XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2023.

Las masas por la transformación: cultura y arte de masas en Jesús Martín Barbero y bell hooks.

Iara Ceriale.

Cita:

Iara Ceriale (2023). *Las masas por la transformación: cultura y arte de masas en Jesús Martín Barbero y bell hooks. XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-025/60

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

XV Jornadas de la Carrera de Sociología
Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires
6 al 10 de noviembre de 2023

Iara Ceriale
Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires
Estudiante de la Carrera de Sociología
cerialeiara@gmail.com

Las masas por la transformación: cultura y arte de masas en Jesús Martín-Barbero y bell hooks

Resumen

En este trabajo nos proponemos estudiar la forma en que Jesús Martín-Barbero y bell hooks abordan y problematizan la cultura (popular y de masa) y el arte de masas en un contexto signado por el auge de los medios masivos de comunicación. Analizaremos las propuestas de los autores buscando rastrear el papel que la cultura y el arte, entendidos como fenómenos masivos, tienen en la construcción de un discurso contra-hegemónico que se contrapone y busca (re)construir aquel difundido por los medios de comunicación. En este sentido, reflexionaremos acerca del papel que los autores le otorgan, por un lado, al arte en tanto proceso formador de sujetos, mediación entre grupos sociales y canal para la transformación social; y, por el otro, a los medios masivos de comunicación entendidos como configuradores de la cultura de masa pero, también, como espacio para la disputa política. En suma, articularemos las propuestas de ambos autores buscando identificar regularidades y discontinuidades en los modos en que piensan sociológicamente las masas, la cultura y el arte, así como detectar los problemas sociales que subyacen y enmarcan sus conceptualizaciones.

1. Introducción

En un afán de problematizar el lugar que el arte ocupa en los procesos de transformación social, en este trabajo abordaremos las propuestas de bell hooks[1] y Jesús Martín-Barbero acerca del lugar que éste ocupa en un contexto signado por la cultura de masas y los medios masivos de comunicación. En este sentido, analizaremos las propuestas de los autores buscando rastrear el rol que la cultura, tanto popular como masiva, y el arte tienen en la construcción de un discurso contra-hegemónico que se contrapone y busca (re)construir aquel difundido por los medios de comunicación. Entonces, reflexionaremos acerca del papel que los autores le otorgan, por un lado, al arte en tanto proceso formador de sujetos, mediación entre grupos sociales y canal para la transformación social; y, por el otro, a los medios masivos de comunicación entendidos como configuradores de la cultura de masas pero, también, como espacio para la disputa política. En ambos procesos prestaremos especial atención al lugar que ocupan las masas en ellos. Con estos propósitos, analizaremos las propuestas de ambos autores y buscaremos identificar regularidades y discontinuidades en los modos en que piensan sociológicamente a las masas, la cultura, el arte y los medios de comunicación.

Con respecto a Martín-Barbero tomaremos *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (1987) y *Procesos de comunicación y matrices de cultura* (1988) dado que en ambas obras se aborda exhaustivamente la cultura de masa a partir de la reconstrucción de su génesis histórica y su imbricación con la cultura popular. En estos textos se buscará comprender los procesos de comunicación en clave cultural, con la incorporación del análisis de las mediaciones y los movimientos sociales. Martín-Barbero se interesa por comprender aquel modo de comunicación otro que es lo popular, por lo que hará un esfuerzo por investigar partiendo desde la experiencia y las prácticas de los sectores populares, corriéndose de una mirada intelectualista que, constituida a partir del gusto burgués, rechaza y tilda de alienante a la cultura de masa y sus contenidos difundidos en los medios masivos. Es así como encontrará los rastros de la cultura popular en lo masivo e identificará aquellos resabios de un imaginario diferente y oprimido como ruidos disruptivos en el pretendido silencio pacífico de la hegemonía. Si bien el arte no aparece explícitamente analizado por el autor, éste puede ser rastreado en su análisis de los medios de comunicación de masa y también vinculado a aquel susurro popular de resistencia.

1 Mantendremos aquí el nombre de la autora en minúscula, tal y como ella lo escribía, en pos de su interés por mantener el foco en sus trabajos y no en ella como su productora.

Por otra parte, de bell hooks, tomaremos *Art on my Mind. Visual Politics* [*Arte en mi mente. Política Visual*] (1995) y *Reel to Real: Race, Class and Sex at the Movies* [*Del carrete a lo real: Raza, clase y sexo en el cine*] (1996), ya que consideramos que son sus dos obras que más directamente refieren a la temática del arte y a su relación con la transformación social. Ambos textos se encuentran conformados por reflexiones teóricas y análisis de obras de arte –visual en el primero y cinematográfico en el segundo- que se enmarcan en una perspectiva crítica nutrida por aportes de los estudios culturales, el feminismo, los movimientos por la liberación de las personas negras y un análisis con perspectiva de clase. En este sentido, la autora se preocupa por la influencia que el arte tiene en el público que lo consume, particularmente, para aquellas personas discriminadas y oprimidas por las estructuras de dominación capitalistas, racistas y sexistas. Es por ello que su atención se centrará en el poder que tiene el arte para modificar y hacer cultura, otorgándole importancia tanto a los artistas, quienes desde puntos de vistas diversos producen obras que pueden o no ser progresistas, como a las audiencias de espectadores y consumidores de aquel arte, a quienes la autora llama a evaluar críticamente aquello que se presenta frente a sus ojos y a tomar acción en su contra en caso de que sea necesario.

2. El bullicio popular en el silencio de la cultura de masa

Martín-Barbero piensa al pueblo como activo en su opresión y busca desarrollar en los dos escritos aquí analizados su protagonismo en aquella cultura que lo pretende sumiso. En este sentido, el autor estudiará el pasaje de lo popular a lo masivo, del pueblo a la masa, de forma históricamente situada[2]. En este proceso, se correrá de aquel lugar teórico usual de pensar a los medios de comunicación de forma instrumental y como la cuna de reproducción de la ideología dominante, y pondrá a la cultura en el centro de su análisis pensando ya no en los medios, sino en las mediaciones. De esta manera, lo popular en Martín-Barbero no será ni aquello que despectivamente es considerado como cultura inferior, ni aquella fantasía folklorizada a la cual hay que volver para hacer frente a la cultura de masa. En cambio, lo popular aparece en su discurso como la presencia de una matriz cultural particular que se manifiesta de maneras diferentes, otras, en la cultura de masa a través de dispositivos específicos. Son tres las cosas que nos interesará rescatar de la propuesta del autor para pensar la transformación social en el marco de la cultura de masa: en primer lugar, el pasaje de un análisis de los medios a uno las mediaciones; en segundo lugar, qué es lo popular para el autor y qué relación tiene con lo masivo; y, por último, rastrear algunas

2 Sobre otras producciones acerca del lugar de lo popular y lo masivo en Martín-Barbero referirse a Cabezas y Gay (2021), Marroquín Parducci (2014, 2019) y Uribe Viveros (2011).

líneas trazadas por el autor sobre la relación de lo popular con los medios masivos de comunicación y ciertas manifestaciones artísticas.

En primer lugar y en el marco del interés por pensar a la cultura de masa y su relación con la cultura popular, Martín-Barbero complejizará aquella propuesta teórica que afirma que lo que tiene que ver con la cultura de masa refiere únicamente a los fenómenos relacionados con los medios de comunicación masiva, es decir, lo que ocurre en y por ellos (1988, p.43). Más bien, lo masivo es resultado de un proceso mayor y multidimensional que no puede entenderse sin pensar en pautas culturales, modos de comprensión, comportamientos y sensibilidades específicas y diferentes a todos los modelos culturales anteriores. Porque, en definitiva, la cultura de masa no es más que eso, un modelo cultural, y aquello que ocurre en los medios masivos de comunicación no tiene tanto que ver con su forma, su capacidad tecnológica y su poder de manipulación y de imposición, sino que remite, más bien, a "los *mediadores* (…) y a los diferentes *contextos de vida* –familiares, escolares, laborales, religiosos, generacionales- desde los que, o en contraste con los cuales, viven los grupos y los individuos esa cultura" (ibíd.). Entonces, resulta preciso estudiar históricamente los modos hegemónicos de existencia de la comunicación así como los dispositivos de lenguaje que los medios emplean, pensándolos como meras formas de un contexto económico y cultural particular que, de ninguna manera, agotan las posibilidades y modalidades de comunicación, de lenguaje y de uso (1988, p.82).

Así, se vuelve necesario el desplazamiento del estudio de los medios al de las mediaciones en tanto éstas constituyen "las diferentes matrices culturales, las diversas temporalidades sociales, la pluralidad de sujetos, de las instituciones y las organizaciones" (ibíd.) que enmarcan y contextualizan los procesos de comunicación. Se trata, entonces, de estudiar las transformaciones de lo masivo entendiendo a los medios de comunicación de manera situada: a través de las mediaciones que les dieron "materialidad institucional y espesor cultural" (1987, p.177). Resulta necesario el análisis del espacio cultural en tanto lugar de articulación del sentido de los procesos y prácticas económicas y políticas de una sociedad: se debe estudiar la historia de los medios masivos de comunicación en clave cultural, es decir, "desde los procesos culturales en cuanto articuladores de las prácticas de comunicación –hegemónicas y subalternas- con los movimientos sociales" (1987, p.178).

Ahora bien, más concretamente, de lo que se trata el proyecto teórico barberiano es de "reconocer lo que en la masa hay de popular" (1988, p.89): de pensar a la comunicación desde la experiencia de las clases subalternas, desde sus prácticas, sus modos de percepción y de sensibilidad, no condenando a lo masivo ni rescatando una fantasía de lo popular mesiánica y esencialista de redención, porque este mesías nunca llegará dado que,

en realidad, ya está aquí: lo masivo no es más que un modo otro de existencia de lo popular. Hablar de la cultura de masa pensada desde lo popular implica, entonces, aceptar no sólo que “el pueblo hace cultura” (1988, p.43), sino que lo popular se manifiesta en lo urbano masivo y, por ende, que la cultura de masa no es directa y necesariamente la contradicción o degradación de la cultura popular.

A partir de una experiencia personal en la cual desde un intelectualismo elitista Martín-Barbero (1988) juzga de alienante una película que, por el contrario, el público, perteneciente en su mayoría a las clases populares, celebra, este autor siente la necesidad de repensar desde qué lugar se hace teoría acerca de lo popular y de revisar la definición misma de este término y su relación con lo masivo (p.4-5). De esta forma, el autor pondrá en el centro del debate teórico acerca de la comunicación a “la experiencia, el modo en que la gente percibe, siente y vive los procesos de comunicación” (p.4). Para entender la cultura de masa, en esta anécdota ilustrada por la situación vivida en aquel particular cine, Martín-Barbero vertebrará su análisis desde aquella comunicación *otra* que es lo popular: subyaciendo a la película alienante que el autor vio, se encuentra la afirmación de un imaginario y una sensibilidad propias de lo popular y, por lo tanto, ajenas a los intelectuales como él mismo (p.5). En este marco y utilizando un análisis histórico anclado en las mediaciones culturales, Martín-Barbero propondrá que lo masivo tiene una doble relación con lo popular.

Si bien en este escrito no reconstruiremos detalladamente la génesis histórica de lo masivo, interesa relatarlo a rasgos generales para dar cuenta de su relación con lo popular y, en último término, del lugar que los medios masivos de comunicación ocupan en este vínculo. Según Martín-Barbero (1987), la cultura de masa se gesta en un proceso histórico en el cual se articula la memoria popular, que sobrevive como remanente y resistencia a los procesos de enculturación y unificación cultural que reprimen la diversidad de culturas populares, con un nuevo imaginario de masa, que es funcional a las lógicas emergentes del capital, en el marco de la constitución de los Estados modernos, del mercado y de las culturas nacionales a partir del siglo XVI. Este proceso de enculturación, cuyo fin fue la construcción de hegemonía (noble y luego burguesa), se dio de dos maneras: por un lado, a través de la represión, pero, por el otro, por medio de una producción cultural (de imágenes y relatos), dirigida específicamente a las clases populares, que funcionó a modo de mediación, a la vez que separación, entre las clases (nombrando al vulgo/pueblo en contraposición a la nobleza y, más tarde, lo culto y lo popular). Esta segunda arista de la enculturación cumplió el propósito de hacer accesible al pueblo los lenguajes en los que esa cultura que se imponía como hegemónica se articulaba: la clase dominante, para nombrarse y establecerse como tal, tuvo que nombrar consecuentemente a su subalterna y a su

cultura. De esta forma, esta producción de imágenes y relatos destinados al pueblo no sólo aseguró la complicidad y el consenso de éste para con la cultura hegemónica, sino que le dio también “la posibilidad de hacer comunicable su memoria y su experiencia” (p.110).

A partir el siglo XIX, con el pasaje de los dispositivos de sumisión a los de consenso surge, definitivamente, lo que conocemos como la cultura de masa, articulada a los procesos de disolución del sistema tradicional de diferencias sociales y a la constitución de las masas en clase. Este proceso significó un cambio en la función social de la cultura que se explica por la nueva visibilidad de las masas en la escena social a causa de la gran concentración de mano de obra industrial en las ciudades. Con el ingreso de las masas al espacio público, donde antes no tenían lugar, éste se desprivatiza, por una parte, democratizándose su acceso; pero, por otra, se desintegra al no ser utilizado para revolucionar las condiciones capitalistas de existencia de los sectores populares, dando lugar a la restauración de la hegemonía burguesa, cuyo nuevo hogar será la cultura, lugar donde se producirá la integración social que en el espacio público no se logró a través de los medios de comunicación. En este contexto, es que lo popular hoy en día no puede entenderse sino en relación al proceso histórico de configuración de lo masivo. Y, a su vez, esta asociación de lo masivo a lo popular se manifiesta en dos niveles analíticos: “las masas aún *contienen*, en el doble sentido de *controlar* pero también de *tener dentro*, al pueblo” (1987, p.10) [énfasis propio].

Por un lado, lo masivo existe en tanto negación de lo popular. Frente a un contexto de desprivatización y desintegración del ámbito público por la entrada de las masas a él, la integración se vuelve menester de la cultura de masa, nuevo “espacio estratégico de la hegemonía” (1987, p.135): será tarea de ésta encubrir y, por lo tanto, negar las diferencias entre las clases sociales y reconciliar sus gustos para lograr el consenso y la legitimidad necesarios para la construcción y el mantenimiento de la hegemonía burguesa. Entonces, aparece aquí claramente la cultura como paradigma de masificación y control, ocultando el conflicto entre clases al producir su resolución en el imaginario social y lograr, de esta manera, el consentimiento activo de los dominados a su dominación. En otras palabras, lo masivo “no es más que la tramposa imagen de sí mismas que las masas populares deben interiorizar para que cotidianamente sea legitimada la dominación que la burguesía ejerce” (1988, p.5): lo masivo niega lo popular disfrazando las diferencias sociales conflictivas (de clase, raza, etnia, etc.), las diversas identidades culturales, haciéndolas aparecer como una masa uniforme y homogénea, simbolizable únicamente en su carácter de totalidad.

Ahora bien, la negación no es la única relación existente entre estos dos conceptos: lo masivo existe también como mediación histórica de lo popular. Desde este segundo punto

de vista, la cultura de masa no es más que un nuevo modo de existencia de lo popular que surge con la formación de las masas urbanas (1987, p.171) y que es mediación "de sus aspiraciones y sus formas de lucha, de su visibilidad social, de una nueva socialidad que se expresa a través de transformaciones de las expectativas de vida y del gusto de las clases populares" (1988, p.5). De esta manera, la cultura de masa no es exterior a la cultura popular y, a su vez, excede a las meras exigencias del mercado, refiriendo a una matriz cultural específica que implica una sensibilidad y un comportamiento particular, a la vez que constituye un lugar de interpelación y reconocimiento de las clases populares (1987, p.12). Es decir, que cuando el autor habla de "masa" (1987, p.135) refiere a la experiencia que las clases populares tienen frente a sus nuevas condiciones de existencia con las contradicciones y las ambigüedades generadas entre su opresión y explotación, y sus demandas y aspiraciones de democratización social. Por lo tanto, "de masa será la cultura que llaman popular" (ibíd.). Entonces, y retomando aquella película que Martín-Barbero vio, "las clases populares invierten (…) su deseo y extraen placer de esa cultura que las niega como sujetos" (1988, p.5) porque la cultura de masa toma y moldea rasgos de la cultura popular –desde sus contenidos y expresiones, hasta sus expectativas y sistemas de valores- interpelando a los sectores populares. El establecimiento y legitimación de la cultura de masa fue posible únicamente en tanto ésta se construyó paulatinamente sobre la vieja cultura popular, activando y deformando algunas de sus características, e integrando las nuevas demandas de las masas al mercado (1987, p.135).

Lo popular, entonces, no existe como un objeto de estudio en concreto, sino, más bien, como un lugar desde el cual reinterpretar los procesos históricos a partir de la puesta en evidencia de la conflictividad social disfrazada de homogeneidad y orden por la hegemonía burguesa. Lo popular debe pensarse, por ende, como "memoria de otra economía, tanto política como simbólica, memoria de otra matriz cultural amordazada, negada (…) señas de identidad a través de las cuales se expresa, se hace visible un discurso de resistencia y de réplica al discurso burgués" (1988, p.50). Lo popular-urbano aparece como lugar de mestizajes y reapropiaciones: se trata de lo que pone el mercado pero también de lo que pone el pueblo, en definitiva, de lo que se crea a partir de su encuentro: "no sólo lo que viene del pueblo se contamina y deforma, también el pueblo deforma y resignifica (…) De todo ello resulta un lenguaje nuevo" (1987, p.116). Las prácticas cotidianas de las masas populares existen en el marco de una comunicación *otra* que pelea de forma desigual y, muchas veces ambigua, por emerger y ser legitimada en la lucha por la hegemonía. En este sentido, lo popular no se trata de mera pasividad frente a su propia negación por lo masivo, no se trata de pura recepción y consumo, sino que se trata, también, de producción, emisión activa y positiva de discurso propio en el que se

mantiene viva la memoria popular en una lengua y un imaginario *otros* (1988, p.53). Por lo tanto, pensar a la comunicación masiva desde el lugar de lo popular nos abre la visión a la heterogeneidad cultural negada por la cultura de masa, a la diversidad de formas de protesta y resistencia regionales y locales que participan desde su subalternidad en los medios de comunicación y en las relaciones mercantiles introduciendo prácticas y discursos diferentes a los hegemónicos. Aunque siempre de manera contradictoria y ambigua, reproduciendo a la vez que subvirtiendo, dado que lo masivo no sólo niega lo popular, sino que el segundo continúa existiendo gracias al primero, siendo efectivamente negado, pero también mediado por él, viviendo por y en él. De esta manera, en la cultura de masa

> Hay recuperación y deformación pero también hay réplica, complicidad pero también resistencia, hay dominación pero ésta no llega nunca a destruir la memoria de una identidad que se gesta precisamente en el conflicto que la dominación misma moviliza. Lo que necesitamos pensar entonces es *lo que hace la gente con la que hacen de ella*, la no simetría entre los códigos del emisor y el receptor horadando permanentemente la hegemonía y dibujando la figura de su *otro*. (1988, p.73) [énfasis propio]

Esta reconceptualización de cultura de masa y cultura popular lleva a Martín-Barbero (1988) a afirmar que lo popular apunta, en consecuencia, a dos cuestiones: por un lado, a la existencia de culturas populares heterogéneas conformadas por una diversidad de actores e identidades políticas, cuyos rasgos particulares aparecen deformados, pero también recuperados y resignificados en la cultura de masa; y, por el otro, el reconocimiento de diferentes modos de existencia de lo popular, lo masivo, en tanto mediación, siendo uno de ellos.

En este marco, los medios masivos de comunicación, figuras paradigmáticas de la cultura de masa, al funcionar como instituciones mediadoras del sistema social, tienden a negar cualquier tipo de comunicación otra, diferente a la hegemónica (1988, p.75). Es así como éstos fomentan la reproducción de un estilo de vida particular que promueve el consumo y la producción de una gramática que universaliza un modo de vivir (1987, p.156). Pero esta concepción de los medios es posible únicamente bajo la premisa de que las masas urbanas son sujetos activos: los dominados son cómplices de su dominación. De esta forma, los medios masivos de comunicación hegemónicos se montan sobre dicha complicidad y trabajan sobre las esperanzas de las masas populares volviéndolas en contra de ellas mismas. Pero decir que las masas no reciben pasivamente lo que los medios difunden, sino que tienen un carácter activo en esta relación asimétrica de poder, implica,

consecuentemente, una potencialidad de liberación en su capacidad de resistencia y de réplica a aquel régimen hegemónico de dominación que las oprime. Por ende, dentro del discurso mediático existe una lógica de producción de sentido y una gramática diferentes, *otras*, que exceden la complicidad, resistiendo a aquel discurso masificador, burlándose de y subvirtiendo las relaciones de poder (1988, p.47). De lo que se trata, entonces, es de identificar este "ruido" (ibíd.) y de repensar de qué manera lo popular se hace visible en lo masivo, interrumpiendo de forma momentánea en la hegemonía.

Por otra parte, los medios cumplieron un rol importante en la consolidación y el establecimiento de los modernos Estados-Nación en Latinoamérica, promoviendo la creación de una identidad nacional homogénea y universal. Pero este proceso no fue completamente verticalista y unilateral, sino que los medios de comunicación "construyeron su discurso en base a la continuidad del imaginario de masa con la memoria narrativa, escénica e iconográfica popular" (1987, p.177). De esta manera, este discurso mediático masivo apeló al imaginario popular, interpelando y haciéndose reconocible por las grandes mayorías de la población, siendo un lugar en donde las masas encontraron reasumidas sus prácticas materiales y simbólicas. Por ende, es a través de la apelación a los modos de ver, sentir y expresar el mundo propios de las clases populares que los medios ayudaron a construir una identidad nacional. Ahora bien, como vimos, el discurso de los medios también apareció como un lugar de réplica a la hegemonía burguesa dominante. En América Latina, esta resistencia, estos rasgos propios de la cultura popular, se plasmaron en diversos medios de diferentes maneras.

En esta región, fueron tres los medios que nacieron populares por su carácter de accesibilidad a públicos no letrados: el cine, la música y la radio (1987, p.189). Primeramente y en línea con lo planteado por hooks (1996) acerca del caso estadounidense, Martín-Barbero toma el ejemplo del cine mexicano (1987, p.180-181) que aparece como un lugar al cual el público va a aprender, logrando reconocerse y transformarse, viendo sus propias costumbres en las pantallas, a la vez que adoptando nuevos hábitos allí proyectados. Es en el cine que las masas se hacen visibles a nivel social y, en este proceso de reconocimiento y visibilización, es también donde se difundirá e interiorizará la identidad nacional: en la pantalla, una gran diversidad de personas logran reconocerse como semejantes y, por su carácter activo, en este reconocimiento es que el pueblo se transforma, se nacionaliza. Entonces, el cine aparece como mediador en la constitución de la nueva experiencia cultural popular-urbana; aparece como su nuevo lenguaje, devolviéndole a las masas de espectadores "una secuencia de imágenes que más que argumentos le entrega gestos, rostros, modos de hablar y caminar, paisajes, colores" (ibíd.). En suma, a través de la resemantización de las costumbres y sensibilidades de las

clases populares dentro del código hegemónico, el cine fue un medio de enseñanza para aquellas masas urbanas que pudieron finalmente verse y reconocerse en algo nuevo, diferente y nacional.

En Brasil, un proceso destacable fue la legitimación urbana de la música negra en el proyecto nacionalizador de los años ’30. Ésta resultará, para el autor, un gran ejemplo de las contradicciones y ambigüedades presentes en la emergencia urbana de la cultura popular, es decir, en la relación entre lo popular y lo masivo, al integrarse en ella el ímpetu homogeneizador constituyente de la nación y la impronta sentimental y expresiva propia de lo popular. En esta música se combinan las tradiciones populares negras con las exigencias del mercado de la radio, el disco y la vanguardia estética de la época: se fusiona en una cultura urbana “que procede por apropiaciones polimorfas y el establecimiento de un mercado musical donde lo popular en transformación convive con elementos de la música internacional y de la cotidianidad ciudadana” (Squeff y Wisnik, 2001 en Martín-Barbero, 1988, p.90). A partir de la integración de factores contradictorios es que la música negra recibe reconocimiento social y se vuelve popular-masiva en su carácter ambivalente de afirmación a la vez “del trabajo y el ocio, del sexo, lo religioso y lo político” (1987, p.189).

Posteriormente, el gesto musical popular que deviene masivo es relevante también en otras partes de la región como en Argentina con el rock nacional o en Perú con la cumbia o la “chicha”. En estos países, estos géneros musicales son producto de reelaboraciones y apropiaciones, de mestizajes y deformaciones de géneros más tradicionales como el tango o de instrumentos como la quena, y responden a movimientos sociales de constitución de nuevas identidades en la ciudad: migrantes andinos en Lima y jóvenes que buscan autonomía y libre expresión en Buenos Aires (1987, p.219). De la misma manera que la música, el barrio mexicano aparece como lugar de expresión estética y de creatividad popular que se manifiesta explícitamente en los *graffitis* que decoran las paredes. Lugar también de mestizajes y deformaciones, iconografía blasfema y obscena, en las pintadas convergen imágenes populares de rebelión y resistencia con eslóganes políticos de universitarios: “la denuncia política se abre a la poética y la poética popular se carga de densidad política” (ibíd.).

En tercer lugar, la radio es definida por el autor como el medio de comunicación más popular y más masivo gracias su capacidad de enlazar una racionalidad expresivo-simbólica propia de la cultura oral de los sectores populares rurales, con una racionalidad informativo-instrumental propia de la cultura urbana y de modernización de los años ’60. Esta mediación de lo popular en un medio masivo de comunicación será clave al momento de incorporar la idea y el sentimiento de nación en la vida cotidiana de las personas sin desarticular por

completo la pertenencia a regiones particulares. Cabe destacar en este punto, el lugar del radioteatro y de la radionovela en distintos países de Latinoamérica cuyo éxito se debió a la continuidad con ciertas tradiciones de la cultura popular en esta expresión de la cultura de masa (1987, p.183-184).

Ahora bien, pasando ya a aquellos medios de comunicación cuya génesis no fue popular, tenemos a la prensa y a la televisión. Si bien en su origen fue liberal, elitista y fuertemente unificado, un tipo particular de prensa logró romper con la matriz cultural dominante y fue un factor decisivo en el otorgamiento de ciudadanía a las masas urbanas. En la prensa amarilla y sensacionalista "se ponen en funcionamiento dispositivos de reconocimiento robados a la percepción popular y convertidos en mecanismo comercial que transforma la demanda popular en consumo masivo" (1988, p.75). Este sensacionalismo, que dramatiza los hechos políticos y las noticias e interpela a los sectores populares, es la huella de una matriz simbólica *otra*, el discurso popular sobre el cual se monta el dispositivo masivo de este tipo de periodismo tomando rasgos de la estética melodramática y de dispositivos de supervivencia y revancha propios de la cultura popular (1987, p.193).

Por último, la televisión aparece como el medio hegemónico durante los años del desarrollismo en Latinoamérica y la entrada del modelo televisivo transnacional, siendo primordial para los procesos de homogeneización y control de las masas necesarios para establecer y hacer deseable una imagen de sociedad compatible con el tan esperado progreso futuro. A través de una unificación de la demanda y la conformación de un público único e uniforme en pos de la expansión del mercado, este medio de comunicación de masa buscó reducir y absorber las diferencias, negando la conflictividad y la pluralidad propias de la escena social (1987, p.195-196). Es en la televisión donde prima la tendencia dominante, dejando poco espacio para la activación de la memoria y del imaginario popular que, incluso, son ridiculizados, caricaturizados y folklorizados al extremo. Sin embargo, este autor encuentra en las telenovelas brasileñas o venezolanas y en ciertos programas cómicos atisbos de irreverencia, de rebeldía popular en el seno de la imágenes hegemónicas difundidas por la televisión (1988, p.76).

3. Asumir la responsabilidad que implica el poder del arte

No son muchos los autores que han escrito sobre bell hooks y su mirada acerca del arte así que, en pos de contribuir a este terreno aún por descubrir[3], nos proponemos, en este apartado, explorar la noción de arte tal y como es concebida por esta autora, teniendo en cuenta sus dos libros ya mencionados. En este sentido, nos detendremos a pensar qué

3 Para más trabajos sobre el arte en bell hooks referirse a Fraga (2022), Valdivia (2008) y Winchester (2000).

lugar queda en el arte para la transformación social y, en este proceso, qué rol tienen tanto las audiencias consumidoras de aquel arte, como los medios masivos de comunicación en su difusión y promoción.

En sus escritos, hooks reflexiona acerca del arte como un espacio en el cual pueden de igual manera perpetuarse o subvertirse los esquemas de dominación vigentes de una sociedad dada en un momento particular, y es en este sentido, que la autora piensa a la producción artística como uno de los lugares en el cual la cultura puede ser transformada. Pero esta transformación no vendrá sola: será necesario un cambio en las maneras de ver el arte así como un cambio en el arte mismo para que esta revolución cultural por medio de la vía artística pueda darse. Utilizando *Art on my Mind* (1995), donde hooks presenta su posicionamiento en el campo de la política visual (p.XVI), rastrearemos aquello referente al arte como un espacio para el empoderamiento de ciertas identidades políticas y para la lucha por su liberación en contra de las estructuras de dominación vigentes.

Podemos pensar a la política visual como aquella faceta del arte visual que refiere a qué, cuánto, quiénes y cómo miramos aquello que es considerado arte, así también como quiénes pueden producirlo y escribir sobre éste e, incluso, qué es el arte visual (ibíd.). La política visual, entonces, se trata de regímenes de lo visual (p.XII) que reproducen y sostienen un orden de valores y relaciones sociales particular en el campo del arte. En un sistema donde priman el capitalismo, la supremacía blanca y el patriarcado, existen regímenes de lo visual que fuerzan y refuerzan modos de producir y consumir arte que priorizan a los hombres blancos con dinero, excluyendo a aquellas personas que no cumplen con los parámetros hegemónicos de este régimen. De esta forma, según la autora, hay batallas que aún están por darse en este espacio que deja poco lugar tanto para la producción como para el consumo del arte por parte de estas personas. Particularmente en este escrito, hooks se centra en el arte de personas negras en pos de aportar a esta batalla en contra de la definición del régimen visual actual. En función de este propósito y de manera más general, debemos crear “políticas de lo visual radicales y contrahegemónicas” (p.8): imaginar nuevas formas de pensar sobre el arte y abrir espacios para el diálogo acerca de éste para, así, comprometernos en un proceso de transformación cultural que, en última instancia, llevará a una revolución en la visión tal y como la conocemos hoy en día (p.XVI). En fin, resulta necesario repensar lo que entendemos por arte así como reconocer a aquellos artistas excluidos de este campo quienes son portadores de un conocimiento subyugado al cual no se le da importancia y del que raramente se habla, y que refiere a las actitudes y formas de pensar sobre el arte que tienen las personas negras de diferentes clases sociales (p.XIV).

Más precisamente, dicha revolución en la visión requiere, en primera instancia, de una decolonización de nuestras mentes y, en consecuencia, de nuestra imaginación (p.XIV) para, luego, poder ser capaces de mirar el mundo en general, y el arte en particular, de manera que no perpetúe las actuales asimetrías de poder. En consonancia con este planteo, entonces, el arte importa y puede generar diferencias en nuestras vidas en tanto éste tiene un poder transformador (p.XV): "la estética nutre el espíritu y provee formas de repensar y curar heridas psíquicas infringidas por la agresión de fuerzas imperialistas, racistas y sexistas de dominación" (p.5). Y la forma en la cual el arte nos permite repensar la realidad es, inicialmente, a través de nuestra identificación con él.

hooks se preocupa por la habilidad de las personas negras de apreciar el arte e identificarse con él, dado que, en general, en la sociedad estadounidense estas personas colectivamente tienen poca relación con el arte si es que la tienen en primer lugar. El cine y la televisión son dos de los grandes culpables de esta privación del consumo y la producción del arte a las personas negras, ya que estos medios "destruyen cualquier mínimo deseo que las personas negras pueden tener (…) de identificarse con el arte, de nutrir y sostener nuestro compromiso con él" (p.8). La identificación con el arte se relaciona, principalmente, con dos factores (p.4). Por un lado, se trata del reconocimiento de lo familiar en el arte, es decir, vemos en las obras algo que nos resulta conocido. Por el otro y contrariamente, la identificación con el arte tiene también un componente de desfamiliarización y es este segundo factor en el que la autora hará mayor énfasis en tanto se relaciona con aquel poder transformador del arte que mencionamos anteriormente. En este sentido, el arte como medio desfamiliarizador refiere a su capacidad de "tomar lo que vemos/conocemos y hacernos mirarlo de una nueva manera" (ibíd.): toma lo familiar y nos hace volver a ello de forma diferente.

Este segundo factor da cuenta del arte entendido como "catalizador para la transformación" (p.6) y es por esta cualidad transformadora que la autora resalta la necesidad de que las "masas de personas negras" (ibíd.) cambien su relación con el arte, ya que este poder no puede ponerse en ejercicio con el proceso de identificación unilateral actual que únicamente reconoce como arte aquello que le es familiar al consumidor. Pero esta relación no se modificará sola: el público consumidor de arte debe "mirarse a sí mismo" y decolonizar su mente (p.47) para poder realmente apreciar el arte que pretende consumir y entenderlo completamente en su capacidad transgresora. Por lo tanto, resulta fundamental una "revolución en la manera que miramos" (p.4) y en que pensamos la función del arte, y dicha revolución debe comenzar con "programas de educación crítica que estimularían la conciencia colectiva de que la creación y el compartir público del arte es esencial para cualquier práctica de libertad" (ibíd.). Este cambio en la forma de mirar, este proceso de

reconocimiento del poder transformador del arte, esta nueva conciencia que concibe al arte de forma diferente, entonces, debe gestarse y desarrollarse de manera consciente, colectiva y pública en las masas, en contra de las relaciones actuales de dominación que restringen el acceso al arte a ciertos grupos sociales. Este proceso colectivo, a su vez, resulta central para la decolonización de la mente de artistas y consumidores de arte: las masas deben someterse a un proceso de auto-observación y autocrítica para liberar la imaginación y lograr la afirmación de la propia subjetividad (p.3-4).

La autora articula este protagonismo del público y del cambio colectivo con un concepto innovador de belleza. Una belleza subversiva es aquella que surge “en momentos de revolución y transformación” (p.53) que generan en el público la “posibilidad de comunión y comunidad” (ibíd.) tanto con los demás como con la pieza artística misma. Este “llamado a la reunión” que suscita una obra de arte bella es un “momento político, un acto de resistencia” que deja ver el “poder de la conexión y la interacción humanas” (ibíd.). El arte contrahegemónico así pensado es aquel que llama al público a participar en él; aquel cuyo mensaje interpela a la audiencia de manera tal que en ella no queda más que la necesidad de auto-interrogación de la propia subjetividad individual. Este tipo de arte hace que “nos identifiquemos como sujetos en la historia por medio de nuestra interacción con la obra (…) nos devuelve a la experiencia, a la memoria” (p. 50). Este arte que muchas veces nos muestra situaciones de la vida cotidiana, nos substrae y desfamiliariza de la realidad para arrojarnos nuevamente en ella pero desde otro lugar, un lugar de mayor reflexión sobre el propio ser y el ser con otros: la belleza aquí reside en su capacidad de unión. Particularmente, la fotografía es un tipo de arte que une, ese es su poder. Quien toma fotos tiene el control sobre las imágenes, es decir, la capacidad de producir obras desde un punto de vista oposicional (p.58), desde un modo otro de ver el mundo, diferente a aquel impuesto por la cultura hegemónica. De esta forma, la fotografía permite construir identidades radicales al trascender los límites representacionales del “ojo colonizador” (p.64).

Existen distintas formas de resistencia a representaciones dañinas. La mirada es una de ellas: desviarla, darse vuelta, cerrar los ojos. Frente a imágenes con alta legitimidad y de alta difusión que no representan cómo las personas negras se ven, éstas son estrategias de supervivencia. Sin embargo, ninguna de estas posibilidades cambia algo: es necesaria una visón “fresca”, “provocativa”, “shockeante”, que cree imágenes contrahegemónicas que “resisten estereotipos y desafían la imaginación artística” (p.96) creando imágenes de resistencia que transformen el mundo social. Pero para que esta producción sea posible es esencial el lugar de la imaginación, de una imaginación crítica e inventiva, capaz de crear un nuevo terreno visual (ibíd.). En fin, una política visual contrahegemónica, progresista y decolonial es necesaria en tanto espacio de transgresión, donde hacer arte nos da la

posibilidad de intervenir sobre el mundo que conocemos y de revolucionar la realidad, forjando el camino hacia la liberación: “el arte constituye una de las raras locaciones donde pueden ocurrir actos de trascendencia y tener un impacto transformador de gran alcance” (p.8). Transformar las formas en que miramos implica re-imaginar aquello que conocemos e imaginar algo potencialmente nuevo, implica romper con las categorías de análisis dadas que responden a modelos de dominación racistas, sexistas y capitalistas, y aprender a ver con ojos renovados.

Sobre los medios de comunicación de masas, además de mencionar a la televisión y al cine como espacios que reproducen las modalidades de dominación, llevando a aquellas personas oprimidas y discriminadas a alejarse del arte, la autora resalta que los críticos progresistas deben realizar intervenciones críticas en ellos. Estos actores claves en el campo de la política visual, deben expresar sus opiniones en los medios masivos populares como las revistas y los diarios, para lograr que sus palabras alcancen a públicos más amplios que las élites académicas (pp.105-106).

Reel to Real (1996) se centra en un arte audiovisual particular: el cine. Este escrito es una recopilación de ensayos críticos que analizan diferentes películas, teniendo en cuenta las dimensiones de la raza, la clase y el sexo, y tratando de pensar qué nos dicen estas obras de arte acerca de nuestra realidad, a quién se lo dicen y cómo las miramos. A diferencia de lo afirmado en *Art on my Mind* (1995) donde el cine es pensado de forma puramente negativa como factor principal de la destrucción del deseo de las masas de espectadores negros de identificarse con el arte (p.8), en este escrito esa postura es complejizada y el cine es concebido como un medio de enseñanza, un lugar en el que se va a aprender y no solamente a entretenerse. Asimismo, en este segundo texto, la autora continúa desarrollando temas presentes en el primero que se vinculan a la política visual y al poder transformador del arte, pero éstos son tratados aquí a partir de nuevos conceptos y con diferentes matices que en el escrito anterior. De esta manera y refiriéndose específicamente al cine, hooks va a destacar el rol clave que, por un lado, tienen las audiencias en este proceso, y, por otro, que tienen aquellas personas que hacen películas, en otras palabras, el punto de vista desde el cual y con el cual creamos y consumimos arte.

Frente al imaginario de que las películas muestran lo real “tal y como es”, hooks afirma que éstas jamás son una copia, un mero reflejo fiel y neutral, de los sucesos de una realidad externa y pre-existente a ellas. Justamente lo que el cine no hace es mostrar lo que existe. En cambio, las películas se nutren de lo real pero lo transforman en otra cosa: nos muestran “una versión reimaginada, reinventada de lo real” (p.1) y nos permiten sumergirnos y habitar un universo diferente de aquel que nos es familiar (ibíd.). Y es en este universo de imágenes

que se pone en juego la cultura misma, su producción y su reproducción. Cómo concebimos el mundo y, por lo tanto, cómo vivimos, sentimos y actuamos está fuertemente influenciado por el contenido cinematográfico, por los mensajes y significados transmitidos en las películas; en fin, por el poder de las imágenes y los discursos del cine en los cuales reside su capacidad de darnos algo otro, algo diferente a lo que la vida es (p.11-12). Es así como las películas no sólo "nos ofrecen la oportunidad de reimaginar la cultura que más íntimamente conocemos en la pantalla, ellas hacen cultura" (ibíd.) al trabajar "en los bordes de nuestras mentes y alterar lo que ya existe" (Winterson, 1995 en hooks, 1996, p.2).

Ahora bien, este poder del cine de transformar la cultura frente a nuestros ojos, se encuentra en la capacidad que las películas tienen de crear una nueva conciencia en los espectadores (p.12) y esto es así porque el cine tiene un rol pedagógico en la vidas de muchas personas (p.3). Por más que no sea la intención de los artistas que se encuentran detrás de los *films*, las películas nos enseñan lecciones que, de alguna manera, transforman nuestras vidas. Este aprendizaje es posible, a su vez, porque el cine utiliza un lenguaje tanto verbal como visual accesible (p.87), haciendo a este contenido inteligible para las grandes masas de espectadores de diferentes niveles educativos. Asimismo, en una época de alta hibridación cultural pero en la cual muchas personas se encuentran atadas e inmovilizadas por sus situaciones sociales (particularmente por la clase social a la cual pertenecen), encontrando difícil alejarse de lo familiar y trascender los límites fijos de su situación, la cultura popular y, en particular, el cine, aparecen como lugares que dan al consumidor una sensación de movimiento, de aventurase hacia un mundo ajeno, el mundo del "otro" (p.2). La autora llama a esta experiencia cruce de fronteras y permite al espectador conocer la diferencia y lo diferente a la propia situación sin haber vivido su experiencia en primera persona (ibíd.).

Las películas no solamente proveen a los espectadores "una narrativa para los discursos específicos de la raza, el sexo y la clase, ellas proveen una experiencia compartida, un punto de partida común a partir del cual diversas audiencias pueden dialogar sobre estos temas cargados" (p.3). Ellas ofrecen a las audiencias un relato coherente en el marco del cual entender importantes problemáticas sociales, es decir, que informan a las audiencias sobre formas específicas de ver y entender el mundo y, de esta manera, también constituyen un fondo común a partir del cual iniciar o mantener una conversación, así como instan el debate entre los espectadores acerca de estas temáticas de alta relevancia social y política: las películas crean "discursos populares públicos" (ibíd.) sobre los contenidos mostrados en pantalla.

Ahora bien, el punto de vista desde el cual estos contenidos son tratados en el cine, es decir, concretamente qué le dicen a las audiencias acerca de la raza, el sexo y la clase, le dará forma al mensaje que, en último término, será recibido por éstas. ¿Nos muestran las películas mensajes progresistas que, sostenidos por narrativas contrahegemónicas, desafían a las estructuras de dominación del patriarcado capitalista y supremacista blanco? hooks sostiene que el arte popular (en el cual el cine se encuentra enmarcado) puede efectivamente ser subversivo y su carácter revolucionario residirá en cómo trate las temáticas de la raza, el sexo y la clase: si las imágenes perpetúan discursos de odio y dominación de las minorías raciales, sexuales y de clase, o si, en cambio, logran subvertir los esquemas conservadores que promueven la opresión y el sojuzgamiento de estas personas, para dar lugar a imágenes y discursos contrahegemónicos que promuevan la liberación de los sujetos del capitalismo racista y patriarcal. En otras palabras, el poder transformador del cine reside en la posibilidad de mostrar imágenes que rompan con el *status quo* y luchen, de esta forma, en pos de una sociedad más justa e igualitaria: que cambien la cultura desde dentro.

En este sentido, para hooks resultan de suma importancia dos actores claves en la creación de imágenes cinematográficas contrahegemónicas: los artistas y las audiencias. Dado que vivimos en un mundo vertebrado alrededor de diversas estructuras de dominación y opresión que generan un desbalance de poder entre grupos sociales, más veces que no, el contenido de las obras cinematográficas creadas por los artistas reproduce -de manera más o menos evidente y, quizás incluso, de forma inconsciente- estereotipos y estigmas que perpetúan el privilegio de ciertos grupos por sobre otros. Muchas veces, estas imágenes estereotípicas son intencionalmente incluidas en las películas ya que pertenecen al lugar de aquello que nos es familiar, lo cual genera un gran atractivo para las masas de espectadores. De esta manera, una parte de la propuesta de la autora se centra en el lugar de los artistas creadores de contenido cinematográfico y gira en torno a la importancia de “la perspectiva, el punto de vista, la política” (ibíd.) que articula el relato fílmico y subyace a las imágenes representadas en pantalla: es necesaria una descolonización del cine, así como de las mentes de los artistas, y un despojamiento de éste de imágenes y discursos que no cuestionen el estado actual de las relaciones sociales y las asimetrías de poder.

El producir películas es un acto eminentemente político que debe realizarse desde un punto de vista subversivo (Stuart Hall, 1993 en hooks, 1996, p.8) que evite los esencialismos, sin naturalizar ni deshistorizar las representaciones de las personas. De esta forma, quienes hacen películas deben comprometerse críticamente con los significados y mensajes que sus trabajos transmiten y no ignorar las consecuencias de sus obras en pos de una pretendida “pureza visual” (pp.10-11). Los artistas son responsables de crear

mensajes realmente progresistas y revolucionarios sin caer en representaciones estereotipadas. Se trata de reconocer el lugar desde el cual se crea el arte y cómo éste se produce y existe en una situación histórica y cultural particular, atravesada por relaciones sociales y de poder específicas que debemos conscientemente dejar de reproducir. También se trata de reconocer el potencial de enseñanza y de transformación cognitiva del arte, y de comenzar a crearlo teniendo presente este alcance político del mismo. Es así como los artistas tienen una cierta responsabilidad estética (p.7) de crear imágenes liberatorias que establezcan nuevos estándares de valor estético y de posibilidad visual por medio de un trabajo conscientemente contrahegemónico (p.48).

En segundo lugar, las audiencias de espectadores cinematográficos, como veremos, no son meras consumidoras pasivas del contenido proyectado en las pantallas, sino que tienen la potencialidad de contribuir a la revolución por imágenes. Por una parte, la autora plantea un "momento de sumisión" (p.4) de los espectadores a los contenidos proyectados en la pantalla, en el cual éstos se entregan a las imágenes y a aquello imaginado y realizado por los creadores audiovisuales (ibíd.). Parte de esta seducción de las imágenes a su público surge a partir de las estrategias de persuasión que las películas utilizan para dejar una visión particular grabada en nuestra psiquis: muchos de los mensajes "recibidos" por los espectadores no lo son de manera voluntaria y, aunque muchas veces las películas sean interpretadas y re-significadas, esto no cambia el mensaje original del *film* (p.3-4). Es en este momento en el que las películas "tratan de hacernos algo" (p.4) que la autora afirma que, en el cine, las imágenes "tienen poder sobre nosotros y nosotros no tenemos poder sobre ellas" (ibíd.).

Ahora bien, en lo concerniente a las audiencias no todo es consumo pasivo: éstas pueden elegir qué ver y pueden pensar críticamente acerca de lo que ven, haciéndolas capaces de influir en el contenido cinematográfico y, consecuentemente, en la lucha por un mundo diferente. En este sentido, surge la necesidad de mirar películas desde una perspectiva crítica que exceda el mero placer que el cine nos genera -el momento de sumisión-, dado que "cambiar cómo vemos las imágenes es claramente una manera de cambiar el mundo" (p.7). De esta forma, hooks propone, junto con el cambio que debe tener lugar en el espacio de la producción cinematográfica, un proceso de alteración de la manera en la que miramos las imágenes en el espacio de la recepción: la creación y difusión de nuevas estéticas de la mirada es un proceso político que involucra activamente a las audiencias, quienes deben decolonizar sus mentes y dejar de aceptar pasivamente las imágenes cinematográficas como políticamente neutras cuando, en realidad, fueron creadas desde una perspectiva que sostiene relaciones capitalistas, patriarcales y racistas particulares de un momento histórico y una situación social específica (pp.90-91).

Sin embargo y a pesar de que existe esta necesidad de cambiar la forma en que miramos películas para intentar cambiar el mundo desigual en el que vivimos, hoy en día las audiencias son, en su mayoría, cómplices de la reproducción del *status quo*, ya que no solamente siguen consumiendo películas que perpetúan estereotipos racistas, sexistas y clasistas, sino que también son incapaces de apreciar imágenes realmente progresistas y revolucionarias. Por supuesto que esta manera de actuar no es deliberada ya que todos nos encontramos socialmente condicionados de tal forma que nos incomodamos frente a imágenes disruptivas de las estructuras de dominación vigentes. Empero, si queremos acabar con esta realidad social injusta, como audiencias tenemos la responsabilidad de quitar nuestro apoyo a este sistema hegemónico que aceptamos como "normal" y que funciona únicamente porque, de alguna manera u otra, lo apoyamos con nuestras acciones y consumos (p.93).

En este sentido, la autora propone que para desarticular al patriarcado capitalista y supremacista blanco es necesario primero subvertir el cine: revolucionar el arte para luego transformar la realidad social. Y este proceso deben iniciarlo las audiencias quienes deben alzarse en contra de aquellas imágenes que se espera que consuman. Ellas tienen el poder de frenar la transmisión de las películas y las herramientas para hacerlo: la autora habla de los boicots, los piquetes y el negarse a pagar por ver imágenes que activamente perpetúan sistemas de dominación como las formas más baratas y efectivas de dejar saber al mundo que ciertos contenidos cinematográficos son indeseables (pp.93-95). Desde este movimiento teórico que llama a la movilización y a la protesta, hooks insta al público del cine a tomar un rol activo y a movilizarse a favor de una representación en la pantalla que no reproduzca y perpetúe una estética de la dominación: "demandar un cambio en lo que vemos en la pantalla -demandar imágenes progresistas- es una manera de transformar la cultura en la que vivimos" (p.95). Mientras las audiencias de espectadores no realicen esta demanda, no sólo seguirán presas de un imaginario que, en su mayoría, las oprime, sino que también serán incapaces de ver y reconocer aquellas imágenes verdaderamente progresistas y liberadoras que algunos creadores audiovisuales logran llevar a la pantalla del cine (ibíd.): necesitan ser espectadores críticos (p.11), espectadores resistentes (p.4) que desafían y subvierten las formas normales de ver y mirar (p.48).

Por último, cabe destacar el lugar en el cual hooks pone a los medios de comunicación de masas y el papel que cumplen en vínculo con el cine. En la propuesta de la autora, éstos aparecen teniendo una fuerte influencia en cómo posteriormente un *film* será interpretado. Es decir, que los medios de comunicación, por medio de la publicidad y el marketing, ofrecen una especie clave de lectura previamente incorporada con la cual los espectadores se acercarán a las películas. La cobertura de los medios de comunicación muchas veces

logra persuadir a las audiencias de que lo que verán en la pantalla es completamente opuesto o, por lo menos, medianamente contradictorio con el mensaje real que la película transmite y el punto de vista desde el cual ésta está narrada. En este sentido, la autora da el ejemplo de la película *Waiting to Exhale,* la cual es publicitada como la cumbre del feminismo y el empoderamiento femenino al retratar fielmente una representación de la vida de las mujeres negras cuando, en realidad, trata básicamente de cuatro mujeres negras heterosexuales constantemente tratando de obtener y mantener la atención de un hombre (p.67). A raíz de este ejemplo, la autora también resalta la falta de pensamiento crítico de los espectadores quienes no cuestionan ni la narrativa difundida por los medios de comunicación masiva ni la premisa de la película misma (ibíd.).

4. Reflexiones finales

Tras este recorrido teórico nos encontramos en condiciones de trazar algunos vínculos entre las propuestas de los autores. En primer lugar, mientras bell hooks se encargó de evaluar obras de arte en su carácter progresista o en su cualidad de reproductoras del orden un social desigual, y de reflexionar acerca del lugar tanto de las audiencias consumidoras de arte como de los artistas, haciendo énfasis en la necesidad de pensamiento crítico en contra de las estructuras de dominación; Martín-Barbero estudió en retrospectiva los cambios histórico-sociales que dieron lugar a la constitución de lo masivo y su relación con lo popular, y se preocupó por determinar el papel que los medios de comunicación tuvieron en ese proceso de gestación de una nueva cultura a partir de la formación de las masas populares urbanas.

Con respecto al lugar que el arte como herramienta de trasformación social tiene en sus propuestas, notamos que en hooks el peso de este medio es mayor, dado que esta autora, en su afán por contribuir a construir una política visual que ayude a la desarticulación de las relaciones de dominación y opresión existentes, destaca el poder transformador del arte, así como su capacidad de enseñanza y representación. A su parecer, el arte, tanto visual como audiovisual, es un espacio clave desde el cual el cambio cultural a gran escala es posible e, incluso, necesario. De lo que se trata, entonces, es de producir obras desde un punto de vista decolonial, feminista y anticapitalista que contribuyan a la creación de un discurso realmente progresista y contrahegemónico, pero también se trata de poder reconocerlas como tal, y para ello es imprescindible una revolución en la visión tanto en la producción como en los modos de consumo y apreciación del arte en general. Por su parte y a diferencia de hooks, en la propuesta de Martín-Barbero el arte no aparece en un lugar central vertebrando el análisis del autor, sino que, por lo que vimos, éste aparece en un segundo plano, mediando lo popular en el marco de la cultura de masa. De este modo, en

lugar de ser pensadas en clave estética, aquellas manifestaciones artísticas como la música, el cine, el radioteatro y los *graffitis* son pensadas más bien en su carácter de medios de comunicación de masa, a la par de la prensa, la radio y la televisión. ¿Y qué lugar queda para la transformación social en los medios de comunicación? Si bien la preocupación del autor no pasa por el análisis de la potencialidad de los medios como herramientas de transformación de las relaciones sociales, a Martín-Barbero sí le importa la presencia de la "voz popular" en ellos. Entonces y a pesar de que tiendan a negar modos de comunicación diferentes a los hegemónicos, los medios funcionan también como mediadores de gramáticas, sensibilidades e identidades *otras*, populares y contrahegemónicas, que resisten a la homogeneización de lo masivo. Para Martín-Barbero, los medios (y, por lo tanto, el arte) no son el mero escenario donde ocurren actos de manipulación y de reproducción de la ideología dominante, sino que son, a su vez, lugar de resistencia y de mestizaje, de deformación y de presencia de rasgos de una matriz cultural *otra*, diferente a la dominante.

En cuanto a cómo son concebidas las masas por ambos autores, encontramos que en hooks éstas son las audiencias de espectadores de cine o de consumidores de arte visual, en ambos casos pertenecientes a diversos sectores sociales. Mientras que en Martín-Barbero, éstas son, en principio, las masas urbanas de trabajadores industriales y, posteriormente, las clases populares. Ahora bien, aunque los autores no estén pensando estrictamente en los mismos sectores sociales al analizar a las masas, sí existe un punto en común entre sus conceptualizaciones: el carácter activo que les atribuyen. Para ambos, tanto la opresión como la dominación no son procesos unilaterales y únicamente verticalistas, en los que dominadores activos que concentran el poder oprimen a las masas de dominados pasivos, incapaces de hacer algo al respecto. Si bien es verdad que la dominación es interiorizada involuntariamente por los oprimidos, quienes, luego, la perpetúan, es en su reproducción que devienen en sus cómplices. Pensar a las masas como sujetos activos implica, entonces, no culparlas por la dominación que sufren, pero sí explicitar su complicidad con un orden social particular que no las beneficia y, a su vez, reconocer su capacidad de resistir, rebelarse y, potencialmente, revolucionarlo. Para Martín-Barbero se trata de detectar aquellas voces oprimidas que hablan en los medios desde un imaginario y una sensibilidad diferente, generando ruido en el discurso hegemónico, no dejándose someter y sojuzgar. Para hooks las masas deben educarse críticamente, rebelarse y exigir la producción de un arte progresista capaz de subvertir la cultura racista, sexista y patriarcal. Las formas de encararlo y tratarlo son distintas pero, para ambos autores, de lo que se trata es de no caer rendidos frente al gigante de la dominación y alzar la voz colectivamente en un acto eminentemente político en pos de la defensa y la posibilidad de existencia un modo *otro* de ver y habitar el mundo.

Referencias

Cabezas, M. C. y Gay, E. (2021) Lo popular en Jesús Martín-Barbero. Análisis desde la historia intelectual. *Improntas de la Historia y la Comunicación* (9), 1-30.

Fraga, E. (2022). El legado de Bell Hooks: estética oposicional y ética del amor. *Revista de la Carrera de Sociología. 12*(12), 661–687.

Hall, S. (1993). What Is This 'Black' in Black Popular Culture? *Social Justice, 20*(1/2), 104-114.

hooks, b. (1995). *Art on My Mind: Visual Politics*. The New Press.

hooks, b. (1996). *Reel to Real: Race, Sex, and Class at the Movies*. Taylor & Francis.

Marroquín Parducci, A. (2014) Jesús Martín Barbero. Los aportes a la agenda en comunicación/cultura. *Oficios Terrestres, 30*(30), 71-87.

Marroquín Parducci, A. (2019). Pensar lo popular desde un lugar otro. La propuesta de Jesús Martín-Barbero como aporte y debate para una teoría sobre los lugares plebeyos de la cultura. *Revista Encuentros Latinoamericanos, 3*(2), 52-71.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* Gustavo Gili.

Martín-Barbero, J. (1988). *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. Ediciones G. Gili.

Squeff, E. y Wisnik, J. M. (2001). *Música. O nacional e o popular na cultura brasileira*. Brasiliense.

Uribe Viveros, M. M. (2011). Masas y cultura visual: un mapa. *Katharsis*, (12), 115-128.

Valdivia, A. N. (2002). bell hooks: Ethics From the Margins. *Qualitative Inquiry, 8*(4), 429-447.

Winchester, J. (2000). Understanding Aesthetic Judgments Across Cultural Borders: bell hooks, Kant, and Cornel West and the Understanding of Aesthetic Judgments of Others. *The Southern Journal of Philosophy, 38*(3), 499-525.

Winterson, J. (1995). *Art Objects: Essays on Ecstasy and Effrontery.* Random house.