natural, pero en cualquier caso los problemas son siempre muy definidos. Por ejemplo, un **western** de cultura media baja puede tratar sobre la historia del conflicto entre vaqueros y campesinos, pero uno de la cultura baja trata con mayor frecuencia los temas de vaqueros que pelean contra criminales o delincuentes. Además, mientras que el héroe de la cultura media baja duda en ocasiones de la utilidad social de sus actividades, o de la validez de su identidad, el de la cultura baja nunca lo hace. A éste se le presenta como una persona que definitivamente no pertenece a ninguna clase y que encarna las normas importantes del comportamiento de la clase trabajadora; es alguien seguro de su masculinidad, tímido con las mujeres "buenas" y sexualmente agresivo con las "malas". Trabaja solo o con "amigos" del mismo sexo; su éxito depende en parte de la suerte y del destino; desconfía del gobierno y de toda autoridad institucionalizada. Clark Gable, Gary Cooper y John Wayne fueron prototipos de este héroe, y el hecho de que ninguna de las jóvenes estrellas del cine de acción de la actualidad haya alcanzado su nivel de popularidad, indica la pérdida de preponderancia de la cultura baja. Por su parte, las revistas de confidencias describen a la joven de clase trabajadora y su conflicto entre ser sexualmente liberada para atraer a los hombres, o permanecer virgen hasta el matrimonio. Es raro el teatro familiar que acepta de buen grado la presentación simultánea de los problemas de ambos sexos.

En la cultura baja, el actor no sólo es considerado como lo máximo, sino como verdadera "estrella", y se busca tener un contacto indirecto con él (o ella), por ejemplo a través de las revistas de admiradores tan leídas por los jóvenes del público de cultura baja. Además, este público no hace una distinción entre el actor y el personaje; gusta de que sus "estrellas" lo sean también en la vida real, es decir, como la imagen pública de que gozan. Por su parte, los escritores y otros creadores reciben muy poca atención.

La cultura baja es proporcionada a través de los medios de comunicación masiva, pero a pesar de su gran público, está obligada a compartir gran parte de contenido con la cultura media baja. Con frecuencia, esto lo logra reinterpretando el contenido de la cultura media baja a fin de que se apegue a los valores de la clase trabajadora. Por ejemplo, en una población trabajadora estudiada por el autor de este libro, los televidentes de una serie de

detectives ponían en tela de juicio la integridad del héroe-policía y en cambio se identificaban con los personajes de la clase trabajadora que lo ayudaban a atrapar al criminal. También protestaban o se burlaban de los héroes y valores de la clase media baja cuando los identificaban en otros programas y comerciales.

El contenido de la cultura baja existe también en forma independiente de los demás, pero como su público carece del poder de compra para atraer a los principales publicistas nacionales, sus medios masivos sólo pueden sobrevivir económicamente produciendo un contenido de baja calidad técnica para un auditorio muy numeroso. Por otra parte, en vista de su bajo índice de escolaridad, los públicos de esta cultura no leen mucho y, en consecuencia, a ellos se destina una serie de semanarios y diarios muy ilustrados, algunos con el mayor índice de ventas en los establecimientos de periódicos, que difunden noticias sensacionalistas y violentas —a veces inventadas— cuyos personajes son celebridades o gente común.

En una época, gran parte del cine hollywoodense se producía para el público de cultura baja, hasta que éste optó por la televisión, y aunque comparta este medio de comunicación con el público de cultura media baja, originalmente la programación estuvo destinada a la primera. Por ejemplo, mediante **westerns**; programas cómicos, como el de Lucille Ball y Red Skelton; **vodvilles** acrobáticos, como el “Show de Ed Sullivan”; comedias de situaciones, como los “Beverly Hillbillies” (que describía la forma en que los trabajadores de origen rural podían ser más sabios que los de clase media urbana, más poderosa y sofisticada), y música, como la de Lawrence Welk. Algunos de estos programas están desapareciendo en vista de que el público de cultura baja ha disminuido en tamaño y poder de compra, pero los reestrenos aún sobreviven en las estaciones de televisión independiente, que quizá son ahora las principales transmisoras para la cultura baja. El público de este último grupo tiene a su servicio las estaciones independientes de la radio que transmiten música de **rock** y folclórica, y breves noticieros con efectos de sonido que imitan los atractivos encabezados de la prensa amarillista.

El arte de la cultura baja denota la discriminación sexual de su público. En términos generales, los hombres prefieren carteles de mujeres atractivas (más eróticas y sexualmente agresivas que las de **Play Boy**, revista de la clase media alta), que cuelgan de las paredes de las fábricas y talleres de servicio. Las mujeres prefieren el arte religioso y las pinturas seculares realistas de colores vívidos. Los muebles para el hogar muestran el mismo gusto estético: gran solidez y de colores muy llamativos. En tanto que los públicos de la cultura media baja y de la alta valoran la simplicidad y austeridad, los de cultura baja, a su vez, prefieren la

ornamentación –ya sea en un estilo tradicional, casi rococó, o en el estilo rebuscado y contemporáneo descrito como “Hollywood moderno”.

### **Cultura baja cuasi-popular**

Esta cultura es una combinación de la cultura popular y la cultura baja comercial anterior a la Segunda Guerra Mundial, que era muy del gusto de los públicos surgidos a raíz de las culturas étnicas o populares rurales de esa época. Ésta es la cultura que corresponde a las preferencias de mucha gente de escasos recursos dedicada a trabajar en puestos mal pagados (servidumbre, lavaplatos, etcétera) y como obreros no especializados, cuya educación no pasó de la escuela primaria. Muchos de ellos son de origen rural y algunos otros de origen urbano, y no pertenecen a la raza blanca. No obstante, que hoy en día este público es aún muy numeroso, su bajo **status** y su escaso poder de compra indican que sus necesidades culturales reciben poca atención; en términos generales, tienen que conformarse con el contenido de la cultura baja.

La información de la cultura cuasi-popular es muy escasa, pero podría decirse que es una versión más sencilla de la cultura baja: con un contenido que destaca la discriminación sexual, la importancia del melodrama, las comedias de acción y las moralizantes. La lectura de este público se reduce a historietas cómicas y periódicos amarillistas; prefiere las películas de viejos **westerns** e historias de aventuras, que en la actualidad sólo se exhiben en los pequeños cines de segunda clase de los barrios pobres. Para el público de habla hispana se destinan películas de acción de trama sencilla y óperas melodramáticas hechas en México. Quizá en parte como esta cultura es ignorada casi por completo por los medios de comunicación masiva, su público ha conservado más elementos de cultura popular que cualquier otro, elementos recreados y quizá hasta modernizados en festivales religiosos y callejeros y en otras reuniones sociales. Recientemente, su juventud se ha dedicado a decorar los edificios públicos, muros de las ciudades y vehículos con dibujos llenos de colorido y muy elaborados, como se puede observar en Nueva York y Filadelfia. Dichos dibujos consisten, por lo general, en los nombres y números de calles en que habitan sus artistas, aunque en realidad manifiestan su protesta por ser ignorados por el resto de la sociedad norteamericana.

### **Cultura de la juventud, cultura negra y cultura étnica**

La investigación hecha por el autor de este libro acerca de las preferencias de los públicos y culturas ha excluido los desarrollos

recientes como la llamada cultura de la juventud, así como el surgimiento de culturas nacionalistas entre negros, portorriqueños y otras minorías despojadas, y el resurgimiento de culturas étnicas entre los descendientes de inmigrantes europeos. Esta omisión ha sido intencional, ya que dichas culturas sólo pueden ser agregados temporales de las culturas descritas anteriormente.

### Cultura de la “juventud”

La última mitad de los sesentas presencié el surgimiento de culturas aparentemente nuevas entre la gente joven, que pronto se derrumbaron debido al nombre de “cultura de la juventud” acuñado por los adultos; no obstante, dichas culturas ni son del todo nuevas, no están limitadas a la juventud, ni tampoco son tan homogéneas como para ser descritas por un simple nombre.

Ninguna cultura es del todo nueva, y mucho de lo considerado como tal se semeja en realidad a la cultura bohemia surgida después de la Primera Guerra Mundial y a las culturas de la generación perdida de la década de los cincuentas y principios de los sesentas. Por ejemplo, el origen de la informalidad en el vestir, el rechazo a las formas tradicionales del arte y a otras culturas altas —como hizo el dadaísmo—, la adicción a las drogas, a los préstamos de las culturas negra y popular y los valores radicales, se pueden rastrear en la cultura alta vanguardista anterior. Lo que sí es nuevo, es la expansión de estas formas de cultura alta sobre las culturas bajas, y el tamaño del público y la amplia gama de aspectos culturales que respalda. Esto incluye nuevos tipos de música de **rock** y popular, cine, periódicos, arte sicolédico y masivo, nuevas modas —desde la ropa de etiqueta hasta la unisex—, así como carteles y el conjunto de bienes de la cultura de estupefacientes. Los nuevos productos culturales se complementan con otro tipo de innovación cultural que va más allá de la cultura de preferencias, por ejemplo nuevas formas de vida comunal y familiar.

Aunque estas innovaciones son descritas a menudo por los medios de comunicación masiva como partes de una sola cultura, en realidad sus orígenes se localizan en varias culturas diferentes. Además dichas culturas existen en dos niveles: como culturas **totales** que buscan existir apartadas de la sociedad convencional y el consenso de la opinión pública, y como culturas **parciales** que, al igual que las de preferencias semejantes arriba descritas, son practicadas por gente que aún “pertenece” a la opinión pública.

Entre las culturas totales se pueden identificar por lo menos cinco.

- La primera es la cultura **hippie** original, que en la actualidad parece haberse convertido en una cultura de **música y drogas**, por lo que respecta a sus normas, productos y formas de vida que giran en torno a las drogas y al “**rock alucinante**”.

- La segunda es la cultura **comunal** creadora de nuevos estilos de vida familiar, comunitaria y económica, con frecuencia en comunas, que intentan recrear las sociedades pastorales, la vida tribal y la familia extensa.

- La tercera es la cultura **política** que, aunque dividida en muchas facciones, busca reemplazar el capitalismo norteamericano por alguna forma de socialismo o anarquismo radical a través de medios revolucionarios, aunque no necesariamente violentos.

Estas culturas no se excluyen entre sí; más bien cada una hace hincapié en un aspecto, y hay quienes participan de dos o tres culturas al mismo tiempo. Sin embargo, parece que los participantes de la cultura de drogas son más hedonistas y místicos que el resto; los de la cultura comunal se interesan más en la creación de nuevas formas de convivencia social, y los de la política se preocupan más por la revolución, pero se oponen al uso de drogas, al misticismo y a la innovación sexual por considerarlos contrarrevolucionarios.

- La cuarta cultura es tal vez la mejor denominada como neo-dadista. Tipificada por los **yippies**, es una amalgama de las tres anteriores pero destaca la importancia de la creación de nuevas formas culturales, sociales y políticas no tanto como fin en sí mismas, sino como métodos para criticar las instituciones correspondientes de la opinión pública general.

La quinta cultura es la **religiosa**, representada por los “hippies de Jesús” (niños de Dios) y el culto al Hare Krishna; este grupo es una reacción tradicionalista a los otros cuatro, que predica adhesión a los códigos morales absolutistas de una comunidad teocrática y con frecuencia a una forma de vida asexual, apolítica y exenta de drogas.

El número de participantes de estas culturas totales es reducido, probablemente no llegue a 100 000 en todo el país, pero sus actividades son muy evidentes por ser tan difundidas a través de los medios de comunicación masiva. Además, su importancia va más allá de lo que podría sugerir el número de participantes que las integran, porque sirven como modelos para las culturas parciales cuyos participantes suman millones. Gran parte de la gente inmersa en las culturas totales son jóvenes sin responsabilidades familiares, muchos de los cuales pueden abandonarlas o cambiarse a una cultura parcial cuando se responsabilizan de su propia familia. La cultura comunal, sin embargo, se enfoca más hacia la familia, aunque muchos de sus participantes sean solteros y puedan cambiar de comuna en busca de un estilo de vida que se

adapte a sus necesidades. Dado que estas culturas totales, en especial la política y la de drogas, se enfrentan a una gran hostilidad por parte de la sociedad en general, sólo el tiempo dirá si pueden continuar su crecimiento o incluso sobrevivir, además de servir como fuentes de inspiración de las culturas parciales.

Estas últimas son versiones de "medio tiempo" de las culturas totales, respaldadas por gente que mantiene su posición económica y su **status** social dentro de la sociedad en general, y que participa de dichas culturas parciales sólo por las noches y durante los fines de semana. En tanto que los miembros permanentes de las culturas totales tienden a la creatividad, considerándose a sí mismos como artistas cuyas obras están encaminadas a la creación de una cultura norteamericana enteramente nueva, los de "medio tiempo" tienden más bien a ser usuarios. Debido a que estos últimos son más numerosos que los miembros de las culturas totales, se convierten en auditorios más convenientes para los distribuidores comerciales de los productos de la cultura parcial, en especial de música, carteles y ropa. De hecho, algunas de las culturas parciales están en proceso de convertirse en las más novedosas facciones de vanguardia de las diversas culturas principales, no sólo porque sus productos sean creados comercialmente, sino porque están modificados, ya que originalmente fueron tomados de la cultura total, volviéndose durante el proceso más similares a los productos culturales de la sociedad en general. Por ejemplo, los carteles más populares tienen un estilo que se semeja mucho más al arte progresista de la cultura alta y media baja que al **neo-art nouveau** o pseudo hindú desarrollados originalmente por los hippies.

Si bien las culturas parciales se derivan de las totales, se diferencian por la clase social, revelando hasta cierto punto las normas de las culturas principales de preferencias semejantes, para las que sirven de vanguardia radical. La contracultura de Roszak con sus objetivos, métodos, estilo y sutiles distinciones, se acerca más a la cultura alta de la opinión pública generalizada que, por ejemplo, a la cultura de música y drogas de los jóvenes de la clase trabajadora, aunque de hecho compartan determinados valores. De igual forma, las diversas culturas parciales de clase media alta que se manifiestan en periódicos como el **Village Voice**, o el **Rolling Stone**, son muy diferentes de las culturas parciales de clase media baja, cuyos productos se encuentran en el Greenwich Village de Nueva York y en el Sunset Strip de Los Angeles. Aún no se han estudiado las distintas preferencias de ambos grupos, pero a pesar que ambos prefieren la música de **rock**, el autor de este libro opina que la gente joven del público de clase media alta tiene más probabilidades de escoger formas experimentales y esotéricas del **rock** y del **rock** popular con características políticas, en tanto que

los públicos de la clase media baja prefieren las formas más convencionales del rock y la lírica que trata sobre las penas y tribulaciones del amor. Por esto es de esperarse que Bob Dylan goce de mayor popularidad entre los públicos de preferencias “superiores” y que la “desgarrante” Janis Joplin, cuyas presentaciones eran pletóricas de acción, sea preferida por los públicos “inferiores”.

Se pueden identificar otras diferencias entre las diversas culturas. Por ejemplo, la contracultura de Roszak es enfáticamente antitecnológica, en tanto que la mayoría de las demás no sólo favorecen los usos pacíficos de la tecnología, sino que emplean los más recientes inventos en tecnología musical, cinematográfica y de transporte. Algunas comunas rechazan los artículos producidos en serie y fabrican su propia ropa y enseres; otras usan los productos comerciales y experimentan con la tecnología arquitectónica más reciente.

A pesar de lo anterior, las culturas parciales y totales descritas aquí comparten muchos valores. Todas se oponen a los diversos aspectos de la sociedad en general, particularmente por la propensión de ésta a la guerra, por su desigualdad generacional y económica de la sociedad como un todo y por la hipocresía debida a la brecha considerable entre los valores sociales enunciados y las políticas públicas. Todas estas culturas se basan más en las drogas que en alcohol; destacan la importancia de la comunidad sobre los intereses individuales —aun cuando algunas subrayen el dicho “cada quien en lo suyo”—; dan mayor prioridad a la expresión de los sentimientos que al uso de la razón; prefieren cine, música y arte a la cultura impresa, y rechazan las normas sexuales de la sociedad en general, aunque dichas normas ya no sean sagradas entre los jóvenes que aún pertenecen a ella. Por último, todas revelan y reaccionan contra la posición ambigua y acomodaticia que adolescentes y adultos se ven obligados a tomar para ocupar un lugar en una sociedad que aún los trata (con mucha frecuencia) como niños, particularmente cuando no pertenecen a la fuerza de trabajo principal.

Por este motivo, es posible denominar a todas las culturas descritas como formas de cultura joven, a pesar de su rechazo por la opinión pública, y esto no se debe tanto a la brecha generacional como a una diferencia fundamental de valores que ni se reduce a la gente joven ni es compartida por todos los jóvenes. De hecho, la diferencia de valores radica más bien en la diferencia de clase, pues los jóvenes radicales en política y cultura provienen básicamente de la clase profesional media alta; y los valores que rechazan son los de la clase media alta y alta dirigente, y los de quienes sostienen a dichos grupos en las clases trabajadora y media baja. Están en contra del sistema económico actual: los

capitalistas y administradores de empresas que lo dirigen, y los oficinistas y obreros que lo apoyan, en parte, porque dependen de él para vivir. Están en lucha también contra la burocratización de la sociedad, tanto en la empresa privada como en las oficinas públicas, y especialmente en contra de la burocratización del trabajo profesional e intelectual que amenaza con reducir el control que intelectuales y profesionales ejercen sobre su trabajo.

Por lo tanto, los radicales jóvenes luchan como los críticos socialistas de la cultura de masas, quienes también se oponen a la sociedad dominada por el dinero. Sin embargo, al mismo tiempo, no defienden los mismos valores; los jóvenes radicales buscan crear una sociedad enteramente diferente, y no les interesa demasiado proteger a la cultura alta. De hecho, los radicales y los críticos son enemigos, por lo que incluso algunos críticos han atacado a los primeros llamándolos revolucionarios románticos —e incluso hasta fascistas de izquierda—, en tanto que los radicales condenan a los críticos por ser defensores del **status quo**. Gran parte del conflicto entre los dos grupos se ha centrado en torno a la universidad; los radicales la rechazan porque depende de y está apoyada por la iniciativa privada, en tanto que los críticos buscan preservarla porque se ha convertido en el principal suministro y sostén financiero de la cultura alta.

Sin embargo, históricamente, tanto los radicales como los críticos de la cultura de masas podrían pertenecer a la misma categoría; ambos defienden a las víctimas de la evolución de la sociedad industrial urbana, aunque las víctimas y los ideales sean distintos. Los críticos, se dirigen a una cultura alta que ha perdido su predominio cultural con el desarrollo y crecimiento de las culturas populares comerciales, en tanto que muchos radicales luchan a la retaguardia contra la burocratización de las profesiones de la clase media alta. Aunque algunos buscan a tientas el desarrollo de una nueva cultura basada menos en la escasez de dinero y más en la escasez de trabajo, es decir, una cultura que será necesaria cuando la gente no esté sometida a semanas de trabajo de cuarenta horas; otros, en especial los que destacan la importancia de "cada quien en lo suyo", o de formas de artesanía a nivel individual (como la carpintería), se rebelan contra el surgimiento de la producción en serie de intelectuales y profesionales.

En parte, el conflicto entre radicales y críticos se debe a la importancia del ideal democrático; los primeros desean crear una nueva cultura aun cuando sus métodos a veces no sean democráticos; y los segundos subrayan esta falla al hacer sus ataques. Por el contrario, los críticos desean preservar la cultura alta, y respaldarán para ello a las instituciones políticas y económicas en general, aun cuando algunos de los métodos de dichas instituciones no

sean democráticos –y los radicales atacan a los críticos por su ceguera ante dichos métodos.

### Cultura negra

Aunque no fue sino hasta la segunda mitad de los sesentas que surgió una cultura negra consciente y deliberada –por lo menos para los blancos–, ésta, al igual que las culturas de puertorriqueños, chicanos o chinos que actualmente se están desarrollando en grupos étnicos y cuasi-étnicos igualmente desposeídos, no es de ninguna manera algo nuevo. El contenido cultural correspondiente al grupo étnico negro existe desde que se introdujeron negros en Norteamérica, y desde hace una centuria los blancos han tomado prestada la música de este grupo en forma regular. Ahora bien, lo que sí es nuevo en la cultura negra es su reciente aumento de vitalidad, que la hace mucho más evidente para los blancos. Dicha vitalidad se debe, en parte, al crecimiento de la clase media negra educada y al relajamiento de las barreras discriminatorias, pero también a que los movimientos del “poder negro” y de derechos civiles requieren una mayor aculturación. En realidad, los elementos más recientes de la cultura negra o de la portorriqueña, chicana o su equivalente, pueden ser descritos como nacionalistas, que en cierto sentido existen para mejorar la posición política de la comunidad negra en Norteamérica. Gran parte del contenido de la nueva cultura negra es directa o indirectamente político, y manifiesta, exige y justifica la legitimidad de una tradición e identidad negras a fin de establecer una base cultural de igualdad racial.

A pesar de su reciente crecimiento, la cultura negra aún es considerada como cultura parcial, ya que en diversos aspectos los negros comparten las culturas de preferencias creadas por los blancos, y sus patrones estéticos y sus actividades de ocio y consumo difieren muy poco de los de los blancos, cuyas edades y nivel socioeconómico son similares. Aunque la gente de color escucha estaciones de radio para negros, lee periódicos y revistas para negros y asiste a las pocas películas genuinamente para negros, así como programas de televisión para negros, emplea también los medios de comunicación masiva creados fundamentalmente por y para blancos, y que, según indica un estudio, los utilizan más que los blancos. También es evidente que una gran mayoría de la población de color disfruta del contenido de los medios masivos predominantemente blancos, aunque esta generalización no se pueda hacer con absoluta certeza hasta que esta minoría no cuente con la oportunidad de escoger entre contenidos destinados a blancos y negros. Sin embargo, algunos estudios sobre preferencias han demostrado que cuando se solicita a los negros que elijan entre diversiones hipotéticamente para negros o

para blancos, la mayoría optará por las primeras; pero cuando pueden elegir también diversiones para ambos grupos, la mayoría se inclina por la programación para blancos y negros.

### Culturas étnicas

Los inmigrantes europeos trajeron consigo sus propias culturas de preferencias a América, pero en vista de que la gran mayoría —excepto algunos judíos— consistía en campesinos incultos y trabajadores sin tierras que dedicaban gran parte de su tiempo al trabajo, su cultura de preferencias era muy limitada, pletórica de contenidos compensatorios para poder enfrentarse y escapar a las privaciones. Es por esto que dichas culturas destacaron la importancia de la vida familiar, las comidas y bebidas y la religión, y los inmigrantes continuaron conservándolas, en parte, por razones de lenguaje, aunque durante la segunda generación empezaron a diluirse debido a la aculturación y al no ofrecer un contenido suficientemente rico como para satisfacer las demandas de mayor tiempo libre con que contaba esta segunda generación, y también al resultar demasiado religiosas para satisfacer las nuevas preferencias más secularizadas. Además, las culturas de preferencias de los inmigrantes eran principalmente culturas folclóricas y cuasifolclóricas de clasificación baja. Cuando los inmigrantes y sus descendientes empezaron a ascender socialmente y requirieron de una cultura de preferencias más compleja y de mayor **status**, consideraron que era más fácil elegir entre las culturas norteamericanas que elevar sus propias culturas, o importar algunas de mayor **status** de sus países de origen. Algunos aspectos de la cultura de preferencias judía se americanizaron, pero, por ejemplo, las culturas de preferencias de los grupos campesinos polacos, italianos y griegos virtualmente han desaparecido, excepto en lo referente a la comida y las prácticas religiosas tradicionales y a algunas canciones y danzas que se ejecutan en festivales étnicos ocasionales.

Algunos observadores informan que ha habido un renacimiento en las culturas étnicas entre italianos, polacos y otros descendientes de inmigrantes europeos de cuarta generación. Sin embargo, aún no hay pruebas empíricas confiables de dicho renacimiento, más que las referentes a un puñado de intelectuales étnicos. En realidad, los estudios más recientes sobre las minorías étnicas norteamericanas sugieren, al igual que los primeros, que para la tercera o cuarta generación la aculturación es casi total. Y aunque la asimilación ha sido mucho más lenta, a fin de que persistan la estructura familiar y algunas otras estructuras sociales, muchas de las minorías étnicas contemporáneas viven en forma semejante a

la de otros norteamericanos de **status** y edad similares, cediendo a la cultura pan-étnica de la **pizza**, el jamón endiablado y el **shish kebab**,\* que está a la disposición de todos en los supermercados.

No obstante, lo que ha renacido, o por lo menos lo que se ha hecho más evidente en estos grupos, son las políticas étnicas, básicamente como una reacción de la gente blanca trabajadora de las ciudades ante la creciente actividad política de los negros. Fenómenos tales como la candidatura política étnicamente equilibrada nunca han sucumbido a la aculturación, pero desde finales de los sesentas ha habido surgimientos esporádicos de orgullo étnico, por ejemplo las protestas italianas contra la identificación del crimen organizado con la mafia, o la de los polacos por los "chistes polacos",\*\* Aun así, muchas de las actividades políticas de las minorías han sido pan-étnicas, es decir, que los políticos provenientes de la clase trabajadora con antecedentes étnicos han recibido apoyo de votantes trabajadores de todos los grupos étnicos y no sólo de los propios, como en el pasado, en especial cuando compiten contra reformistas blancos o negros de clase media alta. Sin embargo, en estos ejemplos, el concepto de grupo étnico es sólo un eufemismo para el concepto de clase. Así, cuando Mario Procaccino fue opositor de John Lindsay en las elecciones para alcalde de Nueva York en 1968, su campaña no la hizo sólo como italiano, sino como candidato de la "gente pobre" frente a los "liberales de limusina". Pero, por otra parte, se debe tener presente que cualquier sentimiento de orgullo étnico o identidad que se pudiera haber desarrollado en estas campañas de elecciones, desapareció posteriormente y no hay rastros de que haya originado el resurgimiento de las culturas étnicas.

### **La estructura social de las culturas y públicos de preferencias semejantes**

El análisis de cada una de las culturas y públicos ha malinterpretado el grado en que éstos se relacionan entre sí y con el resto de la sociedad. En realidad, estos grupos no sólo son conjuntos independientes, sino que también deben ser considerados como partes de una cultura general de preferencias, lo que significa la suma de las interrelaciones entre diferentes públicos y culturas. Dicha estructura de preferencias es, a su vez, parte de toda la estructura social.

Nota del traductor. Platillo turco de carne ensartada en un alambre.

\*\* Nota del traductor. Bromas en los que se tilda de tontos a los polacos.

## Preferencias, estructura social y política

Una de las relaciones más importantes entre la cultura de preferencias y la sociedad en general es la política. Aunque la mayoría de las culturas de preferencias es explícitamente política, todos los contenidos culturales expresan valores factibles de convertirse en políticos o de repercusiones políticas. Incluso la simple comedia de televisión familiar, por ejemplo, se refiere a las relaciones entre hombres y mujeres, padres e hijos, y en tanto que implican valores y relaciones de poder, son en sí relaciones políticas, aunque no se les reconozca como tales. Así, el uso de mujeres como objetos sexuales en anuncios comerciales sólo pudo convertirse en tema político con el surgimiento del movimiento de la liberación femenina.

Como se indicó previamente, la crítica de la cultura de masas es, en parte, política, pues defiende tanto las posiciones políticas conservadoras como las socialistas, pero una de las principales contribuciones de las nuevas culturas negras y radicales ha sido por un lado, identificar los supuestos políticos implícitos de todas las culturas de preferencias principales, alta y baja, y por otro, afirmar que todas tienen implicaciones políticas. Los críticos socialistas de la cultura de masas han señalado, por su parte, los valores conservadores de la cultura popular, pero rara vez abundan sobre los valores semejantes de la cultura alta. Y en función de esto, tanto los socialistas como los conservadores que defienden la cultura alta se vieron afectados cuando los radicales y militantes negros identificaron los valores conservadores de la cultura alta. Otro aspecto de igual importancia es que los radicales afirmaron que la cultura no podía permanecer "por encima" de la política, punto que algunos defensores de la cultura alta han deplorado, en vista de la politización de la misma. Dicha politización permite hacer evidentes los valores políticos de la cultura alta (o de la popular), insta al análisis de los mismos y deriva en una crítica de la cultura como conservadora o radical.

Resulta sumamente difícil identificar con certeza los valores políticos de las culturas de preferencias, porque, como ya se mencionó, los productos relacionados con las diversas culturas resultan mucho más evidentes que los de la gente que los elige, y es muy riesgoso inferir los valores de ésta a partir de los productos. Por ejemplo, aunque los productos de la cultura baja son en general conservadores, las encuestas de opiniones entre grupos de la clase trabajadora y la gente pobre, que conforman el público de cultura baja, indican que muchos no son conservadores de ninguna manera, sobre todo cuando se trata de problemas económicos, y que más bien carecen de productos culturales para expresar sus valores.

Los valores políticos manifestados en las diversas culturas de preferencias varían desde la ultra derecha hasta la ultra izquierda, aunque los productos de los medios de comunicación masiva evitan caer en los extremos. La cultura alta puede abarcar ambos extremos con mayor frecuencia que las otras culturas, pero los valores de la ultra derecha sólo aparecen en los autores clásicos, ya que el predominio de las opiniones liberales entre el público de la cultura alta ha desacreditado a la facción derechista de esta cultura. Los productos de la cultura media alta son liberales, conservadores o centralistas, y el resto de los productos de la cultura de preferencias tiende al conservadurismo o al centralismo. En parte, su carácter conservador se debe a la ideología económica de los propietarios y dirigentes de los medios de comunicación masiva, aunque es mucho más importante para el hombre de negocios no antagonizar con el público conservador, que aunque no numeroso sí acostumbra protestar. Es muy común que pequeños grupos de presión conservadores hagan una protesta pública a fin de cambiar la política de los medios de comunicación masiva, por ejemplo la prohibición de un programa de televisión políticamente controvertido, aunque el éxito que obtengan no vaya más allá de las estaciones de radio (o periódicos) locales. Los medios masivos informativos y de diversión nacionales no están inmunes a la presión de los conservadores (o liberales), pero tienen más probabilidades de resistir ante las presiones, aunque puedan verse obligados a revisar posteriormente sus políticas y prácticas.

No puede negarse, sin embargo, que el conservadurismo de los medios masivos es más cultural que político, y gran parte de la censura o autocensura de los creadores de medios masivos está encaminada a extirpar las referencias consideradas como profanas, sexuales o sacrílegas que pudieran antagonizar con lo que ellos llaman "la provincia". Ésta es probablemente la principal causa de la obvia lentitud de la televisión en liberalizar su contenido sobre las normas sexuales y patrones de comportamiento.

Los actores negros y el contenido dirigido a este grupo empezaron a desaparecer en la programación de televisión sólo después que las revueltas de los barrios pobres presionaron a los ejecutivos de los medios de comunicación a prestar atención a los grupos en favor de los derechos civiles, que desde hacía tiempo exigían que dieran más empleos a los actores de color. Para los setentas, los programas de las horas con más público caracterizaron varias comedias sobre negros, por ejemplo "Sanford and Son" y "Good Times", elaboradas para atraer el interés tanto a televidentes blancos como negros. Aunque ambas series presentan situaciones humorísticas, en especial en torno al problema de clase, o sobre si sus personajes centrales se deben guiar por las normas de

respetabilidad de la clase media, también ponen en tela de juicio los estereotipos que los blancos tienen de los negros, e incluyen críticas mordaces o severas por parte de los negros acerca del comportamiento de los blancos frente a ellos, así como de las instituciones dominadas por estos últimos. De hecho, este patrón fue iniciado por Leroy, el joven vecino de Archie Bunker en la serie "All in the Family", quien es —no por mera casualidad— uno de los pocos personajes de este popular programa que se presenta siempre como ente inteligente y cuyas observaciones críticas respecto a los problemas raciales no van seguidas de una respuesta humorística. De igual forma, la televisión, como otros medios de comunicación masivos para la clase media, ha incorporado otros problemas de actualidad, como la ecología o la liberación femenina, en obras y comedias populares, aunque ello no obedezca tanto a los intereses del público como a las preocupaciones de los creadores de los medios masivos, que a nivel personal están interesados en estos temas o en busca de nuevas historias para la programación.

Las implicaciones políticas del contenido de la cultura alta y la popular son más difíciles de describir. Como se señaló anteriormente, los estudios sobre los efectos de la televisión indican que los medios de comunicación masiva sólo causan un impacto limitado sobre el comportamiento y las actitudes políticas, pero como los políticos aprovechan el contenido de los medios de información como indicador del sentir de sus votantes, es probable que los editorialistas de los diarios y la televisión tengan más impacto político que el justificado por el simple interés del lector. Es indudable que los medios informativos juegan un papel político importante al revelar y dar publicidad a la gente y a las actividades que divulgan, al tiempo que tienen la posibilidad de proporcionar **status** y legitimidad a las mismas. Aunque su impacto político real sobre el auditorio es mucho menor que el impacto percibido, este último es el centro de atención de los políticos.

Los periodistas tienden a ser más liberales que su auditorio, y si bien tratan de dar las noticias en forma objetiva e imparcial, los valores liberales afectan su selección de noticias y la forma en que las cubren. Los medios noticiosos nacionales tratan de "no salirse del centro" a fin de no enemistarse con la supuesta mayoría centralista del público, aunque con frecuencia tratan sobre actividades radicales, ya que éstas son de un valor noticioso dramático. Es por esto que los medios informativos no revelan el pluralismo social de los Estados Unidos, incluso se podría afirmar que observan al mundo desde una perspectiva de clase media y de una edad intermedia, dando así muy pocas posibilidades a los puntos de vista de los jóvenes, los negros y los pobres, e incluso a las clases media y trabajadora. Los medios informativos locales, por

su parte, tienden a ser más conservadores. Aunque la cultura alta y la media alta sostienen a varias “revistas de opinión general” a fin de manifestar diversos puntos de vista, las culturas bajas no están bien atendidas, y dado que la gente de escasos recursos no puede darse el lujo de tener sus propias revistas –e incluso ni comprarlas– sus opiniones y exigencias rara vez llegan a ser del dominio público.

Las críticas de los valores políticos implícitos en los medios de comunicación masiva provienen principalmente de la derecha y de la izquierda, en parte porque resienten el tono antagónico que se detecta hasta en los reportajes objetivos, y porque ambas facciones creen que si los medios masivos informaran sus actividades con más detalle, podrían ganar más público para sus respectivas posiciones. A semejanza del resto de los grupos políticos, piensan que los medios informativos existen para presentar y promover sus propios puntos de vista, pero dado que estos medios dan mayor cabida a los políticos que detentan el poder que a los que están fuera de él, así como a las principales organizaciones políticas en detrimento de las, más pequeñas, sus críticas merecen ser tomadas en cuenta.

La calidad apolítica de la mayoría de la programación de los medios de comunicación masiva que no sean los noticieros, podría sugerir que el tratamiento de la cultura popular en su aspecto político no es exacto, o por lo menos carece de importancia. Por el contrario, desde una perspectiva revolucionaria, como la de Marcuse, toda cultura de preferencias semejantes es política, porque incluso aunque evite la política, su falla como elemento activo para impulsar la causa revolucionaria la hace políticamente reaccionaria; en palabra de Eldridge Cleaver, en caso de no ser parte de la solución, sí lo es del problema. Además, incluso desde una perspectiva no revolucionaria, la cultura de preferencias es, en última instancia, política, puesto que representa un punto de vista de una sociedad que excluye a otros grupos o refuerza a algún conjunto de valores y actitudes. La mayoría de la gente, ya como miembros de una cultura determinada o como ciudadanos, presta muy poca atención a la política, razón por la cual las diversas culturas de preferencias presentan tan escaso contenido explícitamente político. Así, aunque sea correcto afirmar que la cultura es política, un argumento de esta naturaleza es de importancia política sólo para quienes consideran vital el aspecto político, en tanto que el resto de la población no se interesa –e incluso ni observa– los valores políticos implícitos en sus propias culturas de preferencias. Cuando dichos valores predominan en una sociedad, por lo general no son considerados como políticos, e incluso aunque los grupos fuera del poder desenmascaren reiteradamente

los valores mencionados, no lograrán cambios relevantes en el contenido. Por ejemplo, en tanto que la protesta negra –junto con el aumento de posibilidades económicas de algunos grupos de la población negra– ha originado la creación de películas con héroes y personajes negros desde fines de los sesentas, todavía no ha logrado cambiar el contenido de la mayor parte de esta película, que aún revela muchos de los mismos valores de las películas para blancos de género similar.

### **La estructura de preferencias semejantes**

Todas las culturas y públicos de preferencias semejantes coexisten dentro de lo que podría denominarse una estructura de preferencias semejantes, que establece y facilita las relaciones entre culturas y públicos. Dichas interrelaciones, que pueden ser tanto pacíficas como conflictivas, existen porque algunos públicos eligen de entre más de una cultura, y una cultura de preferencias semejantes puede ser útil para varios públicos. La razón más importante de la existencia de una estructura de preferencias semejantes, sin embargo, radica en la naturaleza de la sociedad como un todo y, en especial, en su jerarquía socioeconómica. Todos los públicos y culturas de preferencias semejantes participan de y se ven afectados por esta jerarquía, pues la estructura de preferencias es en sí jerárquica.

Aunque es posible que la gente restrinja sus opciones de contenido a una cultura o a dos “adyacentes”, es raro que todos elijan de entre el contenido de una cultura mucho más alta o baja. Esta “ambivalencia cultural” puede ser tanto ascendente como descendente; el primer caso es cuando miembros del público de la cultura alta escogen historias de detectives como lecturas ligeras, o ven juegos de fútbol los domingos tras haber visitado galerías de arte los sábados, o cuando los miembros de la cultura media asisten al burlesque. El segundo caso es cuando miembros de la cultura media baja o baja visitan una vez al año (o dos) un museo que expone arte básicamente de cultura alta. Esta posibilidad entraña algunas veces motivaciones de **status**, como cuando es posible elegir entre una “cultura alta” en “busca de **status**” o para impulsar la movilidad cultural para sus hijos; el descenso cultural casi siempre se justifica por la necesidad de catarsis o alivio de la rutina cultural, pero incluso en este caso, por lo menos entre el público de cultura alta, el cambio está limitado por el bajo **status** de las otras culturas y está reglamentado informalmente de manera que sólo un pequeño número de sus productos estén sujetos a dicha ambivalencia. De vez en cuando los públicos de cultura alta –y las publicaciones– tratan de sugerir cuáles de estos productos

están “de moda” y cuáles no, o como una vez dijo Nancy Mitford, cuáles son “U” y cuáles num. 29.\*

En vista que las consideraciones del **status** son importantes, los públicos de culturas altas adquieren por lo general la cultura popular sólo después de que ésta haya sido desechada por sus usuarios originales, por ejemplo durante los sesentas y setentas las películas de Humphrey Bogart y las comedias musicales de Hollywood de Busby Berkeley se hicieron populares entre los públicos de culturas más altas.

Como se señaló anteriormente, la gente con tendencia a la creatividad en una esfera de la cultura alta puede tener inclinaciones a ser usuario en otra, e incluso preferir aspectos de la cultura media que no correspondan a su área de especialización con tendencia creativa. Susan Sontag ha subrayado que

uno de los hechos que se deben pasar por alto es que el gusto tiende a desarrollarse en forma dispareja. Es muy raro que la misma persona que tenga buen gusto visual (**verbi gratia**, alguien de la cultura alta) lo tenga también respecto a otras personas e ideas.

En todos los públicos hay gente con tendencia a la creatividad y a ser usuario, y personas de la cultura media baja que pinten con un muy buen gusto artístico, pero –conforme a la teoría de Sontag– sin posibilidades en otros aspectos culturales.

Además de lo anterior, existe también la movilidad de elecciones; es normal que algunas personas tengan una movilidad tanto cultural como socialmente. Por lo general, este ascenso social se desarrolla durante la edad escolar, dentro de la cual la universidad representa la causa principal de las modificaciones hacia una cultura más alta. Ahora bien, esta posibilidad de cambio ascendente cesa cuando la gente se convierte en padre –o madre– de familia, ya que disminuye tanto la calidad como la cantidad de lecturas, así como las salidas al cine y al teatro. A su vez, los cambios descendentes pueden ocurrir más fácilmente durante la vejez, ya que los contenidos considerados gratificantes en la juventud se vuelven difíciles y desagradables.

Los contenidos también oscilan entre las diversas culturas. Así, un libro escrito para un público de clase alta se puede poner al alcance del de cultura media alta a través de un artículo escrito en el **Harper's**, después reducido y editado en el **Reader's Digest**, para finalmente ser mencionado en alguna publicación de cultura baja. Dado que las culturas toman contenidos unas de las otras, es

\* Nota del traductor. Juego de palabras intraducibles pero que corresponden en connotación a “estar in” o “out”.

frecuente que éstos sufran transformaciones con el fin de hacerlos inteligibles o aceptables por diferentes públicos. Es éste el aspecto que más resienten los críticos de la cultura masiva.

Hay ocasiones en que un actor o un producto cultural específico puede satisfacer a varios públicos a la vez y convertirse, por lo tanto, en un éxito extraordinario, como es el caso de la tira cómica de "Peanuts" (Charlie Brown), "Pogo", o actores como Charlie Chaplin y Marilyn Monroe. En términos generales, esta satisfacción multicultural es factible porque el contenido es tal que permite a cada público encontrar en él algo que satisfaga sus deseos. Así, las culturas bajas consideraban a Chaplin como un simple payaso o cómico gracioso, en tanto que para las culturas altas era un crítico satírico de la sociedad. De vez en cuando un producto es, a su vez, aceptado por todas las culturas porque se ajusta a los patrones estéticos compartidos por la mayoría, pero esto es más bien raro en vista del poco consenso sobre lo que puede ser bello o divertido.

Por último, en cierta medida es muy importante mencionar que los contenidos son compartidos porque los mismos medios se encargan de satisfacer distintas culturas. La televisión comercial, por ejemplo, debe atender a todos los grupos aunque en la práctica se destine principalmente a los públicos de cultura baja y media baja, ofreciendo contenidos culturales altos sólo cuando se trata de cumplir los requerimientos de servicios públicos de la Comisión Federal de Comunicaciones. Al respecto se podría decir que gran parte de los intentos y preocupaciones de los ejecutivos encargados de la programación televisiva parten de sus esfuerzos por encontrar contenidos aceptables para los públicos mayoritarios y sus diversos subgrupos divididos por edades. Cuando Hollywood filma películas de presupuestos muy altos, escoge contenidos que puedan llegar al mayor número posible de públicos, por ejemplo con personajes que puedan ser caracterizados por estrellas populares entre grupos de distintas edades.

Debido a que gran parte de los contenidos culturales es distribuida comercialmente, la estructura de preferencias depende en gran medida de las mismas reglas que rigen el resto de la economía. Los creadores que trabajan para el campo económico y las firmas que los contratan, venden sus productos a quienes puedan pagarlos e ignoran a quienes no tienen posibilidad de adquirirlos. Los vendedores tratan de asegurar sus mercados y limitar la competencia destructiva, en tanto que los clientes buscan ejercer un cierto control sobre los vendedores a través de sus decisiones de compra. Las relaciones entre los contenidos culturales también se pueden considerar desde un punto de vista político, según el cual los creadores –igual que los políticos– ofrecen distintas alternativas, y los públicos –como los electores– eligen

entre ellas. Por último, otra postura sería la de presentar quejas por la falta de posibilidades viables, como hacen los radicales. Las redes de cadenas de televisión compiten entre sí en forma semejante a los partidos políticos y a los grupos comerciales. Las “carreras” de los ejecutivos de dichas cadenas, como las de los políticos, dependen, asimismo, de su capacidad para adivinar lo que será o no aceptado por sus auditorios. Los medios de comunicación masiva tienen a su favor, sin embargo, el hecho de que las preferencias —como las decisiones del público en favor o en contra de un partido político— están relacionadas con el nivel socioeconómico, por lo que son relativamente estables. De hecho, se puede afirmar que son más estables que las preferencias “políticas”, y las estrellas populares del cine y la televisión permanecen “en el candelero” más tiempo que los políticos, como por ejemplo Ed Sullivan y Bob Hope, que sobrepasaron a muchos senadores en estados con un solo partido. La necesidad que tienen los medios de comunicación masiva de dirigirse a muchos públicos a la vez, los obliga a actuar como partidos políticos cuyos votantes se encuentran dispersos en varias clases y que incluyen además a grupos de oposición.

Los públicos mismos pueden ser concebidos como grupos de intereses semejantes, ya que compiten entre sí para tener la certeza que se cree el estilo que ellos quieren. Cuando los recursos son escasos, como sucede con los canales de televisión, o cuando los valores son contradictorios, como sucede con el apoyo de la cultura alta porque haya contenidos con mayor abstracción y las consiguientes hostilidades de la cultura baja al respecto, es muy posible que haya conflictos entre los públicos. Sin embargo, como éstos no existen en grupos organizados, ni tienen ante sí un terreno apropiado para enfrentarse, por lo general el conflicto es entre creadores y distribuidores. La creación de los medios de comunicación masiva consta de un proceso de grupo cuyos miembros con frecuencia se nombran a sí mismos representantes de los públicos de preferencias distintas en conflicto, y que compiten entre sí para determinar a cuál público se deberá dar prioridad en cuanto al contenido.

Periódicamente surge un ejemplo por demás interesante del conflicto cultural y la pugna por detentar el poder cultural acerca de la censura sobre pornografía. Por múltiples razones, algunas referentes a las características culturales de sus usuarios principales, al menos en el pasado, como la pornografía.—en especial la de tono más subido— había seguido los patrones de la cultura baja, y como su producción era muy reducida para la cultura alta o media, los usuarios de pornografía de estos grupos se veían obligados a sufrir las torturas estéticas de las presentaciones dirigidas a la cultura baja. Los oponentes más activos de la pornografía también

están en contra del uso del contenido erótico en las películas y novelas no pornográficas, por lo que la legislación al respecto condena con frecuencia tanto la pornografía de la cultura baja como los productos de las culturas media alta y alta con algún contenido erótico. En este punto, los defensores de los públicos de cultura alta y media alta se adhieren a las organizaciones en pro de las libertades civiles para proteger sus propias culturas y para que obras como el *Ulises* y *Studs Lonigan* y más recientemente *Carnal Knowledge* no se vean sujetas a la legislación antipornográfica. Hasta hace un tiempo, la Ley de la Suprema Corte, que establecía que los contenidos considerados con "un determinado valor social compensatorio" no deberían censurarse como pornográficos, protegía a las culturas alta y media alta de contenido erótico, pero en 1973 la Suprema Corte transfirió la censura a las comunidades locales. Así, en las áreas donde los conservadores sexuales son políticamente fuertes y los defensores de las culturas alta y media alta están en desventaja, las leyes antipornográficas se pueden utilizar para censurar a ambas culturas, tomando muchas veces al contenido erótico como excusa para eliminar un contenido que amenace a quienes detentan el poder político y cultural en terrenos que no sólo sean el sexual.

Al igual que en la esfera política, unos participantes tienen más poder que otros, y algunos están excluidos del todo, como los pobres, los viejos y los de escaso poder de compra. Por otra parte, los creadores tienen más poder que los consumidores ya que éstos sólo pueden vetar lo que ofrecen los primeros, aunque de hecho la protesta del auditorio pueda afectar el contenido de los medios de comunicación masiva. Además, a semejanza de todas las estructuras que implican beneficios y poder, la estructura de preferencias es así mismo jerárquica. Hoy en día el dominio económico se localiza en los medios de comunicación —y sus patrocinadores—, que giran en torno al público de cultura media baja en vista de que es el más numeroso y el de mayor poder adquisitivo. Este predominio está acompañado de un cierto grado de poder político, como se observa en la renuencia de la Comisión Federal de Comunicaciones a hacer más rígidos sus propios requerimientos sobre la programación de servicios públicos, tema de interés vital para los públicos de cultura media alta. Ésta tiene cierta influencia en las distribuciones del ingreso público para la cultura, porque los dirigentes cívicos que sostienen los complejos culturales locales (o de la televisión pública), como el Lincoln Center de Nueva York, son por lo general hombres de negocios pertenecientes al público de cultura media alta. Y para mayor disgusto de la cultura alta, tienden a dar preferencia a la cultura media alta, y dentro de ésta, al contenido conservador en vez del de vanguardia. Asimismo, los radicales rechazan la jerarquía pero son impotentes

para detener los préstamos y transformaciones de sus productos culturales.

### **Jerarquía de las preferencias**

La jerarquía de preferencias difiere en cierta medida de la jerarquía de clases más general de la que a su vez forma parte. En la clasificación de clases de los Estados Unidos, las clases alta y media alta tienen más poder que la media baja y baja de México y de América Central, aunque cuando los habitantes de estos países se interesan en un problema político, por lo general alcanzan su objetivo. En la jerarquía de preferencias, México y América Central detentan más poder, al menos indirecto, en los medios de comunicación masiva debido a que se deben dirigir al público de la cultura media baja. Los conflictos existen tanto en la jerarquía de preferencias como en la de clases, pero difieren en parte debido a que los intereses de las preferencias originan la organización de grupos de intereses políticamente activos con menos frecuencia que en el caso de los intereses de clase, y en parte porque los aspectos culturales nunca son tan importantes para la gente como los problemas de clase. Además, porque los auditorios no acostumbran ejercer presión política sobre asuntos culturales. Algunos televidentes se dirigen al canal si existe la amenaza de suspender su programa favorito, pero no les molesta el gran número de contenidos que se presentan día con día, excepto que afecten a los niños.

Un aspecto de vital importancia es que parece haber menos resentimiento por la desigualdad cultural que por la de otro tipo.

Por ejemplo, en tanto que el pobre quiere dinero y poder, que están a disposición de los grupos de ingresos mayores, los públicos de preferencias bajas aparentemente no se sienten desposeídos por su incapacidad para participar en culturas más altas. Es verdad que se interesan en recibir la misma educación, pero con la mira de tener más movilidad social que cultural, y cuando la gente obtiene más ingresos y **status**, suele permanecer dentro del público al que pertenecían con anterioridad. Puede adquirir casas, barcos, aparatos eléctricos y tomarse unas vacaciones, pero no puede adquirir el arte o la música que concuerda con un grupo de ingresos más altos. Más aún, la movilidad educativa en sí no siempre da origen al esfuerzo necesario para lograr la movilidad cultural, por ejemplo en cuanto a su comportamiento con su tiempo libre, muchos maestros universitarios pertenecen al público de preferencias de la clase media baja. La desigualdad cultural acentúa el conflicto entre los públicos de preferencias semejantes, con mayor fuerza que entre los grupos de intereses similares y por consiguiente entre los grupos religiosos.

En tanto que la jerarquía de preferencias difiere de la de clases, es, por otra parte, similar a la jerarquía de **status**, ya que en términos de prestigio la cultura alta está a la cabeza y la baja en el lado opuesto. Las decisiones en torno a las opciones culturales revelan con frecuencia determinadas consideraciones de **status**, y cuando una cultura de **status** inferior toma algún contenido de otra superior, esta última casi siempre desecha el contenido de su repertorio cultural. Como ya se mencionó, cuando las películas de Ingmar Bergman se popularizaron entre los cinéfilos de cultura media alta de los sesentas, perdieron importancia entre los entusiastas del cine de la cultura alta. Sin embargo, el prestigio cultural parece ser menos importante para una gran cantidad de gente que los demás tipos de prestigios, y la gente con posibilidades de ascender socialmente se mudará de inmediato a una zona que manifieste su nuevo **status**, pero puede no adoptar nunca la cultura de preferencias correspondiente a dicho **status**. Esto es particularmente válido para la gente de **status** medio o bajo y por lo menos revela, en parte, su falta de instrucción, lo que a su vez evita la movilidad cultural. Sin embargo, aunque las culturas de preferencias más altas implican más prestigio que las bajas, la gente en general no parece estar muy interesada ni ansiosa por tener un prestigio cultural.

El prestigio de la cultura alta se desprende de su unión histórica con la élite, su alianza ocasional con la High and Cafe Society en Estados Unidos, así como del **status** de su propio público y su exigencia de ser la cultura número uno, legitimada por los distintos creadores, críticos y eruditos que forman su público. Por lo tanto, aunque todos los públicos de distintas preferencias afirman que sus patrones son los mejores, la afirmación de la cultura alta al respecto goza de mayor credibilidad. Es también importante considerar que los patrones culturales altos son explícitos y en cierta medida están codificados; son los que se aplican constantemente en las publicaciones literarias; los que analizan eruditos y críticos, y los que se enseñan en las universidades de mayor prestigio. De hecho, se enseñan también en centros de estudios superiores menos prestigiados –en los que el departamento de inglés es casi siempre el único bastión de la cultura alta–, y por lo general son los únicos patrones estéticos que existen. Los de otras culturas rara vez se analizan y enseñan, por lo que se consideran implícitos, no codificados e inexistentes para cualquier objetivo práctico. Es por ello que la cultura alta tiene más influencia de la que se infiere por el tamaño y **status** de su público.

Esta influencia se percibe, asimismo, en los medios de comunicación, ya que gran parte de sus creadores está consciente de los patrones de la cultura alta incluso aunque no los apliquen. Los críticos de cine, teatro y televisión que publican en periódicos y

revistas masivas tienen incluso mayor conciencia de dichos patrones, aunque sus críticas casi siempre aplican los patrones de la cultura media superior, a pesar de que gran parte de su auditorio sea de la media baja. Sus críticas giran principalmente en torno al contenido de las culturas alta y media alta, sin tomar en cuenta los niveles de preferencia de sus lectores; así, por ejemplo, los críticos del *New York Daily News*, con un público lector básicamente de cultura baja, a veces escriben sobre obras y películas extranjeras que la mayoría de dicho público nunca verá. Por el contrario, casi no hay críticas escritas –excepto tras la primera presentación– de los programas más vistos por las mayorías. Por esto, los públicos de preferencias inferiores se convierten en sus propios críticos, ejerciendo esta actitud en conversaciones con otros miembros de la familia, amigos y compañeros de trabajo. Esta forma de crítica recibe el nombre de “comunicación informal” en los medios de comunicación masiva y tiene mayor influencia que la de las críticas publicadas para determinar cuáles novelas populares, películas y programas de televisión se convierten en “éxitos”. Por lo anterior, cuando los creadores exitosos de cultura popular reciben ataques de los críticos profesionales por su incapacidad para satisfacer los patrones de culturas altas, dichos creadores responden que la única crítica que les merece respeto es la del público, y que si éste compra su trabajo, los juicios de la crítica profesional carecen de importancia o se pueden considerar erróneos.

No obstante, el dominio público de los críticos de cultura alta (y media alta) favorece los patrones estéticos de ambas culturas, en especial entre la gente que aprecia la posibilidad de ser “aculturadas” o entre quienes tienen una movilidad ascendente. Esta actitud también se ve apoyada por consideraciones de **status**: la gente de cualquier cultura detesta admitir que prefiere un contenido popular entre gente de **status** más bajo que el propio; por lo tanto, hace distinciones entre lo que considera públicamente bueno y lo que escoge a nivel privado. Los defensores de la cultura alta interpretan la existencia de esta distinción como prueba de la universalidad de sus propios patrones y concluyen ya sea que la gente desea una cultura más alta que la que posee o bien prefiere elegir lo que piensa que está mal en vez de lo que dice que está bien. Ambas interpretaciones son inexactas y revelan la invisibilidad de los patrones estéticos del resto de las culturas de preferencias.

Esta invisibilidad contiene otras implicaciones: en primer término, encubre el hecho de que dichos patrones –como los de la cultura alta– abarcan tanto criterios de contenidos malos como buenos. Aunque algunos críticos de la cultura de masas afirman que sólo la cultura alta puede elegir entre contenidos buenos y malos, los públicos de las otras culturas emiten similares juicios

cualitativos. La gente que prefiere los **westerns** puede y de hecho hace la distinción entre **westerns** buenos y malos, de igual forma que los adictos al teatro distinguen entre obras buenas y malas. El juicio de estos últimos puede ser más complejo y estar más relacionado explícitamente a sus patrones, pero esto es sólo porque dichos patrones son explícitos, porque este público está acostumbrado a emitir juicios en relación a sus patrones estéticos y porque dichos juicios están avalados por los críticos profesionales. Los televidentes de **westerns** carecen de patrones explícitos, así como de la costumbre de aplicarlos, y no pueden acudir a las críticas escritas para probar y afinar sus propios puntos de vista.

La diferencia entre ambos públicos radica en la cantidad de entrenamiento estético, pero esto no justifica que se tengan diferencias en el terreno estético. Así, los públicos de la cultura baja pueden opinar que el arte de los calendarios y el mobiliario rebuscado son bellos, en tanto que los públicos de culturas más altas opinan lo mismo del expresionismo abstracto y de los muebles italianos de última moda; la diferencia entre ambos es su capacidad para traducir sus sentimientos en un vocabulario estético. Las amas de casa de la cultura alta pueden haber aprendido decoración de interiores en la escuela o pueden recurrir a decoradores profesionales, pero toda ama de casa de cualquier cultura que deba adquirir mobiliario busca convertir su hogar en un sitio bello que exprese sus propios patrones estéticos. En este proceso, elige formas, colores y las combinaciones entre distintos enseres igual que lo haría un decorador profesional. Los dos tipos de amas de casa difieren en el grado de entrenamiento sobre sus respectivos patrones estéticos, en la habilidad y recursos con que cuentan para llevar a cabo dichos patrones, en la fluidez verbal con que justifican sus gustos y, por supuesto, en el contenido de sus patrones correspondientes, en lo que consideran bello, pero coinciden en que ambas buscan la belleza.