

Cepeda Sánchez, Hernando

Industria, política y movimientos culturales: una lectura desde el fenómeno comercial  
del rock y el pop

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Vol. XV, Núm. 30, diciembre-sin mes,  
2009, pp. 85-104

Universidad de Colima  
México

Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31612027005>



*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*

ISSN (Versión impresa): 1405-2210

[pcultura@cgic.ucol.mx](mailto:pcultura@cgic.ucol.mx)

Universidad de Colima

México

# Industria, política y movimientos culturales:

*una lectura desde el fenómeno  
comercial del rock y el pop*

Hernando Cepeda Sánchez

## Resumen

La historia cultural se presenta como un espacio de alta conflictividad debido a la debilidad de su significado; variadas corrientes de pensamiento histórico y social se han adueñado indiscriminadamente del término ocasionando así un debate sobre su naturaleza. Este artículo fue incitado principalmente por la agudeza de la discusión, pero está propuesto como un documento que revise las tendencias tradicionales de la historia cultural sin descuidar los aportes teóricos más recientes. Como documento teórico, es poco en realidad lo que se atreve a decir sobre los casos concretos de Latinoamérica, aunque explícitamente el análisis ronda por las problemáticas del subcontinente americano. Principalmente, este texto observa el papel del sujeto como el constructor de su propia historia y para ello analiza tres aspectos centrales: El consumo de bienes culturales (Industria), la promoción de ellos (Políticas culturales) y las formas de resistencia generadas por medio de los artículos culturales (Movimientos culturales). Se observa que la existencia de la cultura está directamente relacionada con el establecimiento de las políticas que favorecen la promoción de los bienes culturales, pero que éstos asumen significaciones relacionadas con los intereses individuales de los sujetos consumidores.

Palabras clave: Consumo, Políticas Culturales, Resistencias, Apropiación, Movimientos Sociales

## Abstract

### Industry, Politics and Cultural Movements. A Perspective from the Commercial Phenomenon of the Rock And Pop

The cultural history is shown as a difficult space owned to the weakness of its meaning; different streams of historical and social thought have appropriated indiscriminate of the concept, causing in this way an intense debate around it. This article was inspired mainly because the sharpness of the discussion, but is thought as a document that observes the traditional tendencies of cultural history taking into account the more recent contributions. As a theoretical document, it does not say much about the specific case of Latin America, although the analysis explicitly observes the problematic of the American subcontinent. Mainly, this text observes the subject's participation as the builder of his own history analyzing three central aspects: consume of cultural goods (Industry), the promotion of them (Cultural policies), and the resistance forms generates through the cultural goods (Cultural movement). It is possible to see that culture is directly related with the established of policies that help the cultural goods' promotion, but those assumed different meaning related to the personal interest of the consumers.

Key Words: Consume, Cultural Policies, Resistance, Appropriation, Social Movements.

**Hernando Cepeda Sánchez.** Colombiano. Historiador de la Universidad Nacional de Colombia, magister en historia de la Pontificia Universidad Javeriana, actualmente es profesor de la Universidad del Rosario y de la Universidad Cooperativa de Colombia; hernando.cepeda@gmail.com

La historia de la cultura, o quizá la historia cultural, experimentó fuertes transformaciones el siglo pasado, debido en parte a los constantes cambios en el *ethos* simbólico de las colectividades, pero principalmente por los alcances que obtuvo el concepto *cultura*. En él se llegaron a agrupar expresiones sociales variadas: estilos de vida, modelos de representación, organización de la vida social y formas de pensamiento grupal (Giménez, 1999: 120); pero siguieron teniendo gran importancia las expresiones artísticas tales como la música, la pintura, la escultura, el cine, entre muchos otros estilos que vitalizan el concepto de *cultura*. Debido a la orientación de este texto se tendrán en cuenta las definiciones relacionadas con las expresiones artísticas y, por ello, se parte de una primera aproximación sobre la *cultura* que dimensiona intencionalmente el componente artístico como elemento central en la constitución de lo cultural. Así, el concepto *cultura* es observado como la concreción de los rasgos expresivos y más sublimes de una comunidad; el resultante de la invención artística de agentes sociales que plasman en lo concreto o en lo abstracto las necesidades, los senti-

mientos, los temores, los deseos y, en general, las emociones individuales y colectivas de las agrupaciones humanas. Por supuesto este término no está relacionado exclusivamente con la producción artística de las capas dominantes, sino con el proceso creativo de los sujetos sociales. (Bell, xv) Este motivo permite comprender que la cultura no se desvanece en el aire y en el tiempo; por el contrario, está determinada por unos móviles históricos que hacen de la cultura un producto de la historicidad (Múnera, 1988:104. Touraine, 1978).

Desde la segunda mitad del siglo XX la cultura se presenta como un concepto híbrido, ecléctico, abierto a las diferentes expresiones artísticas. Las luchas sociales que protagonizaron cientos de individuos durante el siglo XIX por la obtención del reconocimiento de su ciudadanía y, tal vez, —aún sin conocer el concepto— por acceder al estatus de *sujeto* histórico, le permitieron a los agentes sociales del siglo XX defender la pertenencia a un estilo cultural. Al hacerse más extensivo el campo de acción de la cultura, el concepto se embotelló en el dilema tautológico de su existencia (Yudice, 2007:40). La cultura coexiste debido al ofrecimiento de ésta. Posiblemente se piense que la tautología cultural hace parte de todas las culturas a través del tiempo, y habría que reconocer que es cierto; la diferencia es que a mediados del siglo XX se hicieron extensivos los ofrecimientos en materia de cultura para una mayor cantidad de personas como nunca antes en la historia.

Si se observa a la cultura como un campo enorme que agrupa todas las manifestaciones artísticas, es posible ver las escasas diferencias entre el arte culto y el arte popular, aunque sobre ambas pese el sentido político otorgado. La capacidad de acceder a los bienes culturales, vistos desde la neutralidad valorativa, sencillamente denota un alejamiento entre los grupos que poseen algún tipo de capital cultural y aquellos que carecen de él (Bourdieu, 1984:87). Visto desde otra perspectiva, el arte y la cultura —sin que signifiquen lo mismo— son mecanismos de separación y segregación que utilizan las capas dominantes sobre las capas subalternas. Ya para mediados del siglo XX el fenómeno de la reproducción sonora se había expandido ampliamente, lo que determinó cambios radicales en los ámbitos de producción y de consumo del capital artístico (Adorno, 1969:176). La democratización del arte y el acceso de más individuos a los bienes culturales, transformaron la noción de cultura; asimismo, la relación entre los productores culturales, los sujetos que podían determinar cuáles eran los productos culturales; finalmente, también la capacidad de muchos individuos para acercarse al consumo del arte (Adorno, 1969:35-51).

La cultura no existe como *prenoción*; la cultura está determinada por la capacidad de los individuos para generar procesos sociales de significación que se transforman en mecanismos de exclusión (García Canclini, 2006:34). La segunda mitad del siglo XX es particularmente especial para comprender las relaciones entre los individuos, la cultura y los determinantes económico-políticos que la conforman. La rápida expansión de las formas artísticas, principalmente del cine y la música, permitieron que una mayor cantidad de individuos se acercaran a las manifestaciones artísticas. El arte, otrora de elites, reservado para las clases mejor acomodadas de la sociedad, permaneció escondido en los salones y teatros burgueses. La música de cámara, las zarzuelas, la ópera y ballet, entre muchos otros estilos artísticos de las elites, siguieron estando reservados para sus integrantes más tradicionales, mientras el arte popular se seguía expandiendo, tanto en formas como en términos numéricos por las distintas sociedades. Era evidente la distancia entre el arte de las elites y el arte de las masas o también llamado, arte popular. Sin embargo, la reproducción sonora acortó distancias porque más individuos pudieron aproximarse al arte que anteriormente estaba reservado para espacios sociales determinados; el arte de las elites se hizo más extensivo, aunque su consumo no reflejara este síntoma. Es precisamente en el consumo donde se observa la distancia entre ambos tipos de arte, porque los mecanismos de distribución y publicidad, los conciertos, la promoción de artistas, las locaciones para los espectáculos, se convierten en aparatos de exclusión, ligados a los procesos socioeconómicos que determinan la capacidad de consumo de los individuos.

Se puede comprender a la cultura como *tecnología de poder* por medio de la cual se pretende extender el control hegemónico de las capas dominantes sobre las capas subordinadas. Aunque la posesión de los medios de producción por parte de un agente determinan la dominación de un individuo sujeto en términos de dependencia económica, es demostrable que la constitución de la clase, tanto las dominantes como las dominadas, están determinadas por la capacidad de consumir un bien cultural que las distingue de los procesos de consumo de las otras clases sociales. La constitución de las clases sociales no depende exclusivamente de la acumulación de capital; por el contrario, su conformación está determinada por los valores culturales que comparten los miembros de una comunidad definida (Thompson, 1963:10). En otras palabras, los procesos de exclusión que se evidencian a partir de la apropiación cultural pretenden mantener una barrera entre las clases que permita consolidar la dominación económica y cultural.

Las investigaciones en torno a la cultura demuestran que es necesaria la dominación ideológica para la existencia de una clase dominante, de lo

contrario, lo único que queda de la confrontación clasista es una explotación directa sólo adaptable a los antiguos modelos de producción. El siglo XX presenta unos rasgos diferentes en los modelos de producción y, por lo tanto, una relación distinta entre la dominación de los medios de producción y los bienes culturales. Los preceptos de la libertad y de la democracia esbozados desde la modernidad, colisionaron severamente el papel del individuo en el proceso de producción económico, lo que conllevó a la búsqueda de nuevos mecanismos de dominación, subordinación y resistencia, para mantener el antagonismo de las clases sociales (Aziz, 1986:92).

Para la segunda mitad del siglo XX no se habla de clases dominantes en una sociedad determinada, debido a la integración de los modelos económicos que abrieron el espacio para pensar en economías y sociedades globalizadas. El papel de las burguesías nacionalistas en los países menos industrializados se debilitó debido a la penetración de las influencias culturales en las distintas sociedades, sin que existiera una verdadera oposición por parte de sus elites o de las clases gobernantes. Las alianzas políticas y de integración regional permitieron que el arte y la cultura de otros países se integraran al pensamiento artístico de las naciones dependientes. Antes del colosal fenómeno del rock y el pop de los años sesenta también hubo penetraciones culturales: el Blues, el Fox Trot, el Charleston, el Jazz, y muchos otros ritmos se escuchaban y se practicaban desde la Argentina hasta los países europeos; el folclor mexicano y argentino se había expandido con vigor por las naciones latinoamericanas. Hubo incluso un disimulado comercio entre el folclor colombiano y los países europeos y Estados Unidos, en donde éste obtenía una gran recepción.

La apropiación del arte se puede comprender como parte de un proceso histórico que atraviesa por unas etapas caracterizadas por la confrontación de clases, en el que se conforman al menos dos núcleos: aquel agente que produce una forma artística y aquéllos que invierten variados recursos para su apropiación. Volviendo al punto inicial, sobre los dilemas de la tautología de la cultura, se evidencia que el arte –y este caso se precisa una referencia al rock y al pop angloamericano de los sesenta– no tiene existencia en el vacío temporal y espacial; al contrario, su consolidación se debe a la existencia de agentes determinados que producen bienes culturales específicos dirigidos a ciertos individuos que los consumen. En esta relación las formas artísticas participan en los proyectos de dominación cultural, en los cuales participan aquellos gobiernos más interesados en expandir su influencia ideológica, y los Estados nacionales interesados en establecer y mantener vínculos comerciales, culturales y políticos con las naciones industrialmente adelantadas.

Los países más desarrollados de Occidente establecen procesos de dominación cultural sobre las sociedades dependientes. Las modas, los estilos y las tendencias culturales, no establecen criterios sobre la calidad artística de un producto sino del apoyo comercial para su distribución en el mercado (Aziz, 1986:88). Por lo tanto, se requiere la existencia de políticas culturales que favorezcan la difusión de un tipo determinado de arte, de lo contrario está condenado al destierro. Las políticas culturales son justamente las determinaciones adoptadas por un Estado para la promoción del folclor popular; se crean espacios acordes a la necesidad del producto, se promueven campañas y se intenta hacer extensivo el producto cultural a una mayor cantidad de público. Por supuesto, para que el modelo obtenga el resultado esperado, debe existir la contradicción entre clases para mantener la diferencia entre el arte de las elites y el arte popular.

Las políticas culturales están orientadas hacia la promoción de ambos tipos de arte. El arte culto, destinado para agentes sociales que cuentan con la *distinción* económica y los medios productivos para su consumo, se promociona con reservas; la publicidad y los espacios para su consumo son relativamente pequeños si se comparan con los medios utilizados por el arte popular. Por lo tanto, las políticas culturales cobijan el arte culto y el arte popular, pero de formas diferentes. Las denominaciones aún son borrosas: se habla de la cultura popular o de la cultura de masas como si fuera un mismo objeto, aunque claramente son distintas; de hecho, en Estados Unidos se definen las prácticas culturales populares como el arte de las masas, mientras que para América Latina es el folclor de los grupos subordinados (Yudice, 2007:118). Si existen políticas culturales y si el arte está regulado por su promoción en el mercado ¿por qué no consumir un solo tipo de arte, con preferencia el culto, que se entiende como el poseedor de las mejores cualidades estéticas?

Esta pregunta se despeja con hipótesis de orden político y económico, no por limitación cultural. Sobre la primera, existe una relación implícita entre cultura y dominación, lo que supone la utilización de manifestaciones artísticas como mecanismos para generar dominación. Los lectores de Foucault comparten que las sociedades se rigen por tecnologías de poder para mantener controladas las poblaciones y que, de hecho, la diferencia entre la sociedad punitiva y la sociedad disciplinaria, está en la dominación basada en mecanismos de introyección del orden para el comportamiento social de los individuos. En términos de productividad es más rentable internalizar un orden social específico que invertir en fuerzas y agentes para preservar el orden. Por otro lado, aunque las políticas culturales persiguen controlar el consumo cultural de los sujetos-receptores (De Garay,

1989:131), también está presente la relación de fuerzas entre la realidad del sujeto y sus deseos (Muñoz, 2000:23). La negatividad dialéctica de los frankfurtianos reconocía la necesidad de establecer limitaciones culturales entre quienes controlan el consumo del arte, para generar mecanismos de distinción entre lo culto y lo popular. No existe una sociedad igualitaria y mucho menos en términos culturales, por lo tanto, la dominación de los medios permite la expansión del poder de las clases dominantes sobre las clases subyugadas.

La confrontación cultural clasista durante el siglo XX permite la creación del arte de masas. Como el término anuncia, la masa es una colectividad de individuos carentes de propósitos y objetivos grupales determinados. Sin embargo, esta masa es propensa al consumo del arte antes que a la producción, más por razones de inversión en tiempo y formación, que por una carencia instintiva del arte. Ambas clases hacen una inversión y movilizan recursos tanto en la dominación como en la resistencia. Las clases hegemónicas, conscientes de la necesidad de generar un modelo cultural para controlar a la masa, hacen una alta inversión para la difusión de la cultura. Se crean radio estaciones al alcance de la sociedad, se generan espacios sociales y, en general, se establecen las condiciones para que el modelo de la cultura de masas tenga difusión. Desde el comienzo, los individuos que conforman la cultura de masas consumen un producto que está elaborado exclusivamente para esto, para su consumo. Es un bien cultural que ha sido diseñado por empresarios y no ha sido pensado por los intelectuales nacionales (Aziz, 1986:86).

A diferencia de otros períodos, la cultura de masas de la segunda mitad del siglo XX consolidó el negocio de la industria cultural. Por supuesto, la explicación más plausible se basa en el adelanto de las tecnologías de comunicación, aunque las transformaciones a nivel tecnológico no equivalgan directamente a la consolidación de la cultura de masas. Es preciso mirar el modelo que dirige la concepción de la cultura de masas para comprender el objetivo de la inversión en gastos culturales. El control de la sociedad a través de mecanismos *modernos*, es decir, que no atenten con la libertad del sujeto, es el primer objetivo de la inversión en la industria cultural (Muñoz, 2000:94). Para el caso latinoamericano de mediados de siglo, la inversión en recursos canalizados hacia el fenómeno del pop y del rock angloamericano, corresponde a la necesidad de alejar a las masas —grupos de sujetos sin empleo, con serias dificultades para asistir a la universidad— de las tendencias políticas del comunismo. Con la creación de ídolos juveniles, que son consumidos sin ninguna discriminación clasista por los sectores adolescentes y adultos de las sociedades latinoamericanas,



se crea un modelo cultural que consigue penetrar en la mentalidad de los jóvenes consumidores, quienes ingresan a la problemática de lo que *es* frente a lo que *debería ser*. El modelo norteamericano se ofrece como la panacea cultural del siglo XX y los latinoamericanos, como miembros destacados de las políticas del buen vecino y de “América para los americanos”, se siente en la obligación moral de consumir asiduamente los productos que le ofrecen la radio y algunos programas de televisión.

## Prácticas de apropiación

### *y de consumo*

Los sujetos ocupan posiciones en la estructura social de acuerdo a factores económicos, sociales e ideológicos que los caracterizan. No existe una dominación absoluta sin una respuesta de las clases dominadas, porque la dominación exige la presencia de demostraciones de resistencia para su supervivencia. Desde otra perspectiva, aun los agentes que consumen un determinado producto cultural son miembros activos del proceso, dada su capacidad de elección y su vocación para racionalizar el consumo de los bienes culturales (Pinçon, 1979:45; en: García, 2006:58). El problema radica en el comportamiento orientado por el consumo y la incapacidad del individuo para salir de esta dominación. Lo que se ha denominado el *habitus* permite entender que existe un comportamiento social determinado por unas estructuras que algunos llamarán inconscientes, otros naturales, pero que al final demuestran la impotencia del sujeto frente a la dominación estructural. Los sujetos –y se podría llevar el caso a los asuntos de la cultura latinoamericana a mediados del sesenta– consumen asiduamente un producto que se ofrece como una alternativa artística, pero que tiene como base un modelo cultural definido.

Los mecanismos de control son raramente explícitos y menos en la sociedad occidental de mediados del siglo XX. Durante todo este período la cultura americana fue vista como un bien cultural de prestigio. Después de algunas luchas interinas entre productores de jazz, blues y country, fue establecido un género comercial bautizado inicialmente como el rock and roll, pero que debido a la fuerte promoción que obtuvo culminó como música popular (*pop music*). El rock and roll desde sus orígenes se presentó como un ritmo libertario en términos sexuales, generacionales y en contradicción a los valores morales de su sociedad, pero fue recibido por una comunidad que poseía bienes de capital como radios y televisores, contaba con medios de difusión como las estaciones radiales, los canales televisivos y el cine y, además, en términos ideológicos, era una sociedad libre con la capacidad

de racionalizar el consumo de este producto. El impacto del rock and roll colisionó las políticas culturales norteamericanas y se ofrecieron espacios amplios y diversos para la difusión del ritmo, lo que hacía pensar a una Norteamérica con una población libre en términos de la modernidad pero que fue sometida a un control implícito con el ofrecimiento cultural.

En este sentido, el control cultural no depende exclusivamente del manejo gubernamental sino de la relación entre la industria cultural y las políticas culturales. En el caso estadounidense de mediados del siglo XX, se observa la movilización de recursos por parte de las elites por apropiarse de un movimiento subcultural de masas. Los agentes que crean el rock and roll no son los miembros de las colectividades del poder, pero el uso extensivo del ritmo sí estuvo relacionado con la permisividad por parte de estos últimos, para que el estilo cultural se propagara. La movilización de recursos, que se entiende como una alternativa política para las colectividades alejadas del poder, también se observa como un mecanismo utilizado por las clases dominantes, quienes organizan el sistema y la distribución de los recursos. La relación que se establece entre las políticas culturales provenientes del Estado y la industria cultural regida por el mercado, se basa precisamente en propósitos de dominación, que promueven el consumo un estilo artístico determinado. La industria cultural se presenta como un concomitante de los modelos fordistas y posfordistas que consiguen igualar el consumo de un producto y, con ello, la homogeneización de los consumidores. En esta lógica, la relación industria –política sí tiene una explicación más clara, porque las capas hegemónicas hacen uso de un producto que ya ha demostrado obtener favorabilidad en el gusto de las grandes masas consumidoras (Adorno, 1969:158).

Aunque el modelo empírico que ilumina esta abstracción teórica corresponde a las relaciones culturales en América Latina a mediados del siglo XX, es posible formular en términos netamente abstractos la relación entre dominación política, medios económicos y consumo cultural. La producción de un bien cultural está determinada por la disponibilidad económica y política para que este producto se comercialice; por este motivo se generan espacios y se movilizan recursos que permitan mayor efectividad con menor inversión. Sin embargo, desde esta perspectiva el individuo que consume es un objeto de la relación, carente de racionalidad para la medición de sus decisiones. Volviendo al primer punto de este ensayo, la cultura existe por su ofrecimiento pero no como valor absoluto; la cultura –entendida como el ethos de expresividad de comunidades e individuos– es el resultado de la plasmación de valores éticos y morales que obtienen una mayor aceptación en una sociedad. En esta lógica, el consumo de bienes

culturales se aparta de valores positivos o negativos; simplemente existen manifestaciones artísticas que obtienen mejores medios para su distribución y que, por lo tanto, alcanzan mayores índices de aceptación. El gusto por una expresión cultural se aleja de criterios artísticos, debido a la estrecha relación que guarda la fijación por un producto y la sociabilidad de éste (Gadamer, 2005). En otras palabras, los criterios del gusto dependen del concepto de belleza que se maneja en el campo social y, en esta medida, se comprende que los mayores índices de consumo denotan una relación directamente proporcional a la calidad estética del producto (Bourdieu, 1984:11, 56, 68, 175, 190, 231, 244, 374, 375, 379, 466).

Habría que preguntar si el arte de masas significa lo mismo que el arte para el pueblo, porque la masa no necesariamente significa el pueblo —como se comprende el término a partir del populismo— sino el grupo amorfo, heterogéneo e híbrido, que cuenta con unos medios suficientes para acceder al consumo de un bien cultural. El acercamiento al consumo está limitado por las condiciones económicas del sujeto consumidor, aunque en muchas ocasiones el producto se ofrezca y se salga de las limitaciones del capital; sin embargo, el consumo de un producto está destinado a los individuos que tienen la capacidad económica de adquirir unos medios para la reproducción casi ilimitada del producto; al fin y al cabo, el individuo que compra o accede a un producto está adquiriendo unos derechos de uso sobre el bien consumido. La industria cultural ofrece sus productos para que los individuos, quienes poseen radios y televisores y que además cuentan con recursos de tiempo para observar cómo su producto se mueve dentro del comercio, lo adquieran. En términos netamente estructurales, las clases medias y en parte las medias altas, son el destino ideal de los productos que ofrece la industria cultural. Las capas más desfavorecidas también se acercan asiduamente al producto de la industria cultural, pero cuentan a su vez con expresiones locales, barriales y propias, que se distancian de los bienes culturales comerciales.

El consumo del arte está mediado por criterios de distinción (Bourdieu, 1984 y García, 2006:8). La lucha por la hegemonía política está ligada a la dominación cultural y requiere el establecimiento de límites en los consumos de cada una de las clases. Independientemente del grado de modernidad alcanzado por la sociedad, existen fricciones entre quienes poseen los medios de producción y quienes venden su fuerza de trabajo. Las luchas en términos políticos simulan una mayor pasividad por parte de ambos sectores enfrentados pero, en realidad, desde el consumo se están generando relaciones de dominación implícitas que acentúan la distancia entre las clases; por lo tanto, el conflicto político se desarrolla en términos

simbólicos. Aparte de la disposición que una sociedad determinada demuestra para la difusión de una expresión artística, es fundamental comprender que el gusto también está limitado por variables individuales, las cuales se manifiestan desde la capacidad de acceder a capitales culturales que fortalecen el distanciamiento con las capas subordinadas. Si bien la industria cultural ofrece productos sin discriminación del consumidor, este último sabe que acceder al producto requiere una inversión que simplemente se ve reflejada en la distinción de su consumo. Este valor simbólico —la distinción— se ofrece como un bien adquirido tanto por la capacidad económica del consumidor, como por los valores culturales que tiene el comprador para elegir su consumo; es una acción que determina que el consumidor cuenta con la dominación económica en tanto tiene los bienes materiales, pero para alcanzar la dominación cultural es necesario demostrar que el consumidor cuenta con niveles de educación y de origen social distintos de los individuos que no pueden acceder al bien, tanto por la reticencia en términos de gusto, como por el rechazo en términos de inversión.

Ningún tipo de arte es exclusivo de una colectividad, simplemente se crean dispositivos de exclusión e inclusión para hacer de éste un arte popular o un arte de elite. Desde que se crearon los medios de reproducción sonora masivos, las relaciones de apropiación son distintas, porque los intermediarios están vinculados con las fuerzas de poder político y utilizan la cultura para fines determinados. La persecución de un objetivo político, sea éste progresista, retardatario o nacionalista, necesariamente recurre a la manipulación del arte o la cultura, como un medio para la propagación de las ideas (Bell, 1986:83). No es casualidad ni coincidencia que existan ritmos que se propaguen con mayor vertiginosidad que otros; tampoco la mayor distribución habla de una mejor calidad artística; simplemente, existen acciones racionales tanto en la producción como en el consumo, y se podría añadir que en la distribución, que permiten la mayor comercialización de un estilo definido de cultura.

La masificación del arte y la cultura dependen de los intereses políticos ceñidos sobre un bien cultural. Sin importar los términos valorativos del bien que se persigue, los miembros cercanos a las cúpulas del poder determinan las posibilidades para la distribución de un bien específico. Aquí el problema de las clases vuelve a ser determinante, porque los actores dominantes consideran que sus bienes culturales merecen mayor atención, mientras que los intereses del pueblo se consideran de menor importancia. La diferencia está en el papel que desempeña la industria cultural a mediados del siglo XX para la localización de los bienes culturales. La mediación de la industria cultural, y sus fines claramente lucrativos, quebrantan la

barrera que alejaba el arte de las masas, del arte de la elite; se presenta un acercamiento más pronunciado entre los bienes artísticos de todas las capas sociales, siendo el valor comercial de un bien el que dictamine la consagración como un producto de distribución popular.

El consumo de un producto cultural adquiere caracteres valorativos en un campo social determinado, por lo cual se entiende por qué un producto cultural determinando puede ser adecuado para una sociedad pero no para otras. Las políticas culturales determinan el grado de aceptación de los bienes culturales. Sin embargo, las apropiaciones también se presentan por parte de agentes que no están completamente regulados por las políticas culturales, creando espacios y alternativas frente a los bienes culturales aceptados. Las políticas culturales se pueden comprender como prácticas orientativas sobre los bienes artísticos que puede consumir una sociedad, mientras que las apropiaciones que hacen las subculturas se comprenden como mecanismos de resistencia frente al control social y cultural. Tanto las políticas culturales como las subculturas, se apropian del origen de un bien cultural, pero lo manipulan de diferente forma: las políticas culturales pretenden generalizar un bien artístico; llevar a las masas lo que consideran un bien cultural adecuado para la distracción y formación de una comunidad. Por otra parte, las subculturas se enfrentan inicialmente a estas políticas culturales, porque el arte que intentan apropiarse no está completamente mediatizado por la industria, no se distribuye con la misma agilidad que el otro tipo de arte y encuentra oposición para ampliar su consumo. Estas subculturas tienen necesariamente que invertir descomunales esfuerzos para acceder a estos bienes, aprender por medios empíricos o autodidactas las prácticas de reproducción y generar sus propios espacios de distribución para la proliferación del arte.

Las apropiaciones, como su nombre lo indica, son procesos mediante los cuales agentes sociales adquieren parte de un producto que no les pertenece; son acciones racionales y premeditadas que persiguen adquirir un bien material o simbólico, sin importar los riesgos y las inversiones en términos sociales y económicos que enfrenten. Las apropiaciones culturales están mediadas por los medios de información que hacen una apropiación previa del bien cultural para su posterior distribución, o son apropiaciones que dependen de la voluntad racional de agentes individuales que persiguen un producto cultural de difícil acceso. Esta última tendencia depende del esfuerzo de los agentes sociales, pero también del capital cultural que poseen estos individuos para acceder a este producto cultural. Los medios de comunicación redujeron las distancias espaciales y temporales, pero la relación conflictiva entre clases populares y clases altas no disminuyó; por

el contrario, los adelantos tecnológicos permitieron que los sujetos con mayores posibilidades de acercamiento a las nuevas tecnologías, continuaran dominando culturalmente a sus contrapartes. Aunque los bienes culturales se democratizaron, se preservaron reductos artísticos que se pusieron a la vanguardia de las generaciones, y hacia estos objetos fue que se orientó la apropiación de mediados del siglo XX.

En general, los procesos de apropiación de esta época fueron regulados por los medios de comunicación; se ofrecieron mayores productos a través de la radio que de la televisión, pero una gran mayoría de los bienes culturales se desplazó y se desterritorializó a través de los medios audiovisuales (Marafioti, 1996:8). Las apropiaciones propiamente entendidas como los esfuerzos por adueñarse ya no del producto elaborado, sino de los medios de producción para su elaboración, se comprenden como procesos internos del sujeto que busca ser actor de su propia existencia (Touraine, 1997:109). El movimiento que hace un individuo que consume un determinado bien cultural con el objetivo de reproducirlo, implica que este agente tuvo que invertir una gran parte de su capital económico y cultural para acceder a la disposición estética de consumir y producir un bien determinado (Bourdieu, 1984). El gusto, al igual que la cultura, no existe como pre-noción, sino como el resultado de una batalla social entre las disposiciones éticas y morales de la sociedad, pero también, de las disposiciones éticas y morales del individuo. Independientemente de las políticas culturales que disponga una sociedad, el individuo puede acceder al consumo de bienes culturales, que seguramente no encuentran medios de difusión y que no hacen parte del gusto de la mayoría de la sociedad. El esfuerzo por producir los bienes culturales que no le pertenecen a su comunidad, puede ser interpretado como un objetivo político y social de contrarrestar la influencia cultural de las políticas culturales, o sencillamente, porque detrás de la utilización del arte se agazapan fines políticos de verdaderas y profundas transformaciones sociales.

El propósito central de cualquier tipo de apropiación es la dominación de un bien cultural, tanto desde la parte del consumo, como desde la parte de producción y distribución del mismo. Al ser una acción racionalizada necesariamente tiene destinos políticos que consisten en aportar socialmente con un nuevo bien cultural. La apropiación —en contravención a lo dicho hasta ahora— es un proceso mucho más complejo que la simpleza de la imitación; comienza con unos rasgos de emulación, no solamente de la parte estética del producto, sino también del contenido y el discurso social que lo caracterizan, pero finaliza en una práctica de dominación del bien apropiado. Todo el proceso mediante el cual un producto cultural es some-

tido a la apropiación, se debe entender como la consecuencia de una acción premeditada y pensada racionalmente, que contiene unos objetivos sociales determinados y que, por lo tanto, mantiene propósitos de transformación. El sentido político de estas acciones es primordialmente la transformación de los bienes culturales tradicionales de una sociedad, que desafían el sentido cultural y hegemónico de las viejas capas dominantes, dado que deslegitiman el discurso sobre los bienes culturales y patrimoniales de su comunidad y aportan un producto que no les pertenece.

## **Formas de asociación**

### *y de resistencia*

Existen tipos diversos de colectividades, que se congregan por variados motivos y que persiguen causas distintas. El campo de los movimientos sociales ha invertido una gran parte de su tiempo, intentando definir y comprender la magnitud de los fenómenos sociales que tienen presencia constante y vigente a lo largo de la historia. Quizá, una de las preguntas más atractivas para los analistas sociales es la motivación que permite que sujetos desconocidos se congreguen en comunidades temporales y generen patrones de identificación entre ellos mismos (Douglas, 1990:39). Los objetivos políticos por los cuales se orientan las comunidades temporales, que también se podrían denominar movimientos sociales, solamente explican una parte de la congregación, pero dejan irresuelta la incógnita sobre las motivaciones humanas, racionales, modernas, para que individuos de diversa extracción social, cultural y política, participen en colectividades sociales y adopten rasgos de pertenencia a una comunidad determinada. La única colectividad contemporánea que no requiere de espacios y tiempos posiblemente sea la nacional, porque las demás manifestaciones sociales grupales están supeditadas a unos espacios sociales definidos, a unas fechas conmemorativas específicas y a unos móviles sociales que afectan positiva o negativamente a la comunidad. Los individuos que conforman estas colectividades humanas hacen sacrificios en términos morales, temporales y económicos, y esperan que otros individuos hagan lo mismo por ellos para completar el objetivo de la congregación social (Olson 1965, Margolis, 1982).

Los movimientos culturales son diferentes a los movimientos sociales, porque no guardan una misma estructura organizacional, no tienen una duración en el tiempo, y posiblemente no establecen un adversario claramente definido. Además, los movimientos culturales solamente aparecen como manifestaciones colectivas alrededor de las demostraciones artísticas y los conciertos, pero carecen de una motivación para la perdurabilidad

en el tiempo. Sin embargo, el aporte de la cultura, y en este caso de la música, es fundamental para la comprensión de las acciones sociales que protagonizaron los jóvenes en Latinoamérica y en muchos otros países a donde también llegó el fenómeno de la cultura de las masas. Por supuesto, la mayor diferencia entre las acciones de los movimientos sociales y los movimientos culturales se encuentran en la finalidad de sus objetivos. El movimiento cultural persigue asentar unos patrones de gusto, estilo e identidad; mientras que el movimiento social se reúne para demandar cambios sociales, manifestar inconformidades políticas o para establecer espacios de debate sobre las problemáticas de sus comunidades.

De cualquier manera, el espectro de análisis contempla ambos movimientos a raíz de la congregación de individuos en grandes colectividades, que participan en eventos por voluntad propia y generan motivaciones individuales para acceder al movimiento. Las instancias en que se asemejan ambos movimientos son los momentos más álgidos de la lucha social, que para el caso de las movilizaciones políticas resultan en huelgas, protestas y mítines políticos en contra del sistema; mientras que el movimiento cultural también manifiesta grados de cohesión social en las peñas folclóricas, los conciertos y en general, en eventos en los que se presentan las muestras más significativas del arte de la comunidad. Lo que interesa resaltar de esta comparación es la estructura de ambos movimientos que permite que individuos de diferentes clases, razas, etnias y sexos, se congreguen en espacios semejantes y comulguen con una misma causa, ya sea ésta política o cultural, pero que de cualquier forma implica una medición de los recursos del sujeto para obtener algún tipo de beneficio por la inversión en la acción social (Ibarra, 1992:12).

La identidad grupal y las formas de resistencia son los elementos que cohesionan estas colectividades. La identidad es el factor que permite hablar de agrupaciones; se espera que una comunidad, de cualquier tipo que sea, preserve grados elevados de identidad en cada uno de sus miembros para mantener vigente la cohesión grupal. Las identidades son variadas y existen múltiples tipos de ellas (Tilly, 1996:4-14). Se planteaba que las identidades contenían un aspecto estructural clasista que impedía la escapatoria de sujeto de la relación impuesta por las fuerzas económicas; sin embargo, los debates entre marxistas y neo marxistas han permitido comprender que las identidades mantienen un componente de clase, pero que no es determinante para la composición de la identidad. Existen por el contrario una serie de factores, casi todos ellos de orden simbólico y cultural que son los que permiten elaborar y constituir las formas identitarias grupales. Los individuos de una comunidad se congregan entre sí porque



comparten unas prácticas culturales y de clase que los hace semejantes, pero que no dependen exclusivamente del capital económico acumulado por el sujeto (Bourdieu, 1989:29). La posición en la esfera económica genera un alejamiento entre las clases altas, medias y bajas, pero el distanciamiento se observa con mayor claridad en la forma en que se producen y se consumen las mercancías culturales (Castells, 1983:168). Por este motivo, las demostraciones identitarias contienen expresividades más culturales que económicas, porque el proceso de cohesión grupal depende de unas prácticas de consumo y producción artísticas en donde quedan reflejadas las políticas de exclusión e inclusión en una colectividad.

Aunque no sea posible establecer criterios deterministas sobre la racionalidad del sujeto en la acción participativa en un movimiento colectivo, queda claro que un individuo se incorpora a una colectividad porque comparte unos valores culturales que lo identifican con el resto de miembros de su comunidad. Las cohesiones grupales dependen de un discurso legitimador que justifique la existencia de la comunidad imaginada, por lo cual es preciso que las figuras más importantes de las colectividades –algunos hablarán de los intelectuales– inventen, reinventen o simplemente, que descubran las tradiciones de la comunidad. Los movimientos sociales requieren la utilización de la cultura como una estrategia para fortalecer los lazos de integración de su comunidad, para lo cual se comparten estilos musicales, modelos de ropas y modismos en el lenguaje, entre otros. Por otra parte, los movimientos culturales tienen que justificar su existencia con una argumentación que valide su acción social. Dependiendo del objetivo inicial, el movimiento cultural puede ser reaccionario frente a las transformaciones generadas por la fuerza de la globalización o progresista ante los valores retardatarios de su sociedad. En cualquiera de los casos, el movimiento depende necesariamente de la construcción de ideas sobre sus orígenes, su presente y vaticine algunos de los posibles cambios que pueden suceder después de su existencia. La legitimación de la creación del movimiento está supeditada a la praxis cognoscitiva –*cognitive approach*– para que los individuos generen e internalicen una realidad a partir del intercambio de ideas con el resto de sujetos que conforman la colectividad (Eyerman, 1998:23).

Frente a las transformaciones estructurales que imponen y exigen los movimientos sociales, están las demandas individuales que encumbran a los movimientos culturales. Es verdad que estos últimos raramente modifican la estructura económica de una sociedad; generalmente se alejan de las problemáticas internas referentes a las desigualdades sociales, las injusticias políticas y la falta de oportunidades en una sociedad como la

capitalista, pero porque su objetivo no es la transformación histórica de su comunidad sino la transformación de la figura del *sujeto* (Touraine, 1997:21). Para que un individuo X en una sociedad X consiga modificar las condiciones en que se desarrollan las experiencias de vida, personales y colectivas, tiene que remover las adoquinadas estructuras mentales, más o menos lo que Bourdieu denominaba como el *habitus*, para que este individuo se pueda convertir en actor de su propia historia. Los movimientos culturales, que también se denominaron en algún momento movimientos históricos (Touraine, 1997:115), se caracterizan por un rechazo implacable de los bienes culturales de una sociedad determinada; se enfrentan a las identidades nacionales, regionales y grupales que le impone el pasado histórico; generan la idea de que critican con vehemencia cualquier tipo de encasillamiento, rechaza su posición relativa frente a la estructura social y se aferran a la posibilidad de crear para sí mismos una historia diferente. Los movimientos culturales se destacan porque ofrecen las condiciones más claras para el desarrollo del sujeto, entendido como el proceso mediante el cual el individuo invierte todos sus bienes culturales y muchos materiales para acceder a un estadio de productividad intelectual que le permita acceder a la creación de su propia historia.

Cualquier acción que implique un desplazamiento social puede ser comprendida como una demostración de resistencia, porque enfrenta imposiciones o pretende cambiar los modelos políticos, sociales o culturales de su sistema de acción histórico. Por supuesto, el tipo de acción que se comprende como resistencia obliga la existencia de por lo menos dos actores en un mismo escenario que comparten una misma comunidad y una misma época. La correlación que se establece entre estos dos actores —los dominantes y los dominados— es necesariamente conflictiva, puesto que ambos esperan obtener un mayor beneficio en el intercambio de recursos; por este motivo, ambos agentes sociales movilizan cada uno de sus instrumentos para fortalecer la relación. Los dominantes pretenden preservar su posición privilegiada, para lo cual se generan discursos hegemónicos que respaldan y justifican su posicionamiento. Apelan al arte, a la cultura, a la educación; movilizan recursos políticos y sociales; hacen inversiones en sus comunidades y, en general, crean procesos de distinción que legitiman el carácter dominante de su posición. Por el contrario, las capas dominadas se enfrentan a una situación más compleja, por lo cual sus integrantes diseñan alternativas de supervivencia que disminuyen la dificultad de existir como actor dominado. Las formas de resistencia, que deben ser entendidas como parte de los recursos a los que apela un sujeto dominado, se convierten en la mejor alternativa para soportar las demandas de los actores

dominantes. Los movimientos sociales, en cualquiera de sus modalidades se entienden como formas de resistencia directa, porque hacen explícita la inconformidad que tiene una gran parte de la sociedad con los actores que dominan el sistema; se congregan individuos con el objetivo de modificar las relaciones de dominación; hacen protestas, huelgas, que tienen como destino los actores dominantes, y en muchas ocasiones, apelan a las armas como forma de resistencia legítima frente a los abusos que cometen las capas hegemónicas.

Los movimientos culturales apelan a un tipo de resistencia menos explícito porque no se enfrentan directamente al sistema, pero soportan mejor la conflictiva relación de dominación. Su estrategia consiste en debilitar el discurso hegemónico de las elites por medio del ofrecimiento de un producto cultural ajeno a los bienes artísticos consumidos por los miembros de una colectividad. Como se observaba anteriormente, estos movimientos no se definen por una visión progresista o retardataria, sino que aparecen como demostraciones de resistencia ante las demandas de consumo cultural que ejercen las capas dominantes y sus productos. Las resistencias culturales o simbólicas –porque disputan bienes simbólicos– son estrategias de resistencia diarias que no requieren planificación ni permanencia en el tiempo y que presenta como líderes a productores culturales, que están comprometidos con la creación cultural antes que con la resistencia política. Sus productos pueden ser utilizados en múltiples ocasiones y para diversas necesidades, debido a que el significado depende del consumo y no de la producción.

La dialéctica del consumo cultural muestra un panorama amplio y conflictivo porque el sujeto consumidor pierde su posición estática para protagonizar eventos de resistencia alrededor de la utilización de bienes culturales. Cada uno de los agentes participantes de la relación son miembros fuertemente activos dadas sus motivaciones en la producción de los bienes; tanto los productores como los consumidores significan y resignifican los productos, otorgando así valoraciones éticas y morales sobre los bienes simbólicos. En este sentido, la disputa por la hegemonía cultural, entre los dominantes y los dominados, contiene aspiraciones políticas que deben ser entendidas exclusivamente desde un momento histórico determinado y espacio geográfico particular.

Las políticas culturales, la industria cultural y los movimientos culturales están así fuertemente cohesionados por la disputa que se genera alrededor de la dominación de los bienes simbólicos. En el caso del fenómeno comercial del rock y del pop de la segunda mitad del siglo XX, los tres ejes obran

bajo una dinámica cíclica; aparece la manifestación cultural –el rock and roll como resultado de la fusión de ritmos más tradicionales como el blues, el jazz y el rythm & blues– que necesariamente requiere la utilización de espacios y locaciones para su distribución y que son halladas en el comercio de las casas discográficas. Estos agentes que obran como intermediarios entre los individuos y el producto cultural, se encargan también de encontrar el beneplácito requerido para la distribución de los bienes artísticos; utilizan el mercado, la publicidad y los medios audiovisuales como los peldaños para acceder al gusto general de una comunidad, lo que al mismo tiempo favorece el grado de aceptación que requiere el producto entre el gusto de las capas dominantes de una sociedad. La generalización y la vulgarización de las expresiones artísticas provenientes de los movimientos culturales, provocan que otros agentes inicien el proceso de resistencia, para generar nuevas demostraciones simbólicas que inicialmente pueden ser entendidas como prácticas subculturales y de resistencia, pero que en conjunto con el consentimiento de las políticas culturales y la industria cultural, alcanzan grados elevados de aceptación que dictaminan su masificación.

## Bibliografía

- Adorno, Barthes, Benjamin, Marcuse, Kristeva, McLuhan, Panofsky (1969). *Teoría da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Editora Saga.
- Aillón Valverde, Alex (2002). *Para leer el pato Donald desde la diferencia: comunicación, desarrollo y control cultural*. Quito, Universidad Andina Simón Bolívar – ABYA YALA – Corporación Editora Nacional.
- Aziz, Alberto (1986). *Cultura de masas, medios de difusión y culturas subalternas*. México, Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Año/Vol. 1 Núm. 001. Universidad de Colima, pp. 79-96.
- Barbero, Jesús Martín (2002). *Imaginario de nación. Pensar en medio de la tormenta*. Bogotá, Cuadernos de nación.
- Beck, Ulrich (comp) (2002). *Hijos de la libertad*. México. FCE. Primera edición en alemán, 1997.
- Bell, Daniel (1996). *The Cultural Contradictions of the Capitalism*. Primera edición, 1976. New York, Basic Books.
- Benítez, Raúl (coordinador) (1983). *Las clases sociales en América Latina. Problemas de conceptualización*. México, Siglo XXI, octava edición.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Originally published in 1979 by Les Editions de Minuit, Paris. Copyright by the president and fellows of Harvard College and Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Bourdieu, Pierre (1989). “El espacio social y la génesis de las ‘clases’”, en: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas [en línea] 1989, III (007):[fecha de consulta: 15 de julio de 2008] Disponible en: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31630703>> ISSN 1405-2210.

- Douglas, Mary (1996). *Cómo piensan las instituciones*. Madrid, Alianza Editorial. Primera edición, 1986.
- Eyerman, Ron, Jamison Andrew (1998). *Music and Social Movements. Mobilizing Traditions in the Twentieth Century*. Cambridge University Press.
- Feixa, Carlos (1994). “De las bandas a las culturas juveniles”, en: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. México, Universidad de Colima, volumen 5, número 15.
- Garay, Adrián de (1989). “Prolegómenos al estudio de la cultura rock”, en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* [en línea], II (006):[fecha de consulta: 15 de julio de 2008] Disponible en: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31620605>>.
- García Canclini, Néstor (2006). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, Gedisa.
- Giménez, Gilberto (1999). “La investigación cultural en México. Una aproximación”, en: *Perfiles latinoamericanos*. México, año 8, número 15.
- Ibarra, Pedro (1998). *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid, Trotta.
- Marafioti, Roberto (editor) (1996). *Culturas nómades. Juventud, culturas masivas y educación*. Buenos Aires, Biblos.
- Margolis, Howard (1982). *Selfishness Altruism and Rationality. A Theory of Social Choice*. Cambridge University Press.
- Melucci, Alberto (2001). *Vivencia y convivencia. Teoría social para una era de la información*. Madrid, Trotta.
- Múnera Ruiz, Leopoldo (1988). *Rupturas y continuidades. Poder y movimiento popular en Colombia. 1968-1988*. Universidad Nacional de Colombia. Iepri, Cerec.
- Ochoa Gautier, Ana María (2003). *Entre los deseos y los derechos. Un ensayo crítico sobre las políticas culturales*. Bogotá, Ensayo crítico.
- Olson, Mancur (1965). *The Logic of Collective Action*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- Scott, James (1985). *Weapons of the Week. Everyday Forms of Peasant Resistance*. Yale University Press.
- Scott, James Campbell (2000). *Los dominados y el arte de la resistencia: discursos ocultos*. México, Era.
- Tarrow, Sidney (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid, Alianza Editorial.
- Tilly, Charles. *Citizenship, Identity and Social History*. Cambridge, Press Syndicate of the Cambridge University, 1996.
- Touraine, Alain (1997). *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Buenos Aires, FCE.
- Yúdice, George. *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona, Gedisa, 2002.

**Recibido: 21 de abril de 2009    Aprobado: 17 de septiembre de 2009**