

LOS INICIOS DE LA CULTURA DE MASAS (Algunas observaciones no-androcéntricas)

Amparo Moreno Sardà

El propósito de esta intervención no es definir cómo se produjo este inicio de la cultura de masas —término que habría que matizar—, sino esbozar algunas observaciones que se derivan de la insatisfacción que me producen las explicaciones académicas habituales, y que se relacionan con el tratamiento que merecen los diversos aspectos de la vida social: con lo que se suele considerar como significativo y lo que se margina como insignificante¹.

Las imágenes del cartel y el tríptico de estas Jornadas resultan ilustrativas al respecto. Y no por el punto de vista que adoptó el fotógrafo, sino por el punto de vista de quien ha seleccionado unas imágenes —y no otras— como representativas de una época: por el punto de vista propio de quienes somos profesionales de —o profesamos en— el saber académico. Este punto de vista, que podemos definir como androcéntrico², nos habitúa a privilegiar una parte de lo que las fuentes

¹ Sobre las restricciones que el discurso académico impone a la comprensión de la cultura de masas, ver MORENO SARDÀ, Amparo, *En torno a la comprensión histórica de la cultura de masas. (I) El orden androcéntrico del saber académico*. ANÀLISI núm. 12, Departament de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona, (1990). En una línea similar, aunque refiriéndose concretamente al análisis marxista, es de sumo interés el trabajo de Guillermo SUNKEL, *Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masa y cultura política*, ILET, Santiago de Chile, 1985, especialmente sus planteamientos en torno a «lo representado, lo no representado y lo reprimido» y a «las matrices culturales y la representación de lo popular en los diarios populares de masas».

² Según mis indagaciones, las limitaciones que el discurso académico impone para la comprensión de la cultura de masas, se derivan de que el yo cognoscente del saber académico adopta una perspectiva que puede definirse como androcéntrica, término que no debe confundirse con *sexista*. «Andro-centrismo hace referencia a la adopción de un punto de vista central, que se afirma hegemónicamente relegando a las márgenes de lo no-significativo o insignificante, de lo negado, cuanto considera im-pertinente para valorar como superior la perspectiva obtenida; este punto de vista, que resulta así valorado positivamente, sería propio no ya del hombre en general, de todos y cualquier ser humano de sexo masculino, sino de aquellos hombres que se sitúan en el centro

historiográficas nos ofrecen, y a menospreciar y renunciar a otras, hasta ignorar aspectos fundamentales de la vida social; al mismo tiempo, nos conduce a atribuir un papel protagonista y rector a los personajes y actuaciones que privilegiamos, y a creer que los restantes seres humanos y las restantes actuaciones carecen de protagonismo y repercusión histórico-social.

Frente a esta visión, que conduce a prestar una atención preferente a esa prensa política o mal llamada de información general, propongo que orientemos nuestra mirada hacia otros espacios y tiempos de la vida social para que la contemplemos desde otros ángulos. En primer lugar, hacia los espacios domésticos de la inmensa cantidad de varones adultos de raza blanca que pueblan el cartel de estas Jornadas.

Ciertamente, sobre los muebles de sus domicilios encontraremos, junto a esos periódicos políticos que relatan los conflictos y las alianzas existentes entre ellos (*La Vanguardia, La Veu de Catalunya, La Publicitat...*), esa otra prensa femenina y familiar (*El Hogar y la Moda, La Mujer en su Casa, Mundo Femenino...*) que nos habla de las modificaciones que se están produciendo en estos espacios domésticos: de la progresiva nuclearización de las familias y del acceso de las mujeres a esos escenarios que los varones creían su feudo particular, tema éste de publicaciones políticas y feministas que aparecen en este periodo (*Mujer, Cultura Integral y Femenina, Ellas...*)³. Y encontramos también otras publicaciones que alimentan la sentimentalidad infantil (*En Patufet, La Mainada...*) o adulta de estos varones (*Mirador, El Be Negre...*), uno de cuyos exponentes más ilustres es la revista *D'Ací i d'Allà*, que estudia Joan Manel Tresserras⁴, cuyas manifestaciones de

hegemónico de la vida social, se autodefinen a sí mismos como superiores, y, para perpetuar su hegemonía, se imponen sobre otras y otros mujeres y hombres mediante la coerción y la persuasión/disuasión...». Una demostración académica de este planteamiento puede encontrarse en MORENO SARDÀ, A., *El Arquetipo Viril, protagonista de la historia. Ejercicios de lectura no-androcéntrica*, La Sal, Barcelona, 1988, y en *La otra «Política» de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del Arquetipo Viril*, Icaria, Barcelona, 1988. Para la elaboración de este texto me he basado en el modelo expuesto por Aristóteles en *La Política*, y en las consecuencias que podemos extraer para la comprensión de la génesis histórica de la cultura de masas. Ver también en SUNKEL, op. cit.

³ Estos y otros datos que expondré en este texto sobre la prensa femenina y familiar de este periodo, los he extraído del excelente trabajo de Danièle BUSSY-GENEVOIS sobre esta materia, concretamente de un resumen publicado en las Actas de las II Jornadas de Investigación Interdisciplinaria, sobre *La mujer en la historia de España, siglos XVI-XX*, editadas por el Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Madrid (1984), con el título *Problemas de aprehensión de la vida cotidiana de las mujeres españolas a través de la prensa femenina y familiar (1931-1936)*. Algunos de los planteamientos que hago aquí sobre el papel de estas publicaciones como fuente historiográfica para el conocimiento de la vida privada, se los debo a ella en buena parte.

⁴ Sobre este magazine, ver un resumen de la investigación que está realizando Joan Manuel Tresserras para su doctorado en ESPINET, F., GÓMEZ MOMPART, J. LL., MARIN, J. M., *Prensa, comunicació i cultura a Catalunya durant el primer terç del segle XX*, Facultat de Ciències de la Informació de la UAB, Bellaterra, gener 1989, que se ha distribuido en estas Jornadas. Ver también TRESSERRAS, J. M., *República i cultura de masses: la modernitat de les formes de vida*, AVUI, Suplement Comunicació, 1-II-1989.

«progreso, cosmopolitismo y modernización» aparecen también en las revistas leídas por las mujeres: higiene y colonias, moda, deporte, ocio, viajes y un progresivo interés por la alimentación más fácil y refinada son temas habituales en estas publicaciones con las que se identifican unos grupos sociales que, gracias a los negocios, disponen de ocio.

Pero no limitemos nuestro campo visual a las herederas y los herederos de estos hogares y, a través de la puerta de servicio, abramos nuestra visión hacia esas otras mujeres y hombres que un día abandonaron las tierras en las que nacieron y transitan ahora por estos domicilios como criadas y criados, doncellas y chóferes. Miremos, pues, hacia las desheredadas y los desheredados que constituyen esas muchedumbres que, según la «experiencia visual» de Ortega y Gasset⁵, antes «pasaban inadvertidas, ocupaban el fondo del escenario social», y que ahora «se han adelantado a las baterías» y se han convertido en «el personaje principal», esas «masas» que hacen exclamar al filósofo: «Ya no hay protagonistas, sólo hay coro», con una frase que expresa más el temor de quienes se consideran minorías selectas a perder sus privilegios, que la realidad social, como veremos⁶.

Ciertamente, desde la perspectiva de estas muchedumbres desheredadas que acuden a la ciudad, el espacio urbano aparece como un gran espacio distribuido, arquitectónica e institucionalmente, entre espacios patrimoniales privados y espacios del patrimonio público o escenarios de la re-presentación de este orden urbano: escenarios religiosos, donde se ritualizan el nacimiento y la muerte y también las alianzas matrimoniales mediante las que se negocian las relaciones patrimoniales; escenarios públicos laicos, desde los que se regulan las relaciones sociales según las reglas del juego político y mercantil. Escenarios sacralizados todos ellos y re-construidos simbólicamente en las diversas publicaciones, en el teatro, la literatura y el cine, para rememorar los gestos y las palabras apropiadas a cada espacio-tiempo, y que nadie debe transgredir so pena de convertirse en protagonistas de las páginas de sucesos.

Precisamente, los habitantes de esta ciudad se van a beneficiar ampliamente de esta avalancha de población desheredada a la búsqueda de medios de subsistencia: alquilando habitaciones o pisos, especulando con porciones de territorio que adquieren un valor superior al que tenían, vendiéndoles los alimentos y otros

⁵ ORTEGA Y GASSET, J., *La rebelión de las masas*, Espasa Calpe, Madrid, 1979 (2a), p. 67. La noción de «rebelión del coro» es utilizada también por SUNKEL, op. cit. nota 1.

⁶ «De la Primera Guerra mundial a 1930, las migraciones interiores alcanzan niveles hasta entonces desconocidos. A la oferta de trabajo en industrias estimuladas por la guerra sigue, durante la Dictadura, la política de obras públicas y el auge de la construcción. (...) Las grandes metrópolis son las más afectadas durante la Dictadura. (...) En Barcelona aparece una corriente nueva y duradera de inmigrantes meridionales (andaluces) que suplen la emigración de provincias próximas (Aragón y Levante)», MALERBE, P., *La Dictadura*, en TUÑÓN DE LARA, M. (dir.), *Historia de España*, vol. 9, Labor, Barcelona, 1988, p. 21-22. Según datos de Carme MASSANA en *Indústria, ciutat i propietat. Política econòmica i propietat urbana a l'àrea de Barcelona (1901-1939)*, Curial, Barcelona, 1985, y citados por ESPINET y otros, op.cit., entre 1900 y 1930, la población de Barcelona pasó de 553.000 a 106.000, mientras que la población de Catalunya pasó de 1.966.382 a 2.791.293.

medios de subsistencia, pagando salarios reducidos por los trabajos domésticos o en las fábricas... De modo que esta población urbana podrá consolidar y ampliar sus patrimonios, y acceder a escalones superiores de la jerarquía social⁷.

De ahí esa modernización de los domicilios privados, ese incipiente confort doméstico proporcionado por las instalaciones de agua, desagües y electricidad y otros bienes diversos pregonados por la publicidad comercial; pero, también, esas querellas y alianzas en los escenarios públicos de carácter político, que la prensa registra.

Porque esa «rebelión del coro» de la que hablaba Ortega —y que seguramente no se produjo de una vez por todas, sino en sucesivas fases—, con tan notable aumento de actores públicos, nos indica también que se ha incrementado el número de padres de familia (de propietarios de patrimonios interesados, en consecuencia, en los negocios de la patria), que se enfrentan y negocian con los patricios anteriormente asentados su participación en los privilegios del poder.

Pero atribuir la condición de padre de familia solamente a la voluntad de los machos es otorgarles una omnipotencia o una brutalidad desmesuradas, u otorgar a las mujeres una docilidad o una estupidez no menos excesivas. Por tanto, si tal papel depende también de que haya hembras que los inciten y re-conozcan como tales, habrá que admitir que al mismo tiempo aumenta el número de dueñas de sus hogares, o amas de casa, que velan por los matrimonios de sus hijos e hijas mientras escuchan los cursos de cocina o la radionovela de Ràdio Associació, el consultorio de «Radiofemina», de Ràdio Barcelona⁸, o alimentan sus sueños con algún cuplé. Todo esto en unos tiempos en que, además, las mujeres disputan a los hombres el monopolio que ejercen en la escena política y, al convertirse en esas ciudadanas a las que se dirige María Luz Morales desde las páginas de *El Hogar y la Moda*, duplican aquel «coro».

Todas estas aspiraciones y conflictos que las distintas publicaciones re-producen ponen de manifiesto una serie de transformaciones sociales que nos permiten suponer, con el *Feminari Dona i Cultura de Masses*⁹, que «acaso las transformaciones sociales afectan en primer lugar a lo privado y en consecuencia, son reconocidas y sancionadas posteriormente en el espacio público...».

Porque, al ampliar nuestro campo de visión, empezamos a vislumbrar, en esa relación entre la prensa política y la prensa para mujeres, un fenómeno que suele pasar inadvertido: la «modificación del umbral que delimita lo privado y lo

⁷ Entre 1860 y 1930 el término municipal de Barcelona aumentó su superficie en un 573%, mediante la anexión de municipios vecinos. Hacia 1923, había unos 100.000 realquilados y 30.000 barraquistas. Ver ESPINET y otros, *op.cit.*, p.6.

⁸ FRANQUET I CALVET, Rosa, 1986. *Història de la radiodifusió a Catalunya (Del naixement al franquisme)*, Edicions 62, Barcelona, p. 148-149.

⁹ FEMINARI DONA I CULTURA DE MASSES, *Prensa para mujeres o el discurso de lo privado: el caso del grupo HYMSA*, ponencia presentada al II Encuentro de Historia de la Prensa organizado por la Universidad del País Vasco, Leioia, marzo de 1988.

público», debido a la «progresiva publicitación de lo doméstico», y coincidiendo con el «acceso de las mujeres a los escenarios públicos»¹⁰.

Y esta progresiva publicitación de lo hasta entonces privado y hasta íntimo, de la que nos da cuenta ampliamente la publicidad comercial que cobrará nuevo impulso con la implantación de la radio¹¹, nos habla de la transformación de los hogares en centros de consumo, y de cómo esas ciudadanas y ciudadanos que disputan en la escena política se están convirtiendo, cada día un poco más, en consumidores, actores-espectadores de los escenarios mercantiles. En palabras de nuevo del *Feminari*, «la publicidad nos indica que se amplía la mirada pública a cada vez más espacios hogareños y, al mismo tiempo, que esos espacios se están modificando». Porque, junto a la democratización política, se está produciendo otra democratización, derivada de la divulgación del uso del dinero y de formas financieras que permiten adquirir más y más bienes costosos mediante pagos aplazados, tal como se proclama, por ejemplo, en los anuncios de lo que podemos llamar las nuevas tecnologías domésticas.

Finalmente, al hilo de esa publicidad de los electrodomésticos y para concluir esta rápida ex-cursión, conviene considerar otro de los aspectos de nuestra vida social de los que el discurso académico nos ofrece, también, una visión distorsionada.

Al atribuir una especie de naturalismo a los conflictos bélicos y un carácter benéfico a la expansión territorial (sea en forma de ecumenismo cristiano o de progreso universal), se encubren las repercusiones que los propósitos expansivos tienen en las relaciones sociales internas: imprescindible incremento de quienes participan en las actividades de dominio expansivo, incremento por tanto también de quienes participan en el reparto del botín; en consecuencia, incremento de los bienes patrimoniales y del número de patrimonios.

Es decir: si la ciudad ofrece posibilidades de mejorar sus condiciones de vida a las y los desheredados, lo que, a la vez, facilita que emigrantes ya asentados se acomoden y puedan pensar en consolidar e incluso ampliar sus patrimonios, si toda esta dinámica propicia, al fin, que los hijos legítimos e ilegítimos y hasta las hijas de los pequeños, medianos y grandes patricios, cifren sus aspiraciones en el cosmopolitismo o el internacionalismo proletario; si se produce todo este enriquecimiento de la ciudad, es porque quienes la ocupan están modificando también sus relaciones exteriores: sus relaciones con el propio territorio

¹⁰ FEMINARI DONA I CULTURA DE MASSES, op. cit.; este planteamiento coincide con el de Antoine PROST, en el Vol. V de la *Histoire de la vie privée* dirigida por Ph. ARIÈS y G. DUBY, que habla de la modificación de la frontera entre lo privado y lo público a lo largo del siglo XX, tema al que dedica especialmente la primera parte del volumen, titulada «Frontières et espaces du privé».

¹¹ Según informa ROSA FRANQUET (op.cit.), la radio, que en un primer momento fue financiada por el público, se convirtió pronto en un negocio suficientemente rentable gracias a las técnicas publicitarias que ya se habían desarrollado en Europa y Estados Unidos, hasta el punto que los ingresos por publicidad radiada en 1935 alcanzaron los 7.000.000 de pesetas. De ahí que se dedicara el V Congreso Internacional de Publicidad, que se celebró en Barcelona en 1935, a la radio-publicidad (ver pp.141-145).

nacional¹², sus relaciones en el marco territorial, que se encuentra bajo la jurisdicción del Estado español, sus relaciones con los restantes Estados, en una dinámica de relaciones internacionales en la que la hegemonía de los Estados europeos occidentales ha mostrado sus límites en la Gran Guerra, y el Centro Hegemónico se desplaza de la vieja Europa a los Estados Unidos de América¹³.

Esto quiere decir que esa «rebelión del coro» no elimina a los protagonistas: por el contrario, los incrementa. Lo que ocurre es que aquellos actores políticos de las naciones con Estado o sin Estado han de adecuar su libreto a las exigencias de esos escenarios en los que se construye ahora el incipiente orden transnacional, y compartir su protagonismo con actores financieros y mercantiles cada vez más numerosos y prepotentes.

Y así, al mismo tiempo que la aviación y las transmisiones radiofónicas dejan obsoletas las fronteras estatales —obsolescencia que puede tener alguna relación con la intensa conflictividad que se produce en la escena política—, esa misma tecnología comunicativa nos remite a unas relaciones financieras que empiezan a tejer una trama transnacional, en la que la construcción de este sistema neurálgico no es precisamente marginal. Como tampoco lo es el papel que desempeñó la Dictadura de Primo de Rivera al facilitar las alianzas entre el capital financiero indígena y las redes financieras que dominaban la implantación del teléfono o de la electricidad (el caso de la telefónica resultaba paradigmático), directamente

¹² Barcelona, que concentraba el 12,8% de la población de Catalunya en 1860, absorbía el 24% en 1900 y más del 36% en 1930. «Durant el primer terç d'aquest segle es produeix una acció (política) d'organització del territori a Catalunya que respon a l'afany (burgès) de disposar «d'una terra estructural». El territori hi és concebut com un espai productiu que cal fer transitable, que cal electricificar, que cal — a la fi — «civilitzar i modernitzar». Aquest és el projecte de la «Catalunya-Ciutat»: d'acord amb el somni noucentista, Barcelona arrossega el conjunt del país convertint-lo en un tot urbà, ciutatà. El cas de Barcelona-Catalunya mostra amb transparència com es desenvolupa, sobre la parcel·la de l'ecosistema de comunicació que engloba els factors caracteritzadors del medi físic i de la seva «comunicabilitat», la voluntat i l'acció de vertebrar una societat de masses» (Ver ESPINET y otros, op.cit., p. 6-7).

¹³ «Los capitales españoles formados a raíz de la neutralidad en la guerra europea se invirtieron, a partir de 1920, en numerosas sociedades anónimas y sociedades de responsabilidad limitada, más adecuadas a la mediana y pequeña empresa. (...) Las principales sociedades creadas son las de servicios públicos (agua y electricidad), de transportes (ferrocarriles y tranvías), de construcción y obras públicas, muchas veces en régimen de concesión por entidades oficiales, con respaldo de la banca y subvenciones públicas. El capital extranjero penetra la economía española por la creación de compañías filiales en España: Hutchinson (1924), General Motors (1925), Standard Electric (1926), Potasas Ibéricas (1929). En otras sociedades se suman capitales extranjeros y capital español: Sociedad Ibérica de Nitrógeno (1923), General Eléctrica Española (1929), sin hablar de la concesión del monopolio de teléfonos a la Internacional Telephon and Telegraph Co. (ITT) en 1924. El papel dominante de la gran banca española sobre amplios sectores de la economía y su colaboración con capitales extranjeros en la financiación de empresas son otros rasgos de la aproximación de España a las pautas de funcionamiento del capitalismo europeo (...), tendencia al aumento de cártels (...)», en MALERBE, P., op.cit., p.19.

interesadas en una electrodomesticación en la que la radio jugó un papel decisivo¹⁴.

De modo que este recorrido por los hogares domésticos hacia los escenarios públicos y hasta sus relaciones con el incipiente sistema transnacional nos conduce de nuevo a esos espacios privados, en los que, mientras se fuma tabaco americano, se escucha «La Palabra», o se rompe la monotonía al ritmo de la aguja girando con «La Voz de su Amo», se alimenta a las criaturas con productos Nestlé recién llegados de la neutral Suiza, inaugurándose, así, el banquete de la sociedad de consumo. Un festín en el que participamos hoy mujeres y hombres componentes de unas masas acomodadas, a las que sólo la miopía de un renovado etnocentrismo clasista nos impide considerarnos hoy como las nuevas mayorías minoritarias, beneficiarias del nuevo imperialismo transnacional.

¹⁴ Tal como explica Rosa FRANQUET, en la obra mencionada, detrás del impulso espectacular de la radio en los años 20 se encuentran las grandes compañías eléctricas, interesadas tanto en la instalación de estaciones emisoras como en la de receptores domésticos, por los grandes gastos de material eléctrico que requerían. Así, cuando se funda en 1924 la Asociación Nacional de Radio-difusión, «conflueixen els interessos internacionals representats per les filials espanyoles de les grans companyies internacionals, i pels petits comerciants autòctons. (...) D'aquesta manera, les grans corporacions americanes, que havien obtingut uns beneficis espectaculars amb el boom de la ràdio al seu país (...), obriran un nou camp comercial». (op.cit., p.20). La autora señala la importancia de Teléfonos Bell S.A., filial de la compañía norteamericana Western Electric, y suministra datos de interés, en distintas páginas del libro, que permiten ver el paso de la Dictadura de Primo de Rivera a la II República, Alcalá Zamora, en 1932, y el acuerdo con Ràdio Associació de Catalunya para transmitir conjuntamente desde Barcelona *L'hora setmanal* dedicada a los «Catalans absents de la Pàtria», programa que fue inaugurado por el presidente Macià en agosto de 1933 (op.cit., pp.123-124).