
Presentación

El concepto de «cultura de masas» («mass culture» o «mass cult») fue acuñado a mediados del siglo pasado en América por Dwight Mac Donald (A Theory of Mass Culture, 1955), aunque se suele coincidir en que su origen se puede fijar en las reflexiones de Tocqueville. El término, habitualmente despectivo, ha sido sinónimo de imaginario colectivo, o de industria cultural (para Adorno y Horkheimer; Dialéctica de la Ilustración, «kulturindustrie» sería un tremendo oxímoron, tan alejado de la Ilustración como cercano a la homologación). Pero también ha ido alternando con otras denominaciones, como «cultura mosaico» (A. Moles) o «cultura textualizada» (Lotman), y confundiénndose con cultura popular.

Si cultura de masas tiene connotaciones despectivas, ello se explica ante todo por la sorprendente conjunción de «cultura» con «masas», ese extraño agregado, nuevo sujeto colectivo en la Modernidad. Por decirlo con el fundador de Revista de Occidente, «la muchedumbre se ha hecho visible, se ha instalado en los lugares preferentes de la sociedad. Antes, si existía, pasaba inadvertida, ocupaba el fondo del escenario social, ahora se ha adelantado a

las candilejas, es ella el personaje principal». Se conoce la conclusión de Ortega: «Lo característico del momento es que el alma vulgar tiene el denuedo de afirmar el derecho a la vulgaridad y lo impone donde quiera» (sorprende la vigencia de este diagnóstico de lo que él llamaba «hiperdemocracia», u oclocracia).

Fuere como fuere, la cultura de masas nació como oposición (vertical) a la cultura alta o cultura de elites. Ahora bien, hoy en día, cuando es difícil distinguir entre cultura de masas y comunicación de masas —que es la que establece los regímenes de visibilidad social—, resulta complicado dibujar una nítida frontera entre alta cultura y cultura de masas. Ambas se mezclan, se contaminan.

Además, el consumo cultural (McLuban profetizaba antaño: «En la nueva era eléctrica de la producción programada las mismas mercancías adquieren cada vez más carácter de información») se difunde hoy de un modo que acaso tenga que ver antes con «epidemias de imitación» y contagios horizontales que con verticales pirámides de estratificación social.

En este número extraordinario, Revista de Occidente ha querido ocuparse, precisamente, de cultura y consumo de masas —más allá del estatuto y rango que merezcan—, dando cabida a distintas aproximaciones a este vastísimo campo por estudiosos que afrontan tan proteico y «actual» tema (de nuestro tiempo).

Jorge Lozano

(In memoriam de Antonio Lara, ex miembro del Consejo de Redacción de Revista de Occidente, que dedicó su vida al estudio de la cultura de masas.)