

U.N.L.P.
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Terceras Jornadas de Sociología
de la Universidad Nacional de La Plata

Ejercicio de Investigación

Los sectores pobres y la música popular

Comisión sugerida: Análisis de la realidad argentina, Mesa 6: *Cuesta abajo*. Desigualdad social, pobreza y exclusión social

Apellido y Nombres: Bugnone, Ana Liza

Unidad Académica: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, UNLP.

Dirección postal: 4 n° 1013, 10° "B", La Plata, Bs. As.

E-mail: albugnone@yahoo.com

10, 11 y 12 de Diciembre de 2003

Introducción

En este trabajo nos proponemos un acercamiento a la relación entre los sectores pobres y la música popular. Ésta, como parte de la cultura y, específicamente, de la cultura popular, es una construcción social con ciertos significados. En el proceso de creación y de elección de un tipo de música interviene cada individuo pero, sin embargo, no se trata sólo de un acto individual, sino que la pertenencia a un grupo, a un estilo de vida, a ciertas relaciones sociales e institucionales operan implicando mutuamente lo subjetivo con lo estructural

Podemos plantearnos como *problema* el describir las características de la vinculación de los sectores pobres de la sociedad con la música popular y el significado que ésta adquiere para los protagonistas de acuerdo al contexto en que viven.

Según nuestra *hipótesis* los sectores pobres construyen en sus prácticas culturales una expresión de su situación socialmente estructurada; una de ellas es la música que consumen como auditores. Acceder a los significados que le asignan a la música popular, según la posición ocupada en el espacio social, se constituye en una vía de acercamiento al conocimiento socio-cultural de dichos sectores.

Los *objetivos* que nos proponemos son:

General:

- Analizar la relación entre los sectores pobres y la música popular, en un barrio pobre de la ciudad de La Plata.

Específico:

- Describir los significados que le asignan dichos sectores a la música popular.

Marco conceptual

Comenzaremos a definir los conceptos a utilizar en este trabajo a partir de la teoría de Pierre Bourdieu. Este autor expresa que la *piedra angular de su teoría* “es la relación de doble sentido entre las estructuras objetivas (la de los campos sociales) y las estructuras incorporadas (la de

los habitus) (P. Bourdieu, 1999 b, p. 8). Es decir, la relación que existe entre las posiciones sociales, las disposiciones (*habitus*) y las tomas de posición, y las “elecciones” que los agentes sociales llevan a cabo (Idem, p. 16).

Campo social es “un espacio pluridimensional de posiciones tal que toda posición actual puede ser definida en función de un sistema pluridimensional de coordenadas, cuyos valores corresponden a los de las diferentes variables pertinentes: los agentes se distribuyen en él en una primera dimensión, según el volumen global del capital que poseen y, en una segunda, según la composición de su capital; es decir, según el peso relativo de las diferentes especies en el conjunto de sus posesiones.” (P. Bourdieu, 1990, p. 283). La **posición** ocupada por los agentes en el campo, según la distribución de las especies de capital, nos informa sobre las propiedades intrínsecas y relacionales de los agentes, asimismo, determina los *poderes* actuales o potenciales, y el estado de las relaciones de *fuerzas* en los diferentes campos (Idem, p. 283-284).

Bourdieu entiende por **habitus** al “sistema de disposiciones socialmente construidas que, en cuanto estructuras estructuradas y estructurantes, son el principio generador y unificador del conjunto de las prácticas y de las ideologías características de un grupo de agentes. Tales disposiciones encuentran una ocasión más o menos favorable para traducirse en acto en una determinada posición o trayectoria en el interior de un campo (P. Bourdieu, 1983, p. 22).

Este autor explica que el campo económico subordina a los demás campos dentro del espacio social. Esto es relevante a la hora de analizar la relación existente entre el campo cultural y el económico, ya el campo económico tiende a imponer su estructura a los otros campos (P. Bourdieu, 1990, pp. 283 y 301).

Expresa Bourdieu que “comprender los gustos, hacer la sociología de lo que tiene la gente, de sus propiedades y de sus prácticas, es conocer las condiciones en las cuales se producen los objetos que se ofrecen, por un lado, y por otro, las condiciones en las cuales que se producen los consumidores” (P. Bourdieu, 1990, p. 186.) Grupos distintos poseen diferentes tipos de capital cultural construyendo, por consiguiente, disímiles tipos de productos culturales. A ello agrega M.

Baroni (2001) que la pertenencia a grupos o clases produce no sólo estilos de vida específicos, sino también gustos musicales.

Para Bourdieu, hay tres modos de producción de bienes simbólicos: uno burgués, uno medio, y uno popular. Con respecto al último -que es el que nos interesa- dice que su estética es ‘pragmática y funcionalista’, y que se orientan hacia la elección de ‘lo necesario’. Esto les sirve para distinguirse de los otros gustos y consumos. Más abajo cuestionaremos esta idea.

El sociólogo francés apunta que *en el gusto intervienen factores estructurales, según la posición que ocupen los agentes en el espacio y la clase a la que pertenezcan. Todo ello ocurre en relación con la distribución de bienes materiales y simbólicos en la sociedad.* En el mismo sentido, este autor señala que *la separación entre la música “cultura” y la música “popular” es una construcción que genera la posibilidad de la distinción.* Sin embargo, el habitus no es mera reproducción de las estructuras sociales, sino que los obstáculos, oportunidades y posibilidades históricas se combinan en la elección y la producción sociales.

Para precisar el concepto de **cultura** tomaremos la definición de Thompson desde su concepción estructural de la cultura: los fenómenos culturales son *“formas simbólicas en contextos estructurados”* (J. Thompson, p. 203); y el análisis cultural es *“el estudio de las formas simbólicas –es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten, y reciben tales formas simbólicas”* (Idem, p. 203).

Hemos elegido esta definición porque conserva aspectos de la concepción interpretativa – según la cual se debe estudiar lo simbólico, el significado, y darle una interpretación a los fenómenos culturales-, pero al mismo tiempo, incorpora el análisis de los contextos y procesos históricos que atraviesan esas formas simbólicas.

Teniendo en cuenta nuestra definición de cultura, la **cultura popular** es aquella que produce formas simbólicas en el espacio común compartido por los sectores subalternos de la sociedad, con características propias que hacen de ella un terreno autónomo –en el sentido de no heterónimo- pero vinculado por múltiples redes con los sectores hegemónicos de la sociedad.

Abordamos de este modo un concepto amplio de cultura popular que *no* se reduce a *lo tradicional*, ni a lo que *reproduce la cultura dominante*, ni a una *subcultura ubicada por debajo de la hegemónica*.

La **música popular** es una de las manifestaciones de la cultura popular –entendida en el sentido expuesto arriba-, como una de las formas simbólicas en un contexto estructurado socialmente, que se caracteriza por ser producida por los sectores subalternos de la sociedad.

Tendremos en cuenta las premisas expuestas por Pelinski (2000) con respecto a la *música como experiencia humana y sonido organizado humanamente*:

- La música como ‘hecho social total’, es decir que la música como producción, texto o recepción es en sí misma cultura;
- La música es el lugar privilegiado de formación de la subjetividad y de negociación de identidades colectivas (R. Pelinski, 2000, p. 25).

Simon Frith (2001) describe las funciones sociales de la música, a través de los cuatro usos más significativos de la música popular:

- Uso como respuesta a cuestiones de identidad, es decir para crearnos una autodefinición particular, para darnos un lugar en el seno de la sociedad. La música popular genera el placer de la identificación: con la música, con los intérpretes, con otras personas con las que comparte el gusto, pero al mismo tiempo genera una producción de no-identidad; es decir que se trata de un proceso de inclusión y de exclusión.

- Proporciona una vía para administrar la relación entre nuestra vida emocional pública y privada.
- Da forma a la memoria colectiva, organiza nuestro sentido del tiempo.
- Es algo que se posee, una propiedad musical: cada uno piensa y habla sobre “su” música.

Con respecto a la música popular, Storey (1996) expone, entre otras, la teoría de la “Homología estructural” que sostiene que la apropiación de un tipo de cultura coadyuva a definir, expresar y reflejar las distinciones y diferencias grupales. *Existe una homología estructural entre la apropiación de objetos particulares –en los cuales los miembros de un grupo ven mantenidas y reflejadas sus propias valoraciones- y las actividades, estructura y la propia imagen colectiva de un grupo. Uno de estos objetos es la música popular, que refleja las características grupales, al tiempo que las diferencia de los demás. Cuando alguien escucha música –aún si lo hace solo- se introduce en un contexto de “otros” imaginarios, realizando un verdadero esfuerzo para establecer una conexión con ellos (Storey, 1996, pp. 100-102).*

Refiriéndose a la ‘*identidad de grupo, estilos y gustos*’, Mario Baroni (2001) retoma a Bourdieu. La pertenencia a clases o grupos tiende no sólo a producir estilos de vida específicos, sino también gustos musicales. Hace algún tiempo, cada género musical suponía –y supone todavía- una específica base de información, por ejemplo, las reglas del vestido, de gestualidad y de diálogo que cumplía un sujeto de la burguesía media-alta en un concierto de cámara, no eran las mismas que las de un obrero. Baroni sostiene que actualmente la situación ha cambiado, ya que la distinción propuesta por Bourdieu se refiere a clases altas y bajas, incapaz de explicar las características de la circulación cultural actual.

La **experiencia artística** comprende toda suerte de relaciones con el arte: la producción estética por parte del creador o del artesano, así como también la apreciación activa del arte por parte del público que mira, escucha, lee. Permite a los hombres darse cuenta de la estética del medio que los rodea, capacitándolos para gozar de la forma y el color, la riqueza de la materia, el

ritmo, y el sonido que resultan de un acto colectivo (D'Arcy Hayman, 1961, p. 6). Sin embargo, el arte no se da en el vacío, existe en sociedades reales que se desarrollan en la historia, de modo que en el arte se reflejan y cobran forma los cambios que se van produciendo en las mismas.

Las relaciones entre la música popular y la sociedad, además, han sido estudiadas por la *Etnomusicología*. Aunque esta disciplina –también llamada “Antropología de la música”- se centra fundamentalmente en las músicas no occidentales, las músicas de transmisión oral, las relacionadas con distintas etnias, entre otras, en las últimas décadas se ha ido abriendo un nuevo camino en la investigación referida a la música popular y la música urbana. Sin bien no nos centraremos en estudiar los distintos esquemas musicales que se utilizan, la Etnomusicología nos brindará algunas herramientas para el desarrollo de este trabajo.

Entrevistas

En el desarrollo del trabajo de campo utilizamos como herramienta para la recolección de datos la entrevista en profundidad. Según Rosana Guber (...) “la entrevista es una de las técnicas más apropiadas para acceder al universo de significaciones de los actores (...) Entendida como relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones, es además una instancia de observación” (R. Guber, p.205). J. I. Ruiz Olabuénaga agrega que la entrevista:

- “Toma la forma de *relato de un suceso*, narrado por la *misma persona* que lo ha experimentado, y desde su *punto de vista*.
- La entrevista en sí es el *contexto* en el cual se elabora este relato, y crea una *situación social* para que pueda tener lugar. En este relato el entrevistador desempeña el papel de *facilitador* o mayéutico.” (J. I Ruiz Olabuénaga, 1999, p. 167)

Hemos utilizado la entrevista no estructurada, es decir, aquella en la que se formulan preguntas sin un esquema fijo. Se concibe al entrevistado en su universo de significaciones y

sentidos, inmerso en un contexto social y cultural del cual forma parte, pero al mismo tiempo con su individualidad que lo diferencia de todos los demás sujetos.

Se entrevistaron cinco habitantes del barrio ubicado entre las calles 7 y 14, 630 y 631 en “Villa Garibaldi” de la ciudad de La Plata, durante de los meses de junio y julio de 2003. Para ello se seleccionó una muestra de la población.

Las entrevistas se realizaron con el fin de analizar cualitativamente la relación entre los habitantes del barrio y la música popular, y las significaciones que adquiere para ellos. Dado el tema de este trabajo, fue una herramienta de trabajo fundamental porque proporcionó –aún en forma preliminar- elementos útiles para estudiar los casos seleccionados y arribar a la posibilidad de obtener información respecto de su vinculación con la música popular.

Para la realización de las entrevistas se explicó a cada entrevistado el objetivo del trabajo, recordándoles las encuestas realizadas anteriormente y su relación con la U.N.L.P. Se preguntó si accedían a la grabación de las entrevistas con un reporter, lo cual aceptaron todos los entrevistados.

Para el análisis de las mismas se buscaron categorías en base a:

- 1- el marco teórico del trabajo
- 2- la lectura de las entrevistas como un texto.

Es decir que algunas de las categorías estaban predeterminadas por el trabajo teórico y fueron la guía de la entrevista, y otras surgieron a medida que se realizaban las entrevistas ya que, dada la elasticidad que permite esta técnica de recolección de datos, fue posible ir incorporando temáticas y dimensiones en el transcurso del trabajo de campo. Ello implicó, además, el inicio de nuevos caminos en este trabajo, en cuanto a cuestiones que no estaban previstas y que abrieron la posibilidad de transitar por rutas desconocidas. Por ello fue necesario volver una y otra vez a los textos, elaborar nuevos conceptos y fijar la atención más en algunos que en otros.

Se creó una matriz de datos en la que se colocó en cada caso una cita textual de partes de la entrevista o un resumen de la misma, para cada categoría. Luego, se realizó una lectura vertical de la matriz, es decir, la misma categoría en cada uno de los casos.

Presentación, análisis y discusión de los resultados

El barrio

El barrio tiene dos calles de asfalto y las demás son de tierra. Algunas casas son de material, pero a medida que nos alejamos de la calle principal (calle 7), hay cada vez menos material en ellas, más madera y chapa. Recibieron la ayuda de la fundación del Padre Cajade para conseguir los terrenos y los materiales de construcción.

Hay niños en bicicleta o caminando dentro del barrio, jóvenes en las veredas, gente que va y viene. Se escucha música que sale constantemente de las casas.

La música siempre presente

Los entrevistados dicen que les gusta la música, que la escuchan mucho. Eso en el barrio salta a la vista: hay un grabador, una radio, un televisor que emiten música permanentemente y que puede ser oída desde cualquier punto del barrio. Con el volumen alto, algunos cantan mientras escuchan, y la mayoría no se queja por la intensidad, excepto a la noche. Al preguntárseles si les molesta la música tan fuerte, ellos parecen no advertir el volumen de la escucha, diciendo que “ahora (de día), no está tan alto”, refiriéndose a que sólo les molesta de noche. La música que emerge es parte del barrio, de sus características. El barrio hace de gran caja de resonancia donde se mezclan cumbias y chamamés. Esa mixtura tiene una estética particular. Los grabadores miran hacia fuera de las casas, así pueden ser escuchados por todos.

Cumbia y chamamé son los denominadores comunes de las preferencias de todos los entrevistados. Ambos pueden ser encuadrados en nuestra definición de música popular, como

cultura popular. Hay una fuerte identificación del barrio con esos dos estilos, tanto que lo que sale por fuera de ese marco, es notado con asombro, así, por ejemplo, destaca “Z” que le llamaba la atención una vecina que escuchaba siempre los Ratonés Paranoicos.

Hay una diferencia que podemos marcar entre ambos estilos: por una lado, la cumbia ha penetrado en los medios masivos de comunicación, habiendo una amplia gama de programas televisivos y radiales dedicados al rubro, en diversos días de la semana y en distintos canales, además, se destaca de la masividad de los recitales y de las reacciones emotivas que provocan en el público y grupos de fans. Por otro lado, el chamamé no goza esa amplia mediatización. Sin embargo, ambos forman parte de las elecciones de los entrevistados que conviven en el barrio.

Al mismo tiempo debemos tener en cuenta otro dato importante: *cumbia y chamamé son estilos interpretados por grupos argentinos y cantados en castellano*. En un país donde las industrias culturales extranjeras, especialmente estadounidenses, han copado los mercados, se destaca la particularidad de este dato que nos habla de la valorización de lo local. Las letras en inglés y los cantantes extranjeros no aparecen entre las elecciones de los entrevistados. Los entrevistados no consumen ni por televisión, ni a través de la radio exponentes extranjeros contemporáneos, como tampoco otros más clásicos. Como si sólo escucharan lo que se entiende, lo que habla de ellos, de sus vidas cotidianas o pasadas, lejos quedan las palabras incomprensibles de los idiomas extranjeros. Asimismo, los cantantes –especialmente los de cumbia- aparecen como ídolos, pero no tan inalcanzables como para no poder ser vistos en vivo en un recital, o en la tele todos los sábados. Las letras, los cantantes y su particular estilo de vestirse o moverse se sienten mucho más *cerca* que los extranjeros de la cadena MTV.

Esta observación nos está indicando que parte de *la producción musical nacional sigue en vigencia, circula dentro del país y es consumida asiduamente por muchas personas*. Aquí se hace necesario mencionar el papel fundamental que tienen los *medios masivos de comunicación*, ya que los modos de conexión más frecuentes entre los entrevistados y la música son la televisión y la radio. Los recitales, los bailes con músicos en vivo son excepcionales, tanto por la

imposibilidad económica de acceder a ellos, como por la comodidad que implica verlos directamente por la televisión o escucharlos en la radio.

Nos preguntamos, entonces, cómo actúan la *globalización* y la *transculturalización* en este ámbito, que implica que “un sector cada vez más extenso de la creación, la difusión y la recepción del arte se realiza ahora desde un modo desterritorializado” (N. García Canclini, 1995, p. 110). N. García Canclini (1992) explica los cambios sociales y culturales de los últimos años. Con respecto a la cultura popular, dice que no se ha extinguido, sino que ha sufrido una serie de transformaciones, adaptándose, mutando. Lo popular se ha extendido y difundido, a través de la conservación de lo que tiene de tradicional, pero incorporando características modernas. Asimismo la diferenciación exhaustiva entre lo popular y lo culto ha desaparecido, porque ya no son universos autosuficientes y exclusivos. Las “construcciones culturales están multicondicionadas por actores [que] trascienden lo artístico o simbólico” (N. García Canclini, 1992, p. 18).

¿Qué podemos decir sobre este proceso en nuestro análisis acotado al barrio?. Las fuertes restricciones económicas que encuentran los sectores pobres para acceder a ciertos medios, como la computadora, Internet y la televisión por cable son factores que influyen en la falta de conexión con la producción cultural del resto del mundo que parece tan cercana desde la globalización. Por otro lado, en el barrio la influencia de los mass media existe, pero no necesariamente es indiscriminada. Vemos que en nuestros casos hay una elección sobre lo que se escucha, se tienen identificados canales de TV, horarios, diales de radio, programas, etc. No podemos sostener que aquí la globalización no interfiere, pero queda la pregunta sobre el modo en que actúa en este campo. Lo que sí podemos sostener es que lo local y lo regional no han desaparecido y que persisten en la cultura popular, a pesar de las influencias de los procesos transculturales.

Las provincias y el barrio

Esta identificación barrio/cumbia–chamamé no es azarosa: está relacionada con el lugar de origen. *"Yo escucho chamamé siempre. Yo soy del Chaco. De Roque Sáenz Peña soy. Y ella es de acá, de la provincia de Bs. As. A ella la gusta la cumbia"*. De este modo, los entrevistados realizan una diferenciación, relacionando el tipo de música que eligen los habitantes del barrio y el origen de los mismos. *"Acá en el barrio se escucha mucho chamamé, porque son toda gente paraguayos, misioneros"*. Esta respuesta se repite, marcando la importancia que le atribuyen a la pertenencia a un lugar en la elección de un tipo de música.

Al mismo tiempo que en el barrio se enlazan los dos tipos de música popular, se destaca la particularidad del origen de aquellos que eligen uno u otro estilo musical. Para aquellos que han emigrado de su provincia (o país), la raigambre con la provincia se manifiesta, entre otros, a través de la escucha de la música local, que los remite al lugar en que vivían, la actividad que realizaban, la familia que quedó allá. En este sentido, la música popular cumple la función de mantener vivos los recuerdos, las costumbres del lugar de origen, como parte de un contexto más amplio que la abarca: la cultura popular. Simon Frith, entre las funciones de la música popular, encuentra la de *dar forma a la memoria colectiva*, organizando nuestro sentido del tiempo (Simon Frith, 2001, p. 424). *"Una de las consecuencias (...) de la organización musical de nuestro sentido del tiempo es el hecho de que las canciones y las melodías son a menudo la clave para recordar cosas que sucedieron en el pasado"* (Idem, p. 425). Dice "C" *"(El chamamé) me hace acordar cosas de allá, del Chaco, cuando andaba en el campo, cosechaba algodón"*. Barrio y provincia de origen conviven en y a través de la música popular, uno, presente, la otra, ausente pero perenne en la memoria que la actualiza a través las melodías vernáculas.

La cumbia

Los entrevistados manifiestan distintas sensaciones que les provoca escuchar música. Éstas van desde sentirse acompañado, distraerse, emocionarse, hasta alegría y diversión. Cada uno se

relaciona con lo que escucha según sus necesidades y deseos, y le encuentra un sentido distinto. Sin embargo, a pesar de estas diferencias hay un patrón común, que es la necesidad de estar escuchándola permanentemente. Esto no sólo es manifestado por ellos, sino que es observable a medida que se recorre el barrio, en cada rincón, en distintos días y horas de la semana.

Aunque esta heterogeneidad de sentidos es palmaria, a través de las entrevistas podemos ver que detrás de ella hay una búsqueda común: sentirse parte del barrio, del grupo de amigos y familiares, que en su mayoría encuentran en la cumbia un punto de comunión. *Los entrevistados cuentan que en las reuniones siempre se escucha cumbia, en los recitales que frecuentan cantan grupos de este estilo musical, los sábados miran el programa de televisión que se dedica al rubro. “E” dice que prefiere otro tipo de canciones, pero en las reuniones no hay lugar para estilos diferentes a la cumbia: “(Cuando nos juntamos en familia o una fiesta escuchamos) cumbia, más que nada cumbia”, dice.*

Al referirse a la cumbia, como lo que más les gusta o como lo que escuchan siempre que se reúnen, nos remiten al sentido que tiene ese estilo musical entre ellos. Podríamos hablar de un proceso de identificación cumbia-barrio del que son partícipes los entrevistados. Pensamos en el barrio no sólo como espacio geográfico, sino como lugar donde transcurre la vida cotidiana, se comparten las trayectorias sociales, las carencias, los deseos, las enfermedades, el hambre, la falta de trabajo, donde cobran sentido las acciones de sus habitantes. Desde esta perspectiva, la música que los envuelve incesantemente, también es parte de ese lazo de solidaridad que se establece entre ellos. No hay reunión en que esa música no se escuche y aún aquellos que gustan también de otros estilos, forman parte de esa escucha colectiva. “J” hace referencia a que todos escuchan cumbia y que aunque él preferiría algo distinto, no es posible ponerles otra cosa cuando se juntan para algún cumpleaños o fiesta. *Es decir que algunos resignan sus propias elecciones musicales con tal de formar parte del grupo, o de evitar el rechazo frente a una actitud que lo diferencie. Aquí la elección musical se transforma en una de las características del grupo que*

identifica a sus componentes en tanto que tales. En este sentido decimos que la cumbia es un lazo que une e identifica.

Según Bourdieu, hay que sustituir la idea de que los consumidores, con gustos intercambiables, eligen libremente los productos según sus propiedades útiles y usos reales, por *“una relación entre unos gustos que varían de manera necesaria según las condiciones económicas y sociales de su producción y unos productos a los que confieren sus diferentes identidades sociales”* (P. Bourdieu, 1999 a, pp. 98-99). Resalta la cuestión de los determinantes económicos y sociales de los gustos: *“el habitus permite establecer una relación inteligible y necesaria entre unas prácticas y una situación de las que el propio habitus produce el sentido con arreglo a categorías de percepción y apreciación producidas a su vez por una condición objetivamente perceptible”* (Idem, p. 99)

El consumo de un tipo particular de música es una de las formas de forjar la identidad y de reproducirla, marcando las diferencias y distinciones de los demás miembros de la sociedad. Ese consumo se convierte en una forma de ser en el mundo, marca la pertenencia a un grupo, proveyendo de un sentido de comunidad con él. Puede establecerse, entonces, una relación entre las elecciones culturales de un grupo y el uso de éstas para construir el significado cultural del grupo social (Storey, John, 1996, p.102-3). De este modo, el barrio –y en general los sectores pobres- marcan una diferencia con los demás sectores de la sociedad: los que la escuchan sienten que esa música les pertenece, los identifica como barrio, como grupo. Todos en el barrio la escuchan, y es una característica que unifica dentro de las heterogeneidades propias de cualquier sector social. Al mismo tiempo, los separa, los distingue del resto que consumen otros tipos de música, así “R” explica que “(si pasan otro tipo de música, diferente de la cumbia) directamente no la escucho”

Sin embargo, disentimos en un punto con Bourdieu, ya que él sostiene que la cultura popular tiene *“ ‘una estética pragmática y funcionalista’, impuesta ‘por una necesidad económica que condena a las gentes ‘simples’ y ‘modestas’ a los gustos ‘simples’ y ‘modestos’”; el gusto*

popular se opondría al burgués y moderno por ser incapaz de independizar ciertas actividades de su sentido práctico y darles otro sentido estético autónomo” (N. García Canclini, 1992, p. 41). Además, al igual que G. Canclini, *no acordamos con Bourdieu en que la estética de la música popular y su producción estén siempre referidas a la burguesa o hegemónica. Creemos, por el contrario, que la cultura popular y su producción tienen su propia capacidad creativa, su espíritu, su estilo, en fin, su autonomía*, es decir que no hay algo que indique que la cultura popular esté siempre subordinada o que posea un carácter heterónimo respecto de la hegemónica. Es por todo ello que el proceso es mucho más complejo. Además, hay múltiples redes y tensiones entre lo popular –o subalterno- y lo hegemónico, que se entrecruzan constantemente y que desdibujan la línea de separación entre ambos.

Cuando manifestamos que la música popular tiene sus características particulares que la hacen tan “valiosa” como otros tipos de música, también queremos afirmar que *se construye en base a los rasgos y particularidades del público que es su marco de referencia*. Ello queda expresado cuando observamos que las letras de la música preferida en el barrio, la cumbia, así como la performance de los grupos que la ejecutan hacen alusión –o por lo menos lo pretenden- a rasgos de la vida cotidiana de los oyentes, o a sus deseos.

Simon Frith (2001) hace referencia a la “función identitaria de la música”, destacando un elemento específico de la experiencia musical: su directa intensidad emocional (S. Frith, 2001, p. 421). Dice que la música popular “es capaz de proporcionar experiencias emocionales particularmente intensas; de hecho, las canciones y los ídolos del pop nos implican emocionalmente mucho más que cualquier otro tipo de evento o intérprete mediático (...) Esas experiencias musicales siempre contienen un significado social, están situadas en un contexto social, lo que significa que en una determinada canción no podemos interpretar cualquier cosa que queramos” (Idem, p. 420). En esta experiencia hay una combinación de lo personal y lo público, externo, convirtiéndose en un elemento importante para la “ubicación cultural de lo individual en lo social”, es decir que la experiencia musical hace que nos sintamos atraídos

afectiva y emocionalmente con los intérpretes y los demás consumidores de un tipo de música (Idem, p. 420).

En la cumbia esta experiencia de ubicación a través de la música se da de un modo visible, demostrándose los lazos que crea la escucha conjunta del mismo estilo musical, a partir de una fuerte identificación con las otras personas que participan de la misma experiencia.

Entre las funciones de la música popular enumeradas más arriba, la que trata sobre la relación entre la vida emocional privada y la pública, hace referencia a la importancia de las canciones de amor en la música popular. Más aún, las canciones de amor conforman la mayoría de los temas de este tipo de música –lo que observamos en especial en la cumbia. S. Frith (2001) señala que esto se relaciona con que las personas necesitan darle forma y voz a ciertas emociones que expresadas de otro modo resultarían incómodas.

Las canciones románticas son un clásico dentro del estilo de la cumbia. Historias reales o imaginarias contadas y cantadas por los grupos musicales, provocan emociones fortísimas en el público, que van desde el llanto: “a veces me da tristeza, y a veces me hace llorar”, dice “R” cuando se le pregunta qué le hace sentir la cumbia; hasta la alegría más intensa: “yo la escucho, canto y bailo”, responde otra entrevistada.

Hacer algo más...

En las entrevistas, la música está asociada, además, a diferentes tipos de actividades que se realizan al mismo tiempo. Excepto en el caso de “E” que la relaciona con “ponerse a pensar”, la escucha no tiene lugar como entretenimiento *per se*, sino que forma parte de un grupo de acciones cotidianas. El caso de “Z” representa al ama de casa que escucha mientras realiza las tareas domésticas, ya que se siente más acompañada; “R” lo hace para bailar y cantar; “C” mientras trabaja en la quinta. La música que no se apaga jamás, se transforma en un telón de fondo que forma parte de la vida diaria y de las tareas que ella incluye.

“E” se distingue del resto, ya que escucha para ponerse a pensar. *"Yo soy de emocionarme (...) A mí (la música) me hace pensar (...) me da tiempo a pensar, a hacer cosas (...), a ver qué es*

lo que puedo hacer”, “(cuando escuchás música) por ejemplo, estás sin trabajo y querés hacer algo, y te ponés a pensar qué es lo que podés hacer”, “si no tenés la música, es como la soledad”, “ópera también (...) me gusta. Para estar tranquilo, una música para pensar (...); no es como el rock o la cumbia, ya es distinto, tampoco es como escuchar algo romántico, es completamente diferente”, “para descansar la mente, (...) para reflexionar sobre las cosas que uno va a hacer”. Este caso nos lleva a considerar las posibilidades que emergen de esta sensibilidad especial, esta capacidad de repensar la vida cotidiana a partir de la escucha, sin necesidad de estar haciendo ninguna otra actividad a la hora de ponerse a escuchar. Esta es la música como “elemento de auto-reconocimiento” (S. Frith, 2001), es decir, la música para el entrevistado tiene un valor por sí misma, que lo hace trascender de la cotidianidad y le permite pensar en las actividades, proyectos y deseos mas allá de las acciones cotidianas.

Conclusiones

La relación entre los sectores pobres y la música popular es estrecha. En el barrio se escucha constantemente este tipo de música, especialmente la cumbia y el chamamé.

El chamamé es consumido especialmente por personas que provienen de provincias del interior del país -principalmente Chaco y Corrientes- y de Paraguay. Esta música folklórica es relacionada, tanto por los que la eligen como por los demás habitantes del barrio, con la proveniencia de los oyentes. En este caso, la música popular cobra la significación de remisión al origen provinciano, que permite retrotraer a la época de la vida en ese ámbito, sus costumbres, sus allegados.

La cumbia se ha convertido en la música que enlaza a los habitantes, los relaciona en los ámbitos de reunión y de soledad, los hace sentir parte del grupo. La identificación barrio-cumbia forma parte de la imagen del barrio que tienen los propios entrevistados. Los sentidos que les asignan a esta música popular son variados, pero creemos que hay un trasfondo común, que es la significación que adquiere la cumbia como lazo común entre la gente del barrio. Ello se ve

reflejado en la escucha colectiva que siempre e inevitablemente, según los entrevistados, se dirige a este tipo de música en particular (la cumbia) provocando que esa elección musical se transforme en una cualidad grupal, y que al mismo tiempo se rechace lo diferente. Las características de este estilo musical y la emotividad que generan en este público las letras de amor y las relaciones idealizadas, son factores que pueden caracterizar esta significación asignada a la cumbia.

Siguiendo a Bourdieu podemos sostener que, gracias al habitus que relaciona situaciones estructurales con prácticas, sectores sociales diferentes poseen gustos diferentes y que, además, los ayudan a distinguirse del resto de la sociedad. Hay una necesidad de diferenciación que se establece, entre otros, a través de la elección de un tipo de música en particular, que en este caso se trata de la cumbia. Los códigos comunes que se manejan en este sector con respecto a la escucha musical, son parte de un conjunto mucho más amplio que forma su universo de significaciones.

Ambos, cumbia y chamamé, son canciones interpretadas por argentinos y en castellano. Esta particularidad nos lleva a cuestionarnos qué rol cumplen la globalización y la transculturalización en los sectores pobres, y de qué modo condiciona la pobreza en la limitación al acceso de bienes culturales y simbólicos globalizados.

Bibliografía

- Baroni, Mario (2001). Grupos sociales e gustos musicales. En Jean-Jacques Nattiez (dir.), *Enciclopedia della Musica*, Volume primo Il Novecento, Torino: Giulio Enaidi Editore.
- Bourdieu, P. (1983). *Campo del poder y campo intelectual*. Buenos Aires: Folios.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1999 a). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (1999 b). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1995). *Respuestas. Por una Antropología Reflexiva*, Grijalbo.
- D'Arcy Hayman (Julio – agosto 1961). El Arte como elemento de vida. En *El Correo de la UNESCO*, Año XIV.
- D'Arcy Hayman (Mayo 1969). Las artes y la vida. En *El Correo de la UNESCO*, Año XXII.
- Finnegan, Ruth, (2001). Senderos de la vida urbana. En *Las culturas musicales. Lecturas de Etnomusicología*, Madrid: Trotta.
- Frith, Simon, (2001). Hacia una estética de la música popular. En *Las culturas musicales. Lecturas de Etnomusicología*, Madrid: Trotta.
- García Canclini, N. (1990). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. En *Sociología y Cultura*, México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1992) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Geertz, Clifford (1973) *La interpretación de las culturas*. Buenos Aires: Gedisa.
- Guber, Rosana (...). *El salvaje metropolitano. ...*: Legasa.
- Harris, Marvin, *Teorías sobre la cultura en la Era Posmoderna*, Crítica, Barcelona.

- Myers, Helen (2001). Etnomusicología. En *Las culturas musicales. Lecturas de Etnomusicología*, Madrid: Trotta.
- Mohan Rao, J. (1998). Cultura y desarrollo económico”, en *Informe Mundial sobre la Cultura – 1998*. UNESCO.
<http://www.crim.unam.mx/cultura/informe/default.htm>
- Nettl, Bruno (2001). Últimas tendencias en Etnomusicología. En *Las culturas musicales. Lecturas de Etnomusicología*. Madrid: Trotta.
- Pelisky, Ramón (2000). *Invitación a la Etnomusicología. Quince fragmentos y un tango*. Madrid: Akal.
- Pérez Gómez (1998). *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*, Madrid: Morata.
- Rigaud, J. (1977). *La cultura para vivir*, Buenos Aires: Sur.
- Ruiz Olabuénaga, José I. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Stimpson, C. y Bhabha, H. (1998). La Creatividad Mundial y las Artes. En *Informe Mundial sobre la Cultura – 1998*. UNESCO.
<http://www.crim.unam.mx/cultura/informe/default.htm>
- Storey, John (1998). *An introduction to cultural theory and popular culture*. Athens: University of Georgia Press.
- Storey, John (1996). *Cultural study and the study of popular culture: theories and methods*. Athens: University of Georgia Press.
- Thompson, John. *Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Touraine, Alain (1998). “Iguales o diferentes”, en *Informe Mundial sobre la Cultura – 1998*. UNESCO.
<http://www.crim.unam.mx/cultura/informe/default.htm>
- Villarreal, Juan (1997). *La exclusión social*. Buenos Aires: Norma.

Williams, Raymond (1980). *Marxismo y Literatura*. Ediciones Península.