

06

Cultura popular:
de la épica al
simulacro

**Néstor García
Canclini**

Cultura popular: de la épica al simulacro

Néstor García Canclini

A la noción de **cultura popular** le ha ocurrido como a otras nociones de las ciencias sociales.

Comenzó apareciendo con minúscula y tuvo dificultades para que se la reconociera en el saber académico; luego se la exaltó e idealizó al punto de escribirla con mayúscula; finalmente, de tanto usarla, su significado se volvió errático y acabamos escribiéndola entre comillas.

En este texto quiero proponer algunas reflexiones sobre los desafíos y riesgos que presenta en la teoría y en las prácticas políticas esta inconsistencia en la noción de cultura popular. Me parece que las investigaciones recientes en América Latina contribuyen tanto a conocer mejor las culturas populares como a percibir las incertidumbres que provoca la utilización proliferante y acrítica de esa fórmula (de Carvalho, Martín Barbero, Ortiz, 1985). Coinciden, en este sentido, con la situación heteróclita de los estudios sobre cultura popular mostrada en el área angloparlante por panoramas como el ofrecido en el libro de Mukerji y Schudson.

En un trabajo anterior (García Canclini, 1990), después de recorrer los usos discordantes de lo popular efectuados en los discursos políticos, folklóricos y académicos, en la sociología, la antropología y los estudios comunicacionales, concluimos que no hay ninguna garantía de rigor si empleamos ese término en las investigaciones. Lo popular no corresponde a una esencia como aún se imagina en el fundamentalismo folklórico o en el populismo político, ni a un referente social estable sobre el cual puedan desenvolverse metodologías certeras. Más que un concepto científico es una noción teatral, variable según quién la pone en escena: lo popular tiene un sentido diferente si lo escenifican los antropólogos para exhibirlo en museos, los comunicólogos para los medios masivos, o los sociólogos políticos y los dirigentes para dar legitimidad a los partidos que hablan en su nombre. Con estas atribuciones diversas e interesadas de lo popular a grupos sociales tan heterogéneos, no puede armarse ninguna teoría. Lo único que cabe hacer es desconstruir las estrategias de quienes lo ponen en escena.

Este mismo carácter construido, no sustancial, de la cultura popular se ha vuelto evidente en la fragmentación de los comportamientos políticos. Todavía se escucha en manifestaciones políticas de ciudades latinoamericanas: «Si este no es el pueblo, ¿el pueblo dónde está?». Esa fórmula resultaba verosímil en los años setenta cuando las dictaduras militares suprimieron los partidos, sindicatos y movimientos estudiantiles. Cien o doscientas mil personas reunidas en la Plaza de Mayo de Buenos Aires, en la Alameda de Santiago de Chile o recorriendo las calles de São Paulo sentían que su vehemente irrupción representaba a los que habían perdido la posibilidad de expresarse a través de las instituciones políticas. La restitución de la democracia abrió tales espacios, pero en esos países —como en los demás— la crisis de los modelos liberales, populistas y socialistas, el agotamiento de las formas tradicionales de representación y la absorción de la esfera pública por los medios masivos volvieron dudosa aquella proclama. En las naciones donde el voto es voluntario más de la mitad de la población se abstiene en las elecciones; donde es obligatorio, las encuestas revelan que un 30 a 40 por ciento no sabe por quien votar una semana antes de los comicios. Si las manifestaciones en calles y plazas se empuerquecen y se dispersan en múltiples partidos, movimientos juveniles, indígenas, feministas, de derechos humanos y tantos otros, nos quedamos con la última parte de la cuestión: el pueblo ¿dónde está?

Con el término «popular» habría que hacer lo que le escuché proponer a Frederic Jameson, «por profilaxis filosófica», con las palabras *poder* y *cuervo*: dejar de usarlas durante unos diez años. No obstante, como en nombre de lo popular se siguen fundando museos, realizando programas de televisión, libros y simposios, quizá convenga aceptar que se trata de *un campo de disputa y negociación por el sentido social*. Por eso, me parece más fecundo que elaborar una teoría sobre la cultura popular examinar las maneras en que esta fisura retórica permite desempeñarse en los conflictos y las negociaciones.

Ilusiones fundamentalistas

Un primer uso que importa analizar es el de quienes ven en las culturas populares locales la reserva última de ciertas tradiciones que podrían jugar como esencias resistentes a la globalización. El reavivamiento de nacionalismos, regionalismos y etnicismos en esta última curva del siglo xx pretende reducir el trabajo **histórico** de la construcción y readaptación incesante de las identidades a la simple exaltación de tradiciones locales. El fundamentalismo belicista con que actúan muchos movimientos —desde la antigua Yugoslavia y la antigua URSS hasta Sendero Luminoso en Perú y otros grupos nacionalistas en América Latina— anula los espacios de transacción. Para tales sectores la identidad no es algo que se pueda negociar; sencillamente se la afirma y se la defiende.

Estos movimientos expresan, en parte, demandas identitarias sofocadas o mal asumidas durante la constitución de las naciones modernas. En varios casos, su dogmatismo y su violencia son proporcionales a la opresión que se impuso a vastos sectores sociales y a la torpeza con que la orientación neoliberal de la globalización desconoce las particularidades étnicas y regionales. Pero ningún anhelo reivindicatorio justifica idealizar las potencialidades políticas y económicas de las culturas locales sin tomar en cuenta las transformaciones experimentadas por sus matrices «originarias». Para quedarnos en América Latina, diré que tales maneras de «resolver» la cuestión de la identidad son irreales en países con una composición sociocultural muy heterogénea, que lleva siglos de interacción con los procesos de internacionalización moderna. Es poco creíble —y menos practicable— reducir los múltiples modos de ser populares que se presentan en cualquier sociedad, sea Argentina, Venezuela o México, a un paquete fijo de rasgos arcaicos, a un patrimonio monocorde y ahistórico.

Un nuevo desafío para la investigación consiste en entender cómo esas modalidades locales de distintas sociedades se influyen y combinan. Aun «los indígenas —observa Beatriz Sarlo— han aprendido velozmente que, si quieren ser escuchados en la ciudad, deben usar los mismos medios por los cuales ellos escuchan lo que sucede en la ciudad [...] protestan en la plaza pública pero llaman a la televisión para que su protesta sea vista».

La reconversión de los patrimonios simbólicos tradicionales en los mercados internacionales, donde los bienes se producen industrialmente y se difunden masivamente, quita consistencia y porvenir a la épica fundamentalista. Sin embargo, el esquema polar de oposición entre lo popular y lo que no lo es sigue organizando gran parte del pensamiento político y científico, no solo en las corrientes fundamentalistas de derecha sino en las de izquierda, no solo en los estudios folklóricos sino también en investigaciones sociológicas que se ocupan de procesos modernos. Así se comprueba en lo que queda de las concepciones marxistas y en otras teorías del conflicto social. El historicismo que suele nutrir estas corrientes supera la naturalización fundamentalista de los procesos sociales. Las nocio-

nes de clase y lucha de clases sirvieron para poner en evidencia que la identidad se va modificando en relación con los cambios históricos de las fuerzas productivas y de las relaciones conflictivas en la producción. En consecuencia, lo popular deja de ser definido por una serie de rasgos internos o un repertorio de contenidos preindustriales, como sucede en las doctrinas nacional-populistas y en la mayoría de los estudios folklóricos. La corriente gramsciana, que es la que mejor representa este historicismo, caracterizó lo popular no por su esencia sino por su **posición** frente a las clases hegemónicas.

Sin embargo, en la caudalosa bibliografía que adhirió a esta orientación durante los años setenta y ochenta en América Latina suelen reducirse las complejas relaciones entre la hegemonía y la subalternidad a un simple enfrentamiento polar. A partir de las vertientes más voluntaristas del pensamiento gramsciano se proclamó una autonomía y resistencia de las clases populares difícilmente comprobable. Muchas investigaciones se convirtieron en registro selectivo de los actos a través de los cuales los sectores populares daban continuidad a sus tradiciones en oposición a la ideología y la política hegemónicas. Ciertas tendencias del etnicismo antropológico y del socialismo cristiano, que exaltan la autonomía de las acciones y el pensamiento «de base» local, comparten este esquematismo.

De la épica al melodrama

Las derrotas de muchos movimientos populares en los últimos años colocan en el centro del debate una pregunta ignorada por quienes basan sus investigaciones y sus prácticas políticas en esta hipótesis de la autonomía popular, asociada al voluntarismo político. La pregunta es: ¿por qué las clases subalternas colaboran tan a menudo con quienes los oprimen, los votan en las elecciones, pactan con ellos en la vida cotidiana y en las confrontaciones políticas?

Comienzan a surgir respuestas a esta pregunta. Se advierte que la reducción de las interacciones entre clases a permanentes conflictos, y de la política a la guerra, no permitió detenerse en las complicidades y los usos recíprocos que existen entre hegemónicos y subalternos. La construcción de esta nueva mirada en la sociología, la antropología y los estudios comunicacionales se va logrando mediante una triple reconceptualización: del poder, de la acción de los grupos populares y de la estructura de las relaciones interculturales (Brunner, Lechner).

Desde los estudios antropológicos sobre instituciones gubernamentales que se ocupan de las culturas populares hasta los dedicados a las estrategias de las corporaciones comunicacionales se va demostrando que el poder de los agentes hegemónicos no es un simple

ejercicio vertical, de arriba hacia abajo. Ese poder se conquista y renueva mediante una diseminación de los centros, una multipolaridad de las iniciativas y la adaptación de las acciones y los mensajes a la variedad de destinatarios y de referencias culturales que ordenan en cada caso sus identidades.

En los estudios que efectuamos, por ejemplo, sobre el Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías en México y sobre empresarios privados que comercian estos productos, encontramos que el relativo consenso obtenido por ellos se debe a que sus acciones no solo explotan económicamente a los artesanos sino que también incluyen servicios: les prestan dinero, les enseñan a manejar créditos bancarios, les sugieren cambios de técnicas y estilo para mejorar las ventas, les ayudan a realizar una comercialización cuyas reglas los artesanos tienen dificultades para entender (Good Eshelman, Gouy-Gilbert).

Estas interacciones «solidarias» no reducen la importancia de la opresión que sufre la mayoría de los cuarenta millones de indígenas, y entre ellos de los once a catorce millones de artesanos existentes en América Latina. Pero cuando la dominación económica se mezcla con intercambios de servicios es comprensible que la conducta prioritaria de los artesanos no sea el enfrentamiento; actúan mostrando una compleja combinación de proletarios, subordinados, clientes y beneficiarios que tratan de aprovechar la competencia entre instituciones y agencias privadas. En la línea del interaccionismo simbólico, diremos que la negociación es un componente clave para el funcionamiento de las instituciones y de los campos socioculturales. Las identidades se constituyen no solo en el conflicto polar entre clases sino en contextos institucionales de acción —una fábrica, un hospital, una escuela—, cuyo funcionamiento es posible en la medida en que todos sus participantes, hegemónicos o subalternos, los conciben como un «orden negociado» (Strauss). Los conflictos entre diferentes y desiguales se procesan a través del orden, sujeto a revisiones o transacciones, que establecen las instituciones y las estructuras cotidianas más o menos institucionalizadas de interacción.

¿Cómo se ubican los grupos populares en relación con los conflictos y la negociación? Encontré algunas pistas para repensar este asunto al estudiar las políticas culturales efectuadas en la frontera de México con Estados Unidos (García Canclini y otros, 1989). Realizamos un estudio de la recepción del Programa Cultural de las Fronteras, creado por el gobierno de México en 1982 con el propósito de «afirmar la identidad mexicana» en la frontera norte ante la amenaza que veían en la creciente influencia estadounidense. Durante los primeros años de dicho Programa las acciones estuvieron orientadas por una definición de la identidad que podríamos llamar mesoamericana, establecida desde el centro de México y en función de rasgos tradicionales derivados del desarrollo indígena y colonial, que fue mucho más fuerte en el centro y en el sur del país que en las áridas tierras del norte de México. Los habitantes de Tijuana y de otras ciudades fronterizas, en gran parte bilingües, donde la interacción diaria con estadounidenses ha

creado una intensa hibridación, sostienen que ellos no son menos mexicanos que de otras regiones. Por el contrario, dicen que los sesenta millones de cruces de personas por año que ocurren solo entre Tijuana y San Diego les hacen vivir constantemente la diferencia y la desigualdad. Por eso, afirman tener una imagen menos idealizada de Estados Unidos que quienes reciben una influencia parecida en la capital mexicana a través de la televisión y los bienes importados. Argumentan que quienes se vinculan con la cultura estadounidense a distancia, mediante el consumo de imágenes y objetos desprendidos de las interacciones sociales, tienen una relación más abstracta y pasiva con la influencia «gringa». En cambio, quienes negocian todos los días, económica y culturalmente, están obligados a discernir entre lo propio y lo ajeno, entre lo que admiran y rechazan de Estados Unidos. Efectivamente, llama la atención cómo los migrantes populares se organizan en la frontera, tanto del lado mexicano como estadounidense, de acuerdo con el grupo étnico y la zona de la cual proceden (Oaxaca, Michoacán, Guerrero). Pero —a la vez que afirman en espacios y rituales específicos su identidad originaria— reformulan su patrimonio cultural adquiriendo saberes y costumbres que les permiten reubicarse en nuevas relaciones laborales, socioculturales y políticas. Siguen siendo indudablemente mexicanos (y el racismo estadounidense se los recuerda a cada momento), pero su identidad es políglota, cosmopolita, con una flexible capacidad para las informaciones nuevas y entender hábitos distintos en relación con sus matrices simbólicas antiguas.

En la frontera de México y Estados Unidos, como en muchas otras, lo popular deja de ser estrictamente nacional-popular, como lo concibieron Gramsci y casi todos los movimientos sociales. Los intensos vínculos con la cultura transnacional a través de las migraciones y el acceso diario a los medios masivos reubican las tradiciones populares nacionales en procesos de interacción que han sugerido a Renato Ortiz hablar de «lo internacional-popular»: las culturas locales o nacionales se piensan cada vez menos por oposición a lo extranjero y se reconfiguran hibridando sus elementos originarios con los de otras sociedades (Ortiz, 1994). Las fiestas locales se llenan de turistas, las artes y artesanías se venden en centros urbanos del mismo país y de otros, y todo se reubica en sistemas transnacionales de entretenimiento diversificados, que se ordenan —en todos los países— más por estratos de edad y género, según las estrategias de la radio, la televisión y los videos, que por los rasgos diferenciales de cada nación.

¿Qué puede entenderse, en esta perspectiva, por «lo popular»? No es un concepto científico, con una serie de rasgos distintivos susceptibles de definirse unívocamente. Por lo mismo, no se agota en una visión épica de la propia historia de los grupos que la sustentan, en la que «lo popular» se opusiera compacta y enérgicamente a lo que no lo es. **Popular** designa la posición de ciertos actores en el drama de las luchas y las transacciones. Por eso, algunos hemos sugerido pasar de una caracterización épica a otra teatral o melodramática de lo popular.

Convendría reformar la pregunta original de este planteamiento —¿por qué los sectores populares colaboran con quienes los oprimen?— junto con otra: ¿por qué ningún género ha recibido tanta adhesión entre los sectores populares como el melodrama, desde el tango y el cine mexicano a la crónica roja y la telenovela? Jesús Martín Barbero encuentra en sus estudios sobre telenovelas, que lo que se pone en juego en esos relatos es «el drama de reconocimiento»: del hijo por el padre o la madre, de la mujer por el esposo, el amante o las vecinas. El des-conocimiento del contrato social, de las grandes estructuras sociopolíticas, refiere en el melodrama al peso que asumen otras formas de sociabilidad primordial, como el parentesco, las solidaridades vecinales, territoriales y de amistad. Se pregunta Martín Barbero: «¿En qué medida el éxito del melodrama en estos países enlaza con el fracaso de unas instituciones sociales y políticas que se han desarrollado desconociendo el peso de esa otra socialidad, e incapaces de asumir su densidad cultural?» (Martín Barbero-Muñoz, 1992).

Del melodrama al videojuego: la pospolítica

Uno de los hechos centrales de los años ochenta y noventa ha sido el desvanecimiento de los espacios políticos de negociación. Así como el análisis microsociológico de la **antropología** nos sirve para descubrir el papel clave de las transacciones y los pactos en los conflictos, el estudio **comunicacional** de cómo se están reorganizando las interacciones sociales por la videopolítica lleva a percibir las tendencias que ahogan la negociación.

Se ha dicho muchas veces que las decisiones macroestructurales de los economistas tienen un semblante abstracto, difícil de aprehender desde las categorías de la cultura popular. Este alejamiento de las grandes políticas respecto de los comportamientos cotidianos se agrava en la medida en que las industrias comunicacionales sustituyen las interacciones directas por la mediatización electrónica. En las primeras épocas del populismo latinoamericano, en los años treinta a cincuenta, o sea coincidentemente con la expansión de los primeros medios masivos (la prensa y la radio), la participación popular, a la vez promovida y mediatizada por estos agentes comunicativos, se combinaba con la organización sindical y política. Los espacios públicos, como el Parlamento, y las acciones de base, que podían llegar a mítines y manifestaciones callejeras, huelgas y enfrentamientos físicos entre los actores de la sociedad civil y los poderes gubernamentales, daban a las negociaciones espacios y formas de interacción «concreta».

Ahora la conflictualidad social y la gestión de sus transacciones se desplazaron a lugares herméticos, a fuerzas con las que los ciudadanos no pueden confrontarse. ¿Dónde y quiénes pueden tomar decisiones cuando una campaña electoral cuesta millones de dólares y la imagen de los candidatos no se basa en programas doctrinarios sino en adaptaciones oportunistas sugeridas por los estudios de marketing político? Hasta las acciones de estilización del producto (la cirugía estética del candidato, los cambios de vestimenta y lo que cobran los comunicólogos que los aconsejan) son divulgadas por la prensa y la televisión como parte del distante espectáculo preelectoral. Esta disolución de la esfera pública como ámbito de participación popular se agrava por la tecnoburocratización de las decisiones en los gobiernos neoliberales. Los conflictos se negocian entre los políticos (que cada vez son más técnicos que políticos) y los empresarios; los sindicatos y los movimientos sociales se enteran por los diarios y la televisión. ¿Qué queda de los sectores populares como agentes sociales que pretenden actuar desde una cultura específica?

En este juego de simulacros, una característica común a muchos líderes que compitieron por la presidencia de sus países en las últimas elecciones latinoamericanas, es que no quieren parecer políticos. Fujimori, que no sabe karate, se hacía fotografiar en la campaña con un kimono blanco y en el acto de partir un ladrillo por la mitad con la mano derecha: parecía un ángel enojado, observaba Beatriz Sarlo, un profeta, un karateca, que explotaba su fisonomía japonesa, cualquier cosa menos un político peruano. Carlos Menem y Fernando Collor fueron filmados practicando deportes, bailando o dialogando sobre temas frívolos con gente común. El contacto con la cultura popular se busca mediante la construcción de iconos mediáticos, no mediante intercambios de información o el análisis de los problemas populares. Nada de discursos «intelectuales», ni de confrontaciones directas, imprevistas, con la conflictualidad social. En esta etapa pospolítica, en la que se hace como si no hubiera lucha, parece que tampoco se necesitara negociar; solo se fotografía. Se filma, se televisa y se consumen esas imágenes (Sarlo).

La manifestación más elocuente de esta tendencia que sustituye los conflictos por espectáculos se presentó cuando uno de los enfrentamientos más dramáticos de los últimos años —la guerra del Golfo Pérsico— se convirtió en un *videogame*. No conocimos cuerpos en luchas directas; solo «la representación en abismo», donde la pantalla de un monitor era transmitida por la pantalla de otro monitor. Tampoco había debate —por lo tanto no podía existir negociación—, sino el alineamiento estático, casi nunca razonado, de un lado u otro lado del conflicto. En este videojuego, en que los signos son reemplazados por el simulacro, desaparece cualquier «pregunta sobre la verdad (defínase esta como efecto de discurso o de otro modo); todas las preguntas tienen que ver con la eficacia, la destreza, la velocidad y la distancia» (Sarlo). Y estas modalidades de la acción, agrego por mi parte, que tienen una larga historia de atracción para los sectores populares, desde el circo hasta el heroísmo en las películas policiales y de aventuras, resurge en las abstractas maravillas de la cibernética.

Cuando casi se pierde la distinción entre lo real y lo simbólico, y la pregunta por la legitimidad de las representaciones, cuando casi todo es simulacro, no queda lugar para la confrontación razonada de posiciones, ni para el cambio, ni por supuesto para la negociación. No hay pregunta por la identidad, no se toman en cuenta las culturas populares o regionales porque no existe un discurso en relación con algo que se postule como realidad propia: apenas la sucesión desordenada de imágenes del videojuego, sin referencias externas a la pseudonarración visual. La videopolítica solo recurre ocasionalmente, por ejemplo en procesos preelectorales, a restos fragmentarios del folclor para construir simulacros fugaces de identificación afectiva con las masas. Es cada vez más difícil que estos fragmentos dispersos, excepcionales, se sumen en una memoria, que fue en otro tiempo lo que podía dar continuidad y cohesión a la cultura popular entre los vaivenes de la modernidad (Rowe-Schelling).

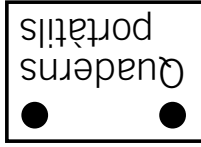
Pero hay que decir que, pese a sus intenciones omniabarcadoras, la videopolítica no se convierte en la única cultura. La repercusión masiva de los melodramas en la televisión y en otros medios, así como la persistencia de reflexiones críticas y movimientos sociales de oposición, mantienen abiertas las preguntas por el reconocimiento entre los hombres y por el conflicto entre los grupos. Esto no alcanza para que los sectores populares se conviertan en sujetos históricos. Como señalan algunos historiadores, los grupos populares son apenas un área de la sociedad donde pueden construirse, a veces, sujetos de acciones transformadoras (Romero).

De esta reestructuración de los procesos de representación y simbolización surge una conclusión que debiera suscitar nuevas investigaciones. Los conflictos no son hoy únicamente entre clases o grupos, entre sectores populares y hegemónicos, sino también entre dos tendencias culturales: la negociación razonada y crítica o el simulacro de consenso inducido mediante la devoción por los simulacros. No es una opción absoluta, porque sabemos que los simulacros forman parte de las relaciones de significación en toda cultura. Incluso en las populares. Pero establecer de qué manera vamos a negociar el compromiso entre ambas tendencias es decisivo para que en la sociedad futura predomine la participación democrática o la mediatización autoritaria.

La eficacia de las acciones populares dependerá de la capacidad de los movimientos para deshacerse de la monótona épica fundamentalista e imaginar estrategias flexibles de intervención, apropiadas al carácter multicultural, a los nuevos modos en que participamos de lo local y lo global (Hall). Se trata de volver a escribir las culturas populares con minúsculas, y encontrar modos de narrarlas que les den lugar entre las disputas y las negociaciones, entre los dramas y no solo entre los simulacros.

BIBLIOGRAFÍA

- Brunner, José Joaquín: *Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales*. Santiago: FLACSO, 1988.
- De Carvalho, José Jorge: *O lugar da cultura tradicional na sociedade moderna, nº 7*. Brasília: Fundação Universidade de Brasília, 1989.
- García Canclini, Néstor: *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo (University of Minnesota Press), 1990.
- Transforming Modernity, Popular Culture in México*. Austin: University of Texas, 1993.
- García Canclini, Néstor; Jenifer Metcalfe y Patricia Safa: *Políticas culturales y necesidades socioculturales en la frontera norte*. México: Mimeo, 1989.
- Good Eshelman, Catherine: *Haciendo la lucha. Arte y comercio nahuas de Guerrero*. México: Fondo de Cultura Económica, 1988.
- Gouy-Gilbert, Cécile: *Ocumicho y Patamban: dos maneras de ser artesano*. México: Centre d'Études Mexicaines et Centraméricaines, 1987.
- Hall, Stuart: «The Local and the Global: Globalization and Ethnicity», en Anthony D. King (ed.): *Culture, Globalization and the World System*. Nueva York: State University, 1991.
- Lechner, Norbert: *Notas sobre la vida cotidiana: habitar, trabajar, consumir*. Santiago de Chile: FLACSO, 1982.
- Martín Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili, 1987.
- Martín Barbero, Jesús y Sonia Muñoz: *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.
- Mukerji, Chandra y Michael Schudson (eds.): *Rethinking Popular Culture. Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. Berkeley-Los Angeles-Oxford: University of California Press, 1991.
- Ortiz, Renato: *Cultura popular: románticos e folcloristas*, Textos 3. São Paulo: PUC, 1985.
- Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

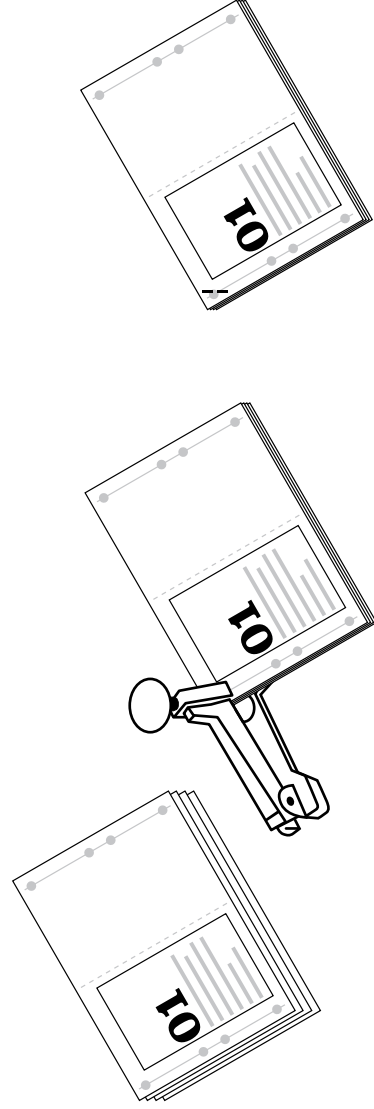


Tres maneres d'enquadrernar els teus Quaderns portàtils

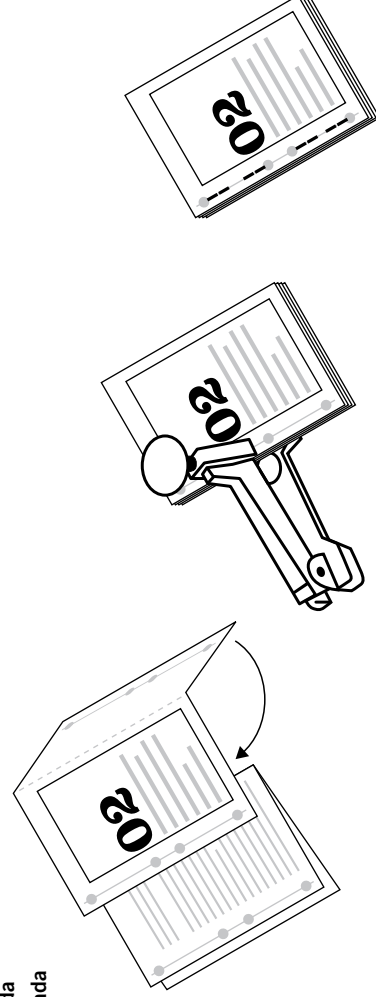
Tres maneras de encuadrernar tus Quaderns portàtils

Three ways of binding your Quaderns portàtils

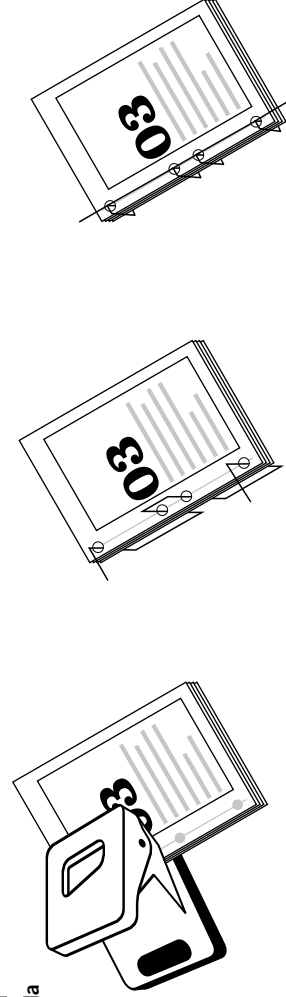
Dossier grapat
Dosier grapado
Stapled Dossier



Enquadrernació japonesa grapada
Encuadrernación japonesa grapada
Stapled Japanese Binding



Enquadrernació japonesa cosida
Encuadrernación japonesa cosida
Sewed Japanese Binding



Llenceu aquest manual d'instruccions una vegada utilitzat (no enquadrernar).
Desechar este manual de instrucciones una vez utilizado (no encuadrernar).
Throw away this instructions manual once used (do not bind).