



La música popular como “recurso cultural” de protesta y resistencia. El caso Calle 13.¹

TILLET, Agustín²

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra³

Septiembre 2012

Palabras claves: industria cultural, representación e identidad, resistencia y transformación, simulacro, recurso.

Introducción

Las industrias culturales⁴ han desempeñado un rol elemental en la consolidación de las identidades nacionales de los países latinoamericanos. Inicialmente, la industria editorial de publicaciones periódicas en el siglo XIX, y la del libro, en las primeras décadas del siglo XX. Asimismo, el auge de la radio y la música popular hacia 1930,

¹ Ponencia presentada en I Jornadas de Estudios de América Latina y El Caribe. Mesa: Comunicación, cultura y política. Buenos Aires, 26, 27 y 28 de septiembre de 2012. Véase Programa [en línea] <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/PROGRAMA-FINAL-I-Jornadas-de-Estudios-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

² Sociólogo (UCES). Cursa la Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural (IDAES). tillet9@hotmail.com

³ Socióloga (UCES). Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA). a-rades@live.com.ar

⁴ De la amplia bibliografía respecto de la *industria cultural*, tomamos la conceptualización de Bustamante (2003) para quien produce creaciones a partir de los tres grandes sistemas simbólicos: sonidos, imágenes y letras. En tanto estructura productiva, abarca los complejos editorial (libros, diarios y revistas), audiovisual (cine, TV, multimedia), sonoro (radio y discos). Una característica importante es que los productos culturales son *bienes indivisibles e inagotables*, su consumo no destruye el producto ni anula su disfrute por otros usuarios. creativos individualizados, reproducidos sobre soportes materiales, en copias adquiridas privativamente, que se financian con el pago del consumidor según un mercado masivo pero históricamente segmentado.

el cine en las décadas de 1940 y 1950, y luego la televisión a partir de 1960, han efectuado el doble beneficio de dinamizar las economías y forjar el imaginario cultural de las naciones. (Yúdice 2001). En el marco de la reconfiguración de las industrias culturales, el objetivo de esta ponencia es reflexionar respecto de la música popular latina como instancia de expresión/representación, protesta y resistencia cultural.

Utilizando la noción de *cultura como recurso* de Yúdice (2002) proponemos pensar el modo en que ciertas demandas sociales se valen de la música, y de qué manera nociones globales como diferencia cultural y ciudadanía cultural se difunden dentro de campos de fuerza específicos.⁵ De acuerdo con Yúdice, la cultura pasó a ser el terreno donde se forjan las nuevas narrativas de legitimación con el objeto de naturalizar el desiderátum neoliberal de expurgar al gobierno de lo social. El neoliberalismo reintroduce, por tanto, la expectativa de que las “instituciones de asistencia” se sitúen en la sociedad civil y, en menor medida, en el gobierno (Yúdice 2002:137).

Al inicio daremos marco teórico a la *perspectiva instrumentalista de la cultura* de Yúdice con la *concepción materialista de la cultura* que desarrolla Stuart Hall en “La deconstrucción de lo popular” (1984). Entendiendo a la cultura como un campo de batalla constante, Hall propone la idea de una “lucha cultural” jamás concluida, en la que las victorias o derrotas son siempre incompletas y no definitivas; y sin embargo, constituye un terreno fértil sobre el cual fundar una nueva sociedad y nuevas identidades. No obstante, las industrias culturales tienen la capacidad de adaptar y reconfigurar constantemente lo que representan; y mediante la repetición y la selección, imponer e implantar aquellas definiciones de nosotros mismos que más fácilmente se ajusten a las descripciones de la cultura dominante.

⁵ En lo que sigue utilizaremos “campo” en sentido bourdiano. Recordemos que un *campo* es una red de posiciones objetivamente definidas a partir de su existencia y de las determinaciones que ellas imponen a sus ocupantes en la estructura de las distribuciones de las especies de capital o de poder puestos en juego; y a la vez definidas por su relación objetiva respecto de otras posiciones. Así pues, el campo se constituye por la existencia de un capital común -conocimientos, habilidades, poder, competencias- y la lucha por su apropiación. Al mismo tiempo, se percibe cierta jerarquización entre quienes detentan el capital en juego y aquellos que aspiran a tenerlo. Además, los campos sociales son espacios de juego históricamente constituidos, con instituciones específicas y leyes de funcionamiento propias. (Bourdieu 1997). En suma, la industria cultural es, en efecto, un campo cuyas esferas (música, teatro, danza, cine, artes plásticas, etc.) devienen campos de poder específicos.

Luego, y a partir de ambas perspectivas, tomaremos a modo de ejemplo el grupo de reggaetón Calle 13⁶ y discutiremos el mensaje que difunden valiéndose de los alcances de la industria de la música.⁷ Consideramos interesante analizar el modo en que producen y difunden discursos reivindicatorios preguntándonos respecto de la autonomía de este grupo, considerando que se halla determinado por la red de colaboradores e intermediarios culturales de la propia industria del entretenimiento mundial.

Algunas consideraciones teórico-conceptuales

La hegemonía cultural

Dentro de la cultura, la marginalidad, si bien permanece en la periferia de la amplia tendencia cultural, nunca ha sido un espacio tan productivo como lo es ahora. Y esto no representa simplemente una apertura por la cual aquellos que están afuera pueden ocupar los espacios dominantes. Es también el resultado de la política cultural de la diferencia, de las luchas sobre la diferencia, de la producción de nuevas identidades, de la aparición de nuevos sujetos en el escenario político y cultural. (Hall 2010: 289).

Es sobre esta característica de la cultura como un lugar en disputa, y nunca como un todo acabado, que nos centraremos. Creemos que “la

⁶ Calle 13 es un dúo de reggaetón, y hip-hop de Puerto Rico compuesto por dos medio hermanos: René Pérez, conocido como Residente, y Eduardo Cabra, Visitante. Sus sobrenombres provienen de la identificación que tenían que dar al guardia de seguridad para entrar a su casa en Trujillo Alto. René es el cantante y escritor, y Eduardo canta en coros, también escritor y pianista. Su hermana, Ileana Cabra, llamada PG-13, contribuye en algunas canciones con voz femenina. El nombre Calle 13 proviene del nombre de la calle donde crecieron en Trujillo Alto. A fines del 2005 lograron lanzar su primer disco llamado "Calle 13", el cual recibió malas críticas. Han sido nominados al Grammy latino por sus éxitos "¡Atrévete te, te!" y "Chulin Culin Chunfly", en esta última hace dúo con Julio Voltio. Ganadores de 5 premios Grammy latino de los cuales 2 son a la mejor canción urbana, 2 al mejor álbum de música urbana y 1 a mejor video clip versión corta, además ha ganado el Grammy al mejor álbum de música urbana y un MTV music award al artista promesa, también participó en la edición de viña del mar 2008 en donde el dúo se llevo los galardones máximos. Después de alcanzar fama, Calle 13 se ha convertido en uno de los más solicitados por otros artistas de reggaetón y ha colaborado con algunos de ellos, cantando o escribiendo canciones.

⁷ Hacia el final anexamos una selección de canciones referidas a la cuestión latinoamericana.

hegemonía cultural no se refiere nunca a la victoria pura o a la dominación pura, no es nunca un juego cultural en el que la suma deba ser cero; se refiere siempre a los cambios en la balanza de poder en las relaciones de cultura, acerca de cambios en las disposiciones y configuraciones del poder cultural, no trata de salir de él.” (Hall 2010: 289). En este sentido consideramos de gran importancia los “pequeños” espacios que puedan ganarse en esta lucha, ya que de una manera u otra, (re)configuran las disposiciones del poder, inclinando la balanza hacia cierto lado, manifestando en distintos grados algún tipo de diferencia, de novedad, por muy limitados que sean. Claro que lo que suele suceder, por la general disposición del campo de la cultura, es decir, por la dominación cultural y la hegemonía que mantienen las industrias culturales, es que *inclusive* esos pequeños espacios estén regulados y custodiados. De todos modos, si bien lo que muchas veces “reemplaza a la invisibilidad es cierta clase de visibilidad cuidadosamente segregada, regulada” consideramos que “el hecho de nombrarlo como “lo mismo” simplemente no ayuda” (Hall 2010:290) a su entendimiento y comprensión, sino más bien debemos hacer eje en esa diferencia que se está marcando, en esa alternativa, en cómo eso afecta la (desigual) disposición de fuerzas dentro del campo de la cultura. Investidas dentro de ese contexto más general del cual también ellas forman parte, se lo quiera o no, y del cual no se puede “escapar”, las distintas manifestaciones que se ponen en juego dentro del ámbito de la cultura, más allá de las intenciones de sus ejecutores y productores, terminan muchas veces transformándose en mercancías y de ese modo entrando de lleno en “los circuitos de la tecnología dominante: los circuitos del poder y el capital”. Coincidimos con Hall cuando dice respecto de esta relación que se establece entre la representación de determinadas experiencias y lo que podríamos llamar el “circuito comercial”:

Lo material y las experiencias construyen su propia red en este espacio de homogeneización donde el proceso es despiadadamente estereotipado y formulaico. Se enraza en la experiencia popular y está al mismo tiempo disponible para la expropiación. Es mi intención afirmar que esto es necesario e inevitable. (Hall 2010: 291).

“Necesario e inevitable” destaca Hall al final de la sentencia. Creemos que esto es así ya que la cultura misma es un espacio netamente contradictorio, en donde siempre hay posiciones para ganar (y por lo tanto también para perder) y en donde se ponen en juego contradictoriamente representaciones, expresividades, oralidades que

permiten la aparición “dentro de los modos mezclados y contradictorios de hasta algunas tendencias principales de cultura popular, de elementos de un discurso que es diferente... de otras formas de vida, otras representaciones de tradiciones.” (Hall 2010: 292). En esos terrenos de lucha se mezclan y se contradicen, se tensan y se relajan diferentes configuraciones identitarias. No obstante, no es el lugar donde se da “la verdad de nuestra experiencia”, sino por el contrario, es “donde descubrimos y jugamos con la identificación de nosotros mismos, donde somos imaginados, donde somos representados” (Hall 2010:296). Precisamente es por esto que vale la pena dar pelea por esas representaciones en el terreno cultural.

Las nociones de *representación* e *identidad* en la música

Como hemos señalado, esas representaciones, que tienen los más diversos soportes, ponen en juego diferentes cuestiones dentro de las cuales encontramos efectivamente la constitución de la identidad de los sujetos representados (y *representantes*, si se nos permite) que pueden o no oír el llamado de la interpelación que dicha representación enuncia. Tenemos aquí una cuestión central: la enunciación o bien, la del lugar desde donde se enuncia. Como dice Hall, “las prácticas de representación siempre implican posiciones desde las cuales hablamos o escribimos: son posiciones de *enunciación*” (Hall 2010:349). Al mismo tiempo son posiciones dentro del campo de la cultura, es decir, se enuncia, se representa desde determinado espacio en ese campo. Dentro de esa representación se va constituyendo la identidad, que no es un proceso acabado, producto de algún tipo de esencialismo, sino que se va construyendo constantemente al punto de nunca estar completa *dentro* de la representación misma. De este modo, tenemos un concepto de identidad estratégico y posicional construido de diversas maneras “a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos (...) sujetas a una historización radical, y en un constante proceso de cambio y transformación” (Hall 2003:17). En esta construcción constante se ponen en juego “cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; no “quiénes somos” o “de dónde venimos” sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos. Las identidades, en consecuencia, se constituyen dentro de las representaciones y no fuera de ella” (Hall 2003:17-18). Es en continuidad con esas representaciones que se van conformando las identidades, como “puntos de adhesión temporaria a las

posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas” (Hall 2003:18). En este sentido, también utilizamos el término identidad para referirnos “al punto de encuentro entre por un lado, los discursos y las prácticas que intentan “interpelarnos”, hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares, y por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de “decirse” (Hall 2003:20).

Ahora bien, entre esos discursos y prácticas que intentan interpelarnos encontramos, entre otros, a la música y sus letras. Es decir que en ellas no sólo hallamos la manera en la que se expresan determinadas experiencias y representaciones, sino que también debemos pensarla como un intento de interpelación mediante el cual determinados sujetos pueden (o no) ir constituyendo su(s) identidad(s).

Un aspecto destacable de esta consideración de la identidad como un proceso siempre en construcción y nunca acabado, ligado a la idea de representación como un lugar dentro del cual se va constituyendo la identidad, es que la música puede ser entendida como una experiencia de ese *yo en construcción*, como lo llama Simon Frith (2003). De esta manera, entendemos que *al mismo tiempo* que podemos analizar cómo determinada obra musical “refleja” las intenciones del artista y su posición dentro del campo de la cultura, un movimiento epistémico que enriquece la ecuación es el de tratar de entender cómo esa pieza “crea (a la gente), cómo crea y construye una experiencia” (2003:184). De esta manera, la música nos ofrece una percepción del yo y de los otros, tanto de lo subjetivo como de lo colectivo.

A lo dicho agregaríamos un aspecto más que consideramos enriquece la teorización sobre la importancia de la música en relación a las identidades y la manera no sólo de expresarla, sino sobre todo de crearla. En este sentido, seguimos el razonamiento de Frith cuando dice que la música, “una práctica estética, articula *en sí misma* una comprensión tanto de las relaciones grupales como de la individualidad, sobre la base de la cual se entienden los códigos éticos y las ideologías sociales” (2003:186-187). Es decir, la música es ese lugar donde se expresan y manifiestan las representaciones dentro de las cuales se constituyen las identidades, y *al mismo tiempo* las expresa mientras las constituye. En este sentido la música tanto revela aspectos sobre las personas que la componen, tocan y crean y sobre el público que la *usa* y *al mismo tiempo* las crea como tales, como una red de identidades.

El reggaetón: identidad marginal

Desde hace dos décadas aproximadamente, el reggaetón ha transformado la historia musical y cultural de Puerto Rico, con su tránsito de la esfera comercial *underground* o subterránea (en la que se movió primordialmente durante los 90) a la industria cultural consagrándose como uno de los géneros de mayor rentabilidad a nivel global. Se lo vincula con un estilo nacido en los *ghettos* estadounidenses en la década de los 70, y con el que el reggaetón guarda grandes paralelismos en su identificación marginal: el hip-hop, pero en específico el subgénero musical gangsta rap, popularizado a partir de finales de los 80. (Thillet 2006).

El reggaetón ha estado enmarcado a nivel nacional en un historial de censura y reprobación debido a un contenido descrito como vulgar, obsceno o violento, esto último por su propensión a exaltar la cultura de la calle, en especial por medio de posturas y expresiones que aluden a la violencia y las prácticas del narcotráfico.⁸

El discurso de presentación del reggaetón es la provocadora declaración de haber “venido de abajo” y “haberlo logrado”: sería la versión boricua de lo que en la industria musical del hip-hop norteamericano fue el estilo “ghetto fabulous” (Thillet 2006). Se trata de una manifestación contradictoria, porque aunque exhiban intencionalmente indicadores de progreso social y proclamen haber escalado al estrato de los ricos y famosos, los intérpretes se mantienen adheridos a un imaginario marginal.

En Puerto Rico el *margen social* encuentra uno de sus máximos emblemas territoriales en “el barrio”, ése al que le canta, por ejemplo, Daddy Yankee con su disco “Barrio fino”. El barrio en Puerto Rico alude a espacios precarios de viviendas, entre ellos, los residenciales públicos, o caseríos, término con carga despectiva con el que también se le conocen en la Isla. Se trata de un tipo de vivienda masiva, habilitada para familias de bajos ingresos y que opera con subsidios. El reggaetón, a través de sus elementos discursivos, ha estado cimentado en la alusión

⁸ De hecho, Calle 13 se dio a conocer en 2005 con las canciones “Se Vale To-To” y “Querido FBI”. Esta última está dirigida al Servicio Policiaco Nacional Estadounidense “Federal Bureau of Investigation” (o, por sus siglas en inglés, F.B.I.), y fue escrita por Residente después de la muerte (algunos alegan asesinato, del líder Machetero Filiberto Ojeda Ríos. El dúo fue criticado porque aparentemente la letra promueve la violencia contra el Gobierno Federal de Estados Unidos y las autoridades coloniales (administración de turno estatal que aún no ostenta soberanía), pero el grupo alega que la canción no necesariamente debe ser tomada literalmente.

y arraigo a estos sujetos y espacios (y, sobre todo, a la noción que se tiene popularmente de ellos) por medio de su mención o de la defensa de su honor.

Por su parte, los integrantes de Calle 13 no utilizan las ostentosas prendas que forman parte del código estético de este movimiento. De hecho, Residente exhibe cierto contraste con la dinámica tradicional del reggaetón: más allá de sutiles variaciones advertidas en el ritmo, la proyección del dúo constituía una fragmentación en la manera en que este género ha presentado la experiencia del *margen*. En suma, para Calle 13, la *marginalidad* reclamada y defendida por sus pares en *su representación* no es real, no es otra cosa más que un show. Lo interesante es que esa demanda hacia otros grupos de reggaetón la hagan desde el mismo circuito comercial.

Como hemos señalado, las *representaciones* se vinculan con el significado otorgado a la cultura, pues transmiten valores que son compartidos. En este sentido, de acuerdo con García Canclini (1999), si bien los productos culturales tienen valores de uso y de cambio y contribuyen a la reproducción de la sociedad y a la expansión del capital, en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios o mercantiles. Además construyen imágenes, concepciones y mentalidades respecto a otros colectivos, atribuyen significados compartidos a las cosas, los procesos y a las personas, e intervienen en el desarrollo de prácticas sociales (Hall 1997). Existe una íntima relación entre *representación e identidad*, incluso, se trata de una relación intrínseca. Así en la concepción de Hall (1996) “no hay identidad por fuera de la representación, es decir, de la narrativización (necesariamente ficcional) del sí mismo, individual o colectivo” (Arfuch 2005:22).

Para este análisis sobre la representación identitaria marginal de la industria del reggaetón, se destaca que “la identidad es una construcción que se relata” (García Canclini 1996:107). Para Hall, “las identidades son construidas dentro, y no fuera, del discurso”, y precisa que éstas “son acerca de preguntas sobre el uso de los recursos de la historia, el lenguaje y la cultura en el proceso de devenir más que de ser” (Hall 2003:4).

De acuerdo con Thillet (2006) el discurso identitario de los denominados “márgenes sociales es producido por la industria del reggaetón como simulación”. Es decir, como *simulacro*, a través del conjunto de

expresiones y rasgos culturales que le dan forma.⁹ En síntesis, sostiene que opera “el simulacro de la marginalidad”.

En este sentido, nos preguntamos cómo conciliar la protesta y resistencia al sistema que expresan sus letras con la entusiasta y creciente participación del dúo en la industria musical mundial. ¿Se tratará, entonces, de simulacro? O bien, ¿será la utilización de la música como recurso cultural?

9

La música popular «reggaetón» como recurso cultural

La cultura como producción y circulación de significados simbólicos constituye un proceso material que forma parte de procesos económicos más amplios de la sociedad con la cual comparte muchas formas comunes y está determinado por ellos. En efecto, el espacio público donde circulan las formas culturales está cada vez más condicionado por los discursos e ideologías, mercantilizados y transnacionales, que se combinan y entran en conflicto con las formas locales de modo que rompe la coherencia de los discursos nacionales tradicionales.

En la introducción adelantábamos nuestra concepción de la cultura como un recurso en nuestros días. Destacamos el carácter instrumentalista de la cultura: la cultura como *reserva disponible* (Yúdice 2002).¹⁰

En el discurso de Calle 13, la cultura y la economía parecen realimentarse en el mismo Sistema que resisten o se oponen. Basta un fragmento de la canción “Calma Pueblo”:

Es el momento de la música independiente, mi disquera no es Sony, mi disquera es la gente, las personas que me siguen y escuchan el mensaje, por eso me defienden a los puños y sin vendaje.

(...)Yo uso al enemigo a mí nadie me controla. Le tiro duro a los gringos y me auspicia coca cola. De la canasta de frutas soy la única podrida. Adidas no me usa, yo estoy usando Adidas. Mientras bregue diferente, por la salida entro Me infiltro en el sistema y exploto desde adentro. Todo lo que les digo es como el

⁹ En *Hacia una crítica de la economía política del signo*, Baudrillard expone que: “hoy el consumo... define precisamente ese estadio en el que la mercancía es inmediatamente producida como signo, como valor/signo, y los signos (la cultura) como mercancía” (1974:172).

¹⁰ Si bien Yúdice se encarga de aclarar que su interpretación de cultura como recurso no es heideggeriana, es fundamental asociarla con la noción de *reserva disponible*. En “La pregunta por la técnica” Heidegger identifica la tecnología como una forma de comprensión en la cual la naturaleza deviene un recurso, un medio para un fin. De forma tal que todo, incluso los hombres, constituyen una “reserva disponible”.

Aikido. Uso a mi favor la fuerza del enemigo. Ahora quítate el traje falda y camiseta. Despójate de prendas marcas etiquetas. Pa' cambiar el mundo desnuda tu coraje. (2010).

Tanto la música como la representación constituyen actos de ciudadanía porque presentan una imagen diferente de los jóvenes marginales y porque es su modo de intervenir en las esferas públicas. Calle 13 promueve iniciativas y difunde sus mensajes en los medios de comunicación masiva. Ahora bien, en la medida en que establece redes con instituciones que incluyen las esferas pública y privada, cabe cuestionar su oposición al poder dominante, sobre todo porque su participación en la industria cultural puede considerarse absorción/cooptación dentro de las iniciativas controladas desde la cúpula.

La paradoja yace en que el activismo opere en el nivel del espectáculo, apareciendo en los escenarios donde circula el valor y compitiendo con ellos. No obstante, Calle 13 no es el único en recurrir a la conveniencia de la cultura y los medios masivos para promover sus causas. Desde que las nuevas tecnologías permitieron la globalización de la información y la comunicación, se alteraron las prácticas internas de los movimientos sociales en los 90. En consecuencia, el estilo de comunicación y la estrategia de los líderes de esos movimientos se transformaron en la medida en que debieron ajustarse a los requisitos del nuevo modelo tecnológico.

Vehiculizado por el reggaetón, Calle 13 construye un discurso en el que reivindica la causa latinoamericana que difunde en sus espectáculos multitudinarios. En efecto, consideramos que se produce y consume identidad, pero ¿acaso no se contraponen la identidad marginal con el espacio desde donde se la difunde?

Reflexiones finales

Si varias demandas sociales utilizan *la música popular como recurso*, entendemos que es por su gran potencial de manifestación y difusión, ya que brinda la amplia posibilidad de conformar espacios desde los cuales expresarse, y al mismo tiempo, poder abarcar un público más amplio para interpelar y representar. Un aspecto central de la cultura, como es la manifestación a través de la música y las letras, pone en juego no sólo determinadas demandas explícitas y concretas, sino que también arroja al

campo de fuerzas de la cultura una serie de “lenguajes, conceptos y sistemas de representaciones que las diferentes clases y grupos sociales utilizan para entender, definir, resolver y hacer entendible la manera en que funciona la sociedad” (Hall 2010:134). De este modo, se ponen en juego diferentes definiciones que esas clases o grupos sociales tienen sobre sí mismas y sobre los demás y sobre la sociedad en su conjunto. Estas definiciones, apuestas por una definición propia, se encuentran necesariamente en tensión con cualquier otra definición sobre esos mismos agentes que circule por los distintos canales que recorren la sociedad. Precisamente, las industrias culturales propician de modo progresivo un escenario de lucha cultural. En este sentido, consideramos que “las industrias culturales tienen efectivamente el poder de adaptar y reconfigurar constantemente lo que representan; y mediante la repetición y la selección, imponer e implantar aquellas definiciones de nosotros mismos que más fácilmente se ajusten a las descripciones de la cultura dominante. Esto es lo que significa realmente la concentración del poder cultural” (Hall 1984:101).

Justamente, mediante el caso Calle 13, demostramos la (re)producción de representaciones y significaciones sobre nuestras definiciones, y por lo tanto, sobre nuestras identidades. Es decir, el grado de complejidad que encarna la concepción de la cultura como ese campo de lucha constante y también dispar. Si remarcamos el hecho del gran poderío de las industrias culturales, y al mismo tiempo su imposibilidad de abarcar todos los ámbitos en lucha, es porque entendemos que siempre se dan espacios para la resistencia para la propia expresión de las experiencias. Precisamente porque la industria no es “todopoderosa”, podemos pensar a la cultura como un campo de disputa. Porque existen lugares de lucha, de resistencia y de creación que se oponen a la industria cultural: se tensan, la “utilizan” de otro modo, se oponen, pero sin desconocerla. Es por eso mismo que tiene sentido intervenir en los aspectos culturales, siempre teniendo en cuenta que se realiza dentro de condiciones determinadas, que no son elegidas por los agentes allí situados, sino que se les imponen en más de un sentido (Hall 1994). Por ello consideramos que el conflicto es constitutivo de la cultura, es estructurante de ella y es en el terreno mismo de la cultura donde se da esa lucha. Pero tampoco negamos la capacidad de la industria cultural de definir lo que “somos”. Negar esa capacidad o restarle importancia es admitir parcialmente la complejidad de las relaciones culturales. Así, se hace más clara aún la importancia de la lucha en el ámbito de la cultura, una lucha desproporcional, pero que es necesario librar, sobre todo cuando está en juego la definición de un “nosotros” y de las identidades puestas en

juego en cada lucha. En esa instancia juegan un papel importante las instituciones culturales como el sistema educativo, los diarios, revistas, teatros, cines, etc. que nos hacen comprender de manera más cabal la desigualdad en que se encuentran las fuerzas que se enfrentan en ese campo de batalla al que llamamos cultura, que es “justamente, un *producto*, también él en permanente transformación, de esos conflictos.” (Grüner 2005:250).

En suma, señalamos que la identidad es una construcción que se relata, y que la cultura como campo de poder es el terreno donde se conciben las narrativas de legitimación contemporáneas. Entonces deducimos que, además de producción y circulación de significados simbólicos, la cultura es un recurso de representación.

Para finalizar la ponencia y abrir un espacio de discusión conjunta proponemos algunos pares de conceptos (en apariencia opuestos, acaso complementarios) que surgieron y creemos claves para el análisis de este caso y/o similares: a) simulacro de la marginalidad / circuito comercial; b) representación / identidad; c) discurso de protesta y reivindicación / transformación y resistencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Arfuch, Leonor. 2002. *Identidades, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Baudrillard, Jean. 1974. *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo Veintiuno.
- Bourdieu, Pierre. 1997. *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bustamante, Enrique. 2003. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Frith, Simon. 2003. "Música e identidad". Pp. 18-213 en *Cuestiones de identidad cultural*, compilado por Stuart, H. & Du Gay, P. Buenos Aires: Amorrortu.
- García Canclini, Néstor. 1996. *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. Méjico: Grijalbo.
- García Canclini, Néstor. 1999. El consumo cultural: una propuesta teórica. En Sunkel, Guillermo. (Coord.). *El consumo cultural en América Latina*. Andrés Bello.
- García Canclini, Néstor. 2008. *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*. Buenos Aires: Paidós. (Estado y Sociedad).
- Grüner, Eduardo. 2005. "La rama dorada y la hermandad de las hormigas. La «identidad» argentina en América Latina: ¿realidad o utopía?" Pp. 245-274 en *La Cosa política o el acecho de lo real: entre la filosofía y el psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós.
- Hall, Stuart. 1984. "Notas sobre la deconstrucción de lo popular" en *Historia popular y teoría socialista*, editado por Samuel, R. Barcelona: Grijalbo.
- Hall, Stuart. 1994. "Estudios culturales: dos paradigmas". *Causas y azares* 1.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage.
- Hall, Stuart. 2003. "Introducción: ¿quién necesita «identidad»?" Pp. 13-39 en *Cuestiones de identidad cultural*, compilado por Stuart, H. & Du Gay, P. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hall, Stuart. 2010. "El problema de la ideología: el marxismo sin garantías." Pp. 133-154. "¿Qué es lo "negro" en la cultura popular negra?" Pp. 287-298. "Identidad cultural y diáspora." Pp. 349-362 en *Sin Garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, editada por Restrepo, E., Walsh, C. y Vich, V. Instituto de estudios sociales y culturales Pensar, Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Peruanos. Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador: Enviñon Editores.
- Heidegger, Martin. 1994. "La pregunta por la técnica". Pp. 9-37 en *Conferencias y artículos*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

Thillet, Ana Rosa. 2006. “La representación de la marginalidad por parte de la industria del reggaetón en Puerto Rico”. Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Programa Cuba, Universidad de La Habana.

Yúdice, George. 2001. “La reconfiguración de políticas culturales y mercados culturales en los noventa y siglo XXI en América latina”. *Revista Iberoamericana* 67(639-659).

Yúdice, George. 2002. *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

ANEXO

Selección de letras de Calle 13

15

LATINOAMÉRICA

Soy.

Soy lo que dejaron, soy toda la sobra de lo que se robaron.

Un pueblo escondido en la cima, mi piel es de cuero por eso aguanta cualquier clima.

Soy una fábrica de humo, mano de obra campesina para tu consumo

Frente de frío en el medio del verano, el amor en los tiempos del cólera, mi hermano.

El sol que nace y el día que muere, con los mejores atardeceres.

Soy el desarrollo en carne viva, un discurso político sin saliva.

Las caras más bonitas que he conocido, soy la fotografía de un desaparecido.

Soy la sangre dentro de tus venas, soy un pedazo de tierra que vale la pena.

Soy una canasta con frijoles, soy Maradona contra Inglaterra anotándote dos goles.

Soy lo que sostiene mi bandera, la espina dorsal del planeta es mi cordillera.

Soy lo que me enseñó mi padre, el que no quiere a su patria no quiere a su madre.

Soy América latina, un pueblo sin piernas pero que camina.

Tú no puedes comprar al viento.

Tú no puedes comprar al sol.

Tú no puedes comprar la lluvia.

Tú no puedes comprar el calor.

Tú no puedes comprar las nubes.

Tú no puedes comprar los colores.

Tú no puedes comprar mi alegría.

Tú no puedes comprar mis dolores.

Tengo los lagos, tengo los ríos.

Tengo mis dientes pa' cuando me sonrío.

La nieve que maquilla mis montañas.

Tengo el sol que me seca y la lluvia que me baña.

Un desierto embriagado con bellos de un trago de pulque.

Para cantar con los coyotes, todo lo que necesito.

Tengo mis pulmones respirando azul clarito.
La altura que sofoca.
Soy las muelas de mi boca mascando coca.
El otoño con sus hojas desmalladas.
Los versos escritos bajo la noche estrellada.
Una viña repleta de uvas.
Un cañaveral bajo el sol en cuba.
Soy el mar Caribe que vigila las casitas,
Haciendo rituales de agua bendita.
El viento que peina mi cabello.
Soy todos los santos que cuelgan de mi cuello.
El jugo de mi lucha no es artificial,
Porque el abono de mi tierra es natural.
Tú no puedes comprar al viento.
Tú no puedes comprar al sol.
Tú no puedes comprar la lluvia.
Tú no puedes comprar el calor.
Tú no puedes comprar las nubes.
Tú no puedes comprar los colores.
Tú no puedes comprar mi alegría.
Tú no puedes comprar mis dolores.
Você não pode comprar o vento
Você não pode comprar o sol
Você não pode comprar chuva
Você não pode comprar o calor
Você não pode comprar as nuvens
Você não pode comprar as cores
Você não pode comprar minha felicidade
Você não pode comprar minha tristeza
Tú no puedes comprar al sol.
Tú no puedes comprar la lluvia.
(Vamos dibujando el camino, vamos caminando)
No puedes comprar mi vida.
MI TIERRA NO SE VENDE.
Trabajo en bruto pero con orgullo,

Aquí se comparte, lo mío es tuyo.
Este pueblo no se ahoga con marullos,
Y si se derrumba yo lo reconstruyo.
Tampoco pestañeo cuando te miro,
Para q te acuerdes de mi apellido.
La operación cóndor invadiendo mi nido,
¡Perdono pero nunca olvido!
Vamos caminando)
Aquí se respira lucha.
(Vamos caminando)
Yo canto porque se escucha.
Aquí estamos de pie
¡Que viva Latinoamérica!
No puedes comprar mi vida.

AMÉRICA

Haber nacido en América, es como una bendición.
Llena de bellas imágenes, que alegra el corazón.
Mosaico de mil colores, bellas mujeres y flores.
Para los pueblos de América, les canto mi canción.
De América, yo soy, de América, yo soy.
Porque América es todo el continente, y el que nace aquí, es americano.
El color podrá ser diferente.
Más como hijos de Dios, somos hermanos.
En Argentina y Colombia, Ecuador y Paraguay.
Brasil, Chile y Costa Rica, Salvador y el Uruguay.
Venezuela y Guatemala, México, Cuba y Bahamas, todos son americanos, sin importar el color.
De América, yo soy, de América, yo soy.
De América, yo soy, de América, yo soy.
Todo lo comparto con mis hermanos.
Soy la pesadilla del 'sueño americano';
Todo lo comparto con mis hermanos.
Soy la pesadilla del 'sueño americano'.
De América, yo soy, de América, yo soy.
De América, yo soy, de América, yo soy.