

Nombre y Apellido: Benito M.Karina  
Afilación institucional: Instituto de Investigaciones Sociales Gino Germani.UBA.  
Correo electrónico: labenito@datafull.com  
Propuesta temática: Micropolíticas culturales  
Título de la ponencia: Metáforas de la cultura “independiente”

### **Metáforas de la cultura “independiente”**

Desde el retorno de la democracia hasta la actualidad, la Ciudad de Buenos Aires alberga diversas experiencias gestadas por la sociedad civil con fines culturales: grupos cuyas tareas están regidas por una finalidad cultural, ya que sus objetivos y actividades trazan tal horizonte.

En ciertas circunstancias, dichos grupos emprenden la gestión de espacios, clubes, redes, movimientos o centros culturales y se respaldan, eventualmente, en la figura jurídica de la *asociación civil*<sup>1</sup>. “En el caso particular de Argentina no existe una ley específica que las regule orgánicamente. De este modo, existen experiencias culturales bajo el término legal de entidad de bien público contemplado para entidades con *personería jurídica* pero su uso social<sup>2</sup> recorta universos con perfiles diferentes<sup>3</sup>.” Es decir, se encuentran asociaciones con fines culturales enmarcadas legalmente, aunque dicho criterio no logre definir, de modo exhaustivo, un universo tan amplio y heterogéneo.

Asimismo, existen otras experiencias culturales que, sin poseer dicho marco normativo, se autodenominan *grupos*. Desde su etimología, este término remite a *nudo* y a *círculo* -en el sentido de reunión de personas, en una particular estructuración de los intercambios entre sus integrantes-. El vocablo refiere a un conjunto restringido de personas ligadas por constantes de tiempo y de espacio, articuladas por identificaciones y atravesamientos sociohistóricos. Los sujetos se proponen en forma explícita o implícita una tarea que constituye su finalidad, e interactúan a través de complejos mecanismos de asunción y adjudicación de roles.

---

<sup>1</sup> Las asociaciones civiles, contempladas en el artículo 33 del Código Civil argentino entre las entidades sin fines de lucro, son organizaciones que surgen de la mancomunidad de ideas y personas, tendientes a cumplir una finalidad de bien común, y que se encuentran en la órbita de control de la Inspección General de Justicia.

<sup>2</sup> Ver Roitter, M., Rippetou, R. y Salamon, L, *Descubriendo el sector sin fines de lucro en Argentina: su estructura y su importancia económica*, Buenos Aires, CEDES y John Hopkins University, 1999, pág.15.

<sup>3</sup> “*Experiencias Culturales en Ciudad de Buenos Aires ¿Una geometría que (d)enuncia el peligro de extinción?*” Ponencia publicada en la memoria de la III Jornada de Jóvenes Investigadores, Instituto de Investigaciones Sociales Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

En el presente análisis, se describirán las lógicas de los grupos con fines culturales, enmarcados o no necesariamente bajo cierta figura jurídica. Se problematizará, específicamente, la diversidad de experiencias y la complejidad de las mismas, con el propósito de analizar sus condiciones de producción.

A continuación, la cita de una hacedora cultural –extraída del curso de la investigación - introduce determinadas tensiones que se tratarán en el desarrollo de este análisis:

“Tenés la cultura pública (orquesta sinfónica, filarmónica, la comedia, etc.) Sólo en música y teatro tenés un circuito comercial para grandes públicos (cumbias, teatro en general picante, libros pedorros), y luego todo el resto se mueve, con más o menos desarrollo en un circuito alternativo muy peleado. Dentro de este gran grupo hay subgrupos a nivel estético. Todos tienen en común que tienen pocos medios de producción.”<sup>4</sup>

Las experiencias culturales emergen en un determinado contexto socio-histórico, en el cual no se trata de analizar si son *alternativas* -por sus escasos medios de producción- o si pueden modificar la sociedad sino, por el contrario, de leer lo que expresan sobre aquélla.<sup>5</sup>

En esta perspectiva, se tratará de dilucidar los confines heterogéneos y disímiles de dichas experiencias, cuestión sobre la que se interrogan los investigadores sociales en la actualidad; “Y además lo que tenemos es la duda sobre cuál es el borde. ¿Hay un borde? ¿O es que estamos en un momento de la cultura en el que hablar de lo popular como lo distinto, lo otro, lo conflictivo, lo alternativo, es un ejercicio imposible?”<sup>6</sup> En este sentido, se intenta distinguir las indisciplinadas características que comparten las experiencias gestadas por la sociedad civil con fines culturales. Por este motivo, se tratarán ciertas palabras que las definen, al tiempo que condensan sentidos, ya que denotan las “concepciones del mundo”<sup>7</sup>. Dichas categorías nativas no han sido elaboradas, sistematizadas ni políticamente organizadas, en su contradictorio desarrollo; “vender el alma al diablo”, “cultura independiente” y “de boca en boca” operan *metafóricamente* sobre el campo de estudio delimitado. Se pretende analizar las concepciones mencionadas, con el propósito de dilucidar si las condiciones de producción de tales experiencias se imbrican, al punto de suscitar micropolíticas culturales.

---

<sup>4</sup> Natacha Melo, Coordinadora de la Red Sudamericana de Danza.

<sup>5</sup> Benito, Karina, *Experiencias Culturales y sus intentos de apropiación simbólica*, Ponencia publicada en las memorias de la XI Jornadas de Investigación: Psicología, Sociedad y Cultura, Sec. de Investigaciones, Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2004, tomo II, págs. 23-25.

<sup>6</sup> Alabarces, P., *Culturas populares en la Argentina Contemporánea: algunas preguntas, algunas trayectorias, algunas afirmaciones*, Conferencia en las VII Jornadas Nacionales de Salud Mental: Marcas de la época, huellas en el sujeto, Colegio de Psicólogos de Salta, Salta, 15 de octubre del 2004.

<sup>7</sup> Ver Gramsci, Antonio, *Cultura y literatura*, Barcelona, Ediciones Península, 1972.

## Metáforas del quehacer cultural

Se sostiene que las **metáforas** rigen el pensamiento, guían el funcionamiento cotidiano y estructuran las percepciones y la manera de establecer relaciones con las otras personas; en fin, lo que se experimenta y realiza cada día se define de una manera metafórica. De este modo, las metáforas desempeñan un papel central en la construcción de la realidad social y política. “La mayoría de nuestras metáforas se han desarrollado en nuestra cultura en largos períodos de tiempo, pero muchas, también nos son impuestas por la gente en el poder, los líderes políticos, religiosos, los grandes de los negocios, de la publicidad, los media, etc. En una cultura donde el mito del objetivismo está vivo y la verdad es siempre verdad absoluta, la gente que consigue imponer sus metáforas sobre la cultura consigue definir lo que es verdad, lo que consideramos que es verdad-absolutamente y objetivamente verdadero”<sup>8</sup>.

Por consiguiente, no se focalizará en la falsedad o veracidad empírica de la expresión *vender el alma al diablo*, sino en las percepciones e inferencias que se siguen de ella, así como en las acciones que sanciona, en un determinado campo de estudio. Asimismo, se tratará este tropo que identifica términos entre los cuales existe alguna semejanza. Es decir, se indagará lo que implica “un dicho” y también lo “no-dicho” articulado en tal expresión, porque “el lenguaje está instalado en esta ambigüedad entre lo que implica y lo que anuncia”<sup>9</sup>.

La pertinencia del análisis de metáforas para un trabajo de investigación constituye la obertura del desarrollo de este texto, ya que se considera a las metáforas plenas de sentido al establecer paralelos y similitudes entre ciertos campos discursivos que se articulan en su enunciación. La metáfora -del griego *meta*, «más allá» y *foreign*, «pasar», «llevar»- es un tropo que identifica dos términos entre los cuales existe alguna semejanza. No obstante, se crea la semejanza, antes que describir una existente con anterioridad. Así, se inventan similitudes entre conceptos<sup>10</sup>. Aristóteles definió que “metáfora es transferencia del nombre de una cosa a otra”<sup>11</sup>, según las relaciones de analogía de género a especie y viceversa. Según la terminología semiótica de Saussure, se enuncia que la metáfora es la substitución de un significante por otro significante. Desde otra perspectiva, Derrida subraya que existe en la metáfora una inscripción que ensambla: articula, separa, conserva y junta. En la metáfora está en juego un ensamble que articula, a la vez

---

<sup>8</sup> Ver G. Lakoff y M. Johnson, *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra, 1991, pág. 202.

<sup>9</sup> De Certeau, M., *La cultura plural*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1999, pág. 70.

<sup>10</sup> Douglas, Mary, *Estilos de Pensar. Ensayos críticos sobre el buen gusto*, Gedisa, Barcelona, 1999.

<sup>11</sup> Aristóteles, *La Poética*, México, Editores Mexicanos Unidos, 1996, pág. 99.

que separa y conserva juntos determinados términos. Este último autor denomina “encentadura” a dicho ensamble, que se mantiene velado -porque no es advertido-, ya que constituye un trazo que se abre paso haciendo una incisión, que desgarrar, señala la separación, el límite, el margen, la marca. Este trazo de recorte relaciona al uno con el otro, pero no pertenece a ninguno de los dos. “El trazo de la encantadura está pues velado, retirado, pero es también el trazo que reúne y separa a la vez el velamiento y el desvelamiento.”<sup>12</sup> Un ensamble que aunque velado posibilita la relación, la articulación de dos términos, otorgándole coherencia a la lógica de pensamiento. En este sentido, se podría afirmar que el papel de la metáfora es más amplio que el de un mero adorno estilístico susceptible de ser eliminado a voluntad o sustituido por un enunciado no metafórico. “Tal vez cabría postular, como lo hace por ejemplo Mark Johnson, que la metáfora no se puede limitar a su sentido tradicional como una mera figura retórica, sino que más bien conviene identificarla como una estructura penetrante e indispensable de la comprensión humana, mediante la cual captamos figurada e imaginativamente el mundo. Dicho brevemente, no sólo hablamos en metáforas, sino que además pensamos y conceptualizamos la realidad social en metáforas”<sup>13</sup>.

La expresión *vender el alma al diablo* enuncia una lectura sobre el entorno social y, de este modo, posibilita la articulación de ciertos términos. Esta expresión, divulgada como *leyenda popular*, permite abandonar la actitud de búsqueda del conocimiento en el nivel de la descripción y de su correspondiente fáctico, en los juicios de hechos como única vía de objetividad. De este modo, obliga investigar el pasado y las voces bajas<sup>14</sup> que se transmiten, informalmente, *de boca en boca*. Asimismo, la categoría *cultura independiente* articula ciertas tendencias de las micropolíticas culturales que también se tratarán en el presente estudio. Se infiere que las categorías nativas mencionadas operan metafóricamente porque re-describen la realidad social.

### **¿Mito fáustico o contexto en un texto?**

*Las leyendas populares* parecen entremezclarse con el “Fausto” de Goethe, quien plasmó la obra en torno a la expresión *vender el alma al diablo* (parte I, 1808; parte II, 1833). Se dice que la figura del Dr. Johannes Faust -o Georg Faustus, quien nació en 1480, en la villa de Kneitlingen y murió en Staufen, a la edad de sesenta años, en 1540- inspiró al autor, y a los relatos orales que circulaban en la época. La tradición indica que dicho personaje fue conocido por su vida como

---

<sup>12</sup> Derrida, Jacques, *La desconstrucción en las fronteras de la filosofía*, trad. P. Peñalver, Barcelona, Paidós, 1989 (“La retirada de la metáfora”).

<sup>13</sup> J. M. González García, *Metáforas del poder*, Madrid, Alianza, 1998, pág. 13.

<sup>14</sup> Guha Ranahit, *Las voces de la historia y otros estudios subalternos*, Barcelona, Crítica. 2002.

astrólogo ambulante, hechicero de malos modos y por su servicio a las órdenes del diablo. Su fama aumentó a medida que viajaba de ciudad en ciudad, y las misteriosas circunstancias de su muerte -tras jactarse de haber vendido su alma al diablo- confirmaron su notoriedad.

En aquel período histórico, la astrología era una ciencia respetable -incluso para los más cultos-, ya que la magia, en algunas de sus formas, era considerada aceptable, en tanto buscaba el dominio de las fuerzas secretas de la naturaleza. La **leyenda de Fausto** perduró porque el personaje aceptó los riesgos espirituales de relacionarse con los demonios para obtener conocimientos secretos.

Probablemente, su historia sea una de las que más veces ha sido llevada a la música: hay más de cuatrocientas obras (que incluyen sinfonías, óperas, cantatas, oratorios, piezas para piano y oberturas) que recrean *la leyenda de Fausto*. Entre los músicos que se inspiraron en la versión de Goethe están Wagner, Listz, Mahler y Schumann. De las óperas basadas en el drama del escritor alemán, las tres más importantes son *La condenación de Fausto* de Berlioz, *Mefistófeles* de Arrigo Boito y *Fausto* de Gounod.

*Goethe* escribió su obra en un contexto de transición entre las corrientes románticas y clásicas en Alemania: el Fausto es, también, un reflejo de dicho período histórico. Se conoce la participación del autor en el grupo *Sturm und Drung* -«tormenta e ímpetu»- caracterizado por **la insatisfacción vital y la autonomía del corazón frente a la razón** y la reacción contra los academicistas, en el marco de un determinado tipo de pensamiento que se inaugura en la modernidad.

Fausto es descripto como un filósofo dispuesto a arriesgarlo todo, incluso su alma, por ampliar el conocimiento humano. Obtiene el perdón por la nobleza de sus intenciones: **“A aquél que se afana siempre a un ideal, podemos nosotros salvarle”**, dicen los ángeles cuando se llevan su alma. El personaje condensa la cultura de una época, en un momento de transición entre la Edad Media y la modernidad, que se caracterizó por el **aumento de la racionalización** y el **comienzo de la extinción del ímpetu que se afana ante un ideal**.

La *tradición oral* mantuvo vigente la fuerza del mito fáustico basada en los sorprendentes poderes del hechicero hasta que Goethe plasmó la *leyenda popular* en su obra, y aún después. Dicha leyenda se propaga hasta la actualidad, inmiscuyéndose en el campo cultural del pasado reciente en la Ciudad de Buenos Aires.

### **El diablo y sus formas**

El *Demonio* fue fuente de inspiración de múltiples historiadores, literatos y artistas. En este apartado, historizaremos distintos modos de concebirlo. ¿Cómo se representa el mal? Éste es un interrogante a dilucidar, con el propósito de vincularlo con nuestro objeto de interés: las experiencias culturales gestadas por la sociedad civil desde el retorno de la democracia.

El mal y su modo de representación han ido mutando a través del tiempo . En la Biblia, la serpiente encarna el *mal*, tal como lo ilustra el Libro de los Muertos; subyace la imagen de este reptil como principio de la existencia, pero se introduce -al mismo tiempo- la idea de la muerte. La serpiente aparece como un antecedente del mal que proviene del Génesis –recuérdese la serpiente de Eva condenada a reptar-; aquí, el animal convence a Eva de acercarse y comer del fruto del árbol de la ciencia, que “le abrirá los ojos” y le permitirá conocer el bien y el mal. La tentación consiste en desobedecer a Dios, quien había prohibido a la pareja comer de dicho árbol, ubicado en el medio del paraíso: ambos comen del fruto prohibido, anhelando la sabiduría plena, y son castigados y expulsados del paraíso. Desde entonces, las fuerzas del bien y el mal parecen convivir de un modo irreconciliable.

La **iconología** remite a ese vertebrado que *encarna lo raro, misterioso e incomprensible* y se caracteriza por deslizarse muy rápidamente; **inefable, impalpable**, gracias a su ligereza **escapa a las reglas razonables para refugiarse en un mundo subterráneo**, donde no hay tiempo, ni movimiento. Generalmente, sólo puede distinguirse su trazo, el rastro que deja como huella de su presencia fantasmal. Demonios con forma de serpiente, de tigre, de chivo, de macho cabrío y de dragón dibujan otras apariencias posibles, que mantienen un simbolismo en torno al bestiario y la encarnación del mal. De un modo u otro, están presentes como seres divinos que guardan relación con el destino del hombre. Símbolos de la caída, de la oscuridad, de la tentación, del mundo subterráneo y de la debilidad de la conciencia, son genios intermediarios entre los inmortales y los hombres mortales. Mefistófeles es uno de esos consejeros **guiados por impulsos no razonables**.

¿La figura mítica del ángel caído presupone una invención del cristianismo para asegurar la existencia de Dios? Según mitos hebreos, Lucifer era un querubín que -por soberbia- se rebeló contra Dios y que, como castigo, fue expulsado del cielo por el Arcángel Miguel. En términos de Bühler<sup>15</sup>, podríamos conjeturar que se enfatiza el miedo al demonio como una creación de la filosofía cristiana, para asegurar un dominio político y mental de los pobladores medievales.

---

<sup>15</sup> Bühler, Johannes, *Vida y cultura en la edad media*, trad. Wenceslao Roces, México, FCE, 4ª reimpresión, 1996, Pág. 290.

Antes que el Cristianismo le diera los nombres de *Satanás* y *Lucifer* –entre otros-, ya existía quien era reconocido por su **lujuria** y **desenfreno**: Dionysus. Los griegos lo representan como un sátiro o fauno, que simboliza la fertilidad y la fecundidad. Se necesitó muy poco para transformar sus cuernos y pezuñas en un demonio. Parece que las **características animales** siempre caracterizaron a los diablos de las viejas religiones. Incluso, la iconología define a Satanás como un ser antropomórfico con pezuñas hendidas, una cola erizada de púas y cuernos, representando una fuerza de la naturaleza: *los poderes de la oscuridad*. Cuando comienza la caída de una era dominada por el cristianismo, la verdad de las revelaciones divinas y la verdad de las ciencias humanas entraron, inevitablemente, en conflicto.

¿Cómo se representa el mal en el campo de lo cultural? Las experiencias culturales se podrían caracterizar por **encarnar lo raro, misterioso e incomprensible**, por estar guiadas por **impulsos no razonables**. Las propuestas teóricas definen a las formas de vanguardias o contraculturas en tales términos y remiten a lo inefable de las mismas. Las experiencias culturales analizadas se inscriben en tal perspectiva, ya que cuestionan la institucionalización mientras se desplazan, nómades. Por ello, sus propuestas se presentarían como inaprensibles e ilegibles para ciertas planificaciones razonables y sus respectivos programas. En términos de Ford, se las podría enunciar; “ Culturas del afecto y del sentimiento, del azar y de la incertidumbre, del misterio y de lo negro, de la articulación y de la improvisación, del humor y la irrespetuosidad, de la aventura y de la ‘pulsión exploradora’, de lo oral y lo ‘no verbal’, de la cotidianeidad y de la construcción cotidiana de sentido (que abarca todas sus formas de construcción, incluso las más sofisticadas), del juego, la fiesta, la simulación y el entretenimiento fueron desjerarquizadas por las culturas oficiales -aquéllas que desde el Estado, o no, cumplían un rol organizador de la sociedad- que las consideraban bárbaras, irracionales o, en el mejor de los casos, mero campo de la curiosidad”<sup>16</sup>. El objeto de interés podría considerarse desjerarquizado, ya que se trata de lo que se ha denominado, en la Ciudad de Buenos Aires desde el retorno de la democracia hasta la actualidad, *underground*, cultura *off*, *independiente* o *alternativa*.

*Underground* es un concepto definido por Michel de Certeau con estas palabras: “el desarrollo marginal de contraculturas en los bordes de cada estructura (educación, prensa, teatro, etc.), un hormiguero bajo la hierba, una vida multiforme corresponde a lo que la leyenda oficial llama el *underground*”<sup>17</sup>. Asimismo, es una categoría nativa utilizada en la Ciudad de Buenos Aires, sin

---

<sup>16</sup> Ford., A., *Culturas populares y (medios de) comunicación*, en *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*, Buenos Aires, Amorrortu, 1994, pág. 149.

<sup>17</sup> De Certeau, M., *La cultura plural*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1999, Pág. 163.

un sentido unívoco. Incluso, se podría afirmar que condensa tensiones y discrepancias, tal como lo demuestra la siguiente cita:

“Los que hicimos el *under* jamás aceptamos esa palabra, siempre dijimos que era teatro. Teatro nuevo, joven, no sé. Pero era teatro. Muchos usaron esa palabra despectivamente. Otros la usaron para engancharse diciendo ‘yo pertenecí al *under*’ cuando no pertenecían. Fue un movimiento teatral. Yo no salí del *under*. Fuimos un grupo de gente que hicimos un movimiento de teatro junto con un público. Fue una época. Pero no lo llamábamos *under*; hacíamos teatro. Éramos gente con formación. Esa cosa yanqui del loft, del alternativo, me parece canallesco, porque el buen teatro no depende de la sala.”<sup>18</sup>

La denuncia de apropiación de la palabra *under*, la coexistencia de un sentido peyorativo con un cierto romanticismo y los intentos de hacer de ella un símbolo de pertenencia a un cierto ámbito confirman la ambigua utilización del término. Aunque existan contradicciones en torno al vocablo resultaría posible negar su existencia. El vocablo demarca una época y un público para tal movimiento. La pertenencia a dicho movimiento parecería complejizarse no sólo por el uso indiscriminado del término, sino también por el accidente sucedido en la disco Cromagnon. Luego de tal acontecimiento, la visión romántica de tal mundo subterráneo se tiñó de varios cuestionamientos contradictorios hacia esta vida multiforme que De Certeau define como *underground*. Actualmente, las experiencias culturales están en la mira de las políticas públicas, porque parecerían encarnar los símbolos de la oscuridad, de la tentación, del mundo subterráneo y de la debilidad de la conciencia, donde no hay tiempo, ni movimiento e impera el caos, el desorden, la lujuria y el estado de fiesta permanente, que **sólo se puede distinguir por las huellas de su presencia clandestina.**

Desde la observación participante se pueden rastrear y comprobar, en volantes y fanzines, algunas actividades de las referidas experiencias culturales. Los ciclos de fiestas se divulgan a través de esa folletería. En el desarrollo de este texto, entonces, no se las mencionará desde un enfoque moralista que las sanciona; por el contrario, se intentará analizarlas como **una lógica de producción que posibilita la sustentabilidad** de las mismas. Inferimos que las fiestas constituyen un modo de gestión de recursos. “La fiesta es un evento masivo, multitudinario; en poco tiempo salvas los pocos gastos que hiciste” resalta una hacedora cultural. A la pregunta acerca de cómo se financian las actividades que realizan las experiencias culturales, se podría responder, tentativamente, que es a través de las fiestas.

---

<sup>18</sup> Alejandro Urdapilleta en “Período de Artes Escénicas, Cultura Independiente”, Nº 47, Editorial Asociación Civil Artes Escénicas, Buenos Aires, pág.12.



*La difusión* explicita un objetivo solidario: se trata, habitualmente, del equipamiento de un determinado espacio cultural o de la reproducción de una obra artística. En el copete de la convocatoria se especifica la importancia de conseguir fondos para tal finalidad, como en esta cita que se reproduce a continuación:

“Todo lo recaudado será destinado a la producción de las obras de los alumnos de 3º año de la carrera. Puesta en Escena de la E.A.D.”.

*Los orígenes solidarios*, en algunos casos analizados, se diluyen porque los grupos reconocen la potencialidad lucrativa de tales eventos. Es decir, se entrenan como promotores y conceptualizan la posibilidad de constituirse como difusores y productores de propuestas culturales. De este modo, fiestas -del tipo de las denominadas *Clandestinas* publicitan a bandas en su mayoría de música local o compañías de arte y performances.

*La Nave de los Sueños* constituye una de las experiencias culturales analizadas cuya **modalidad de producción local** coincide con la lógica antes descrita. En sus inicios, dicho grupo realizaba ciclos de fiestas donde fusionaban múltiples expresiones de arte. Su quehacer se financiaba en base a esos eventos, hasta que lograron consolidar su propuesta cultural. Es decir, las experiencias culturales comienzan sustentando sus actividades por su capacidad de organizar fiestas, hasta que consiguen encontrar otro modo de rentabilidad.

“*La Nave de los Sueños* es un grupo argentino de producción cultural, orientado a generar espacios de difusión y exhibición de obras audiovisuales e impulsar el trabajo de realizadores independientes y proyectos relacionados especialmente con la cultura joven.

Creado en 1995, el grupo comenzó organizando ciclos de fiestas que fusionaban múltiples expresiones del arte. Desde aquellos espacios empezó a difundir un formato que se encontraba al margen de los circuitos de exhibición, a medida que iba desarrollando su propia identidad: el cortometraje. Al percibir el abismo entre la catarata de producción y los escasos espacios para este formato, La Nave de los Sueños creó el festival de cortometrajes Sueños Cortos, orientado a expandir y abrir canales de exhibición en la Ciudad de Buenos Aires y el interior del país. Desde 2001 y hasta 2004, La Nave de los Sueños coprodujo con el Centro Cultural Recoleta los ciclos: El Mundial del Corto y Cine Virgen. En 2005 continuó desarrollando proyectos de difusión en el interior y exterior del país, priorizando siempre la originalidad y creatividad como expresión, y la asociación y gestación de redes como forma de crecimiento.”<sup>19</sup>

Encuentran otra modalidad de producción cultural, luego de obtener cierta legitimación de la actividad que realizan. De este modo, abandonan la realización de fiestas y se dedican a promover un espacio de exhibición del cortometraje. Tal como lo enuncia el grupo: “a medida

---

<sup>19</sup> Cita correspondiente a la difusión que realizan por e-mail de sus actividades.

que iba desarrollando su propia identidad.” Es decir, paulatinamente formalizan su propuesta cultural y gestionan recursos de otro modo.

**Las condiciones de producción y gestión de recursos** de esas experiencias culturales constituyen el interés planteado en este trabajo. En esta perspectiva, no se trata de juzgar moralmente en términos dicotómicos: desde una perspectiva, consideran que dichas experiencias culturales son clandestinas, caóticas y, por consiguiente, en ciertos aspectos, malas; desde otro ángulo, estiman que “la cultura pública es pederorra” .En el presente análisis, por el contrario, se trata de enunciar un problema implícito en el campo cultural de la Ciudad de Buenos Aires, desde el retorno de la democracia hasta la actualidad. La complejidad de tal cuestión entrecruza tanto las condiciones de producción como las creencias de los sujetos involucradas en dicho campo de análisis. Asimismo, a través de la interpretación de las categorías nativas mencionadas se torna legible la distinción de las representaciones que organizan los bandos de *los buenos* y de *los malos*, arriba enunciados.

*La autogestión* parecería ser el modelo elegido por esas experiencias culturales, el modo posible de subsistencia en determinadas condiciones históricas. En esta perspectiva, se remite al marco histórico en el que son leídas las experiencias culturales signadas por el retorno de la democracia. Si bien dicho hito puede situarse en un día específico, las lógicas de producción cultural no iban a cambiar, repentinamente, amparadas por tal acontecimiento. Lejos de ello, las categorías nativas analizadas demuestran que el modo de gestión se corresponde con el contexto en el que se suscitan. En este sentido, la autogestión se opone a la cultura oficial y se vincula con vocablos tales como el *off*, *underground*, *independiente* o *alternativa*. Las palabras analizadas dan cuenta de un rechazo de la cultura pública. Entonces, **la autogestión podría pensarse tanto como un modo de producción independiente de la cultura oficial, o como la alternativa para producir con escasos recursos.**

“Una mirada atrás a la producción escénica de los ´80 nos muestra un potente movimiento off, que funcionaba subterráneamente durante la dictadura y que estalló con fuerza en la democracia...Producir un espectáculo sin o con escasos recursos personales, en Europa podría considerarse off, en Argentina forma parte de la cotidianeidad.”<sup>20</sup>

### **Vender el alma ;:dilema de la clase obrera?**

---

<sup>20</sup> Redacción del “Periódico de Artes Escénicas, Cultura Independiente”, N° 47, Editorial Asociación Civil Artes Escénicas, Buenos Aires, pág. 12.

*“El hombre de cultura es sustituido por el mero especialista que resuelve técnicamente problemas técnicos, sin ser jamás capaz de tener una visión de conjunto.”*<sup>21</sup>

En este apartado se pretende vincular la categoría nativa *independiente* con el trabajo informal de los hacedores culturales. Dicha problematización implica tratar la cuestión de la profesionalización de los hacedores culturales. A continuación, se establecen relaciones entre la metáfora señalada *vender el alma al diablo* y los modos de producción de las experiencias culturales gestadas por la sociedad civil.

Los inicios de la sociedad moderna afirman **el destino de la racionalización e intelectualización** y, sobre todo, de desencantamiento del mundo, una época sin profetas. Un período donde ya no prima la magia, ni la alquimia; tampoco, los hechiceros -es decir, un mundo desmitificado que ya no reconoce dioses o demonios-. Es en dicho contexto donde se suscita la industrialización, acompañada de la maquinización y la burocratización, en un proceso de transición del Estado liberal al Estado intervencionista. Por un lado, el Estado se destaca por sus funciones de protección y compensación, dirigidas a los grupos más débiles de la sociedad; por el otro, se caracteriza por su intervención pública en la esfera de la sociedad civil. Asimismo, la división técnica del trabajo, en un contexto de racionalización, significa someter a la fuerza de trabajo a su parcialización y establecer una firme distribución de las tareas.

El *hombre de cultura* descrito en el Fausto comienza a extinguirse. El **ideal romántico ya no prima** en el **desencantado mundo racional** que adviene con el capitalismo moderno. La universalidad fáustica pretendida se ve circunscripta a la limitación del trabajo especializado. La búsqueda del *hombre de cultura* se ve escindida por la división del trabajo, en un momento histórico de transición entre los códigos de la belleza y los de la producción. En este marco, se produce el paso del mundo de la nobleza al mundo de la burguesía; en el ámbito económico, dichos ideales se corresponden con la necesidad de renunciar a la personalidad clásica y limitarse al ejercicio de una profesión.

La **fuerza de trabajo**, entonces, se limita a una actividad en un campo acotado de acción donde las tareas están organizadas de modo tal que obligan a los sujetos a recortar sus impulsos. La especialización está regida por la utilidad, lo cual implica aprender un oficio. Se exige, de este

---

<sup>21</sup> J. M. González García, *Las huellas de Fausto. La herencia de Goethe en la sociología de Max Weber*, Madrid, Tecnos, 1992, pág. 102.

modo, una vida metódica y acciones calculadas, predecibles, eficientes y racionales. “Para Max Weber, la burocracia mantiene su eficacia gracias a la jerarquía administrativa que regula todos los asuntos objetivamente, con precisión y sin alma, precisamente como una máquina”<sup>22</sup>. El surgimiento de la burocracia acompaña el desempeño laboral caracterizado por una fuerza neutral que mecaniza, disciplina y deshumaniza las acciones. La burocracia surge a la par de la división de competencias; ambas exigen dedicación y rendimiento respecto de obligaciones objetivas relativas a cargos o roles, que constan en documentos. Archivos, registros, carpetas -en otras palabras, la despersonalización y la desespiritualización- requieren del poderío de las técnicas utilizadas por los especialistas. Las técnicas se caracterizan por la administración de una serie de procedimientos racionales condicionados por fórmulas y reglas. En este sentido, ya no rigen dioses, ni demonios sino criterios standard para producciones seriadas, con una aplicación práctica inmediata.

¿La profesionalización borraría las almas implicadas anunciando la defunción del hombre de cultura? El prelude de este apartado denominado *Vender el alma: ¿dilema de la clase obrera?* Introduce, por analogía, las condiciones contemporáneas que acechan a los trabajadores informales del campo cultural. La profesionalización, la especialización y la precisión se presentan como un requisito laboral planteado por las empresas culturales. El auge del marketing cultural, la gestión y las estrategias de administración cultural pretenden una división técnica del trabajo que facilite la comercialización. Asimismo, una serie de procedimientos racionales condicionados por fórmulas y reglas buscan generar productos culturales *vendibles* en el mercado. Dichas exigencias se imbrican, también, en ciertas experiencias culturales que intentan tomar los procedimientos con pretensiones de “vivir de lo que hacemos”, tal como lo enuncia un hacedor cultural. No obstante, dichos requisitos no parecen concordar con los modos de desempeño de los hacedores culturales que se autodenominan *hombres orquesta*, al tiempo que expresan: “hacemos un poco de todo”.

La **observación<sup>23</sup> de la cotidianeidad laboral** de una determinada experiencia cultural demuestra que los integrantes realizan una amplia variedad de tareas. Incluso, se podría constatar que, en un centro cultural, la misma persona cumple de manera simultánea diversos roles que se traducen en atender diversas tareas, tales como responder el teléfono, realizar la prueba de sonido

---

<sup>22</sup> J. M. González García, *La máquina burocrática. Afinidades electivas entre Max Weber y Kafka*, Madrid, Visor, 1989, pág. 27.

<sup>23</sup> Ver Bourdieu, P., “Participant objectivation”, en *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, volume 9, number 2, June 2003, UK, págs. 281-294.

para el grupo de música o controlar las empanadas que están en el horno y que serán vendidas durante la fiesta que se realizará esa noche. Dichas tareas implican un trabajo informal, temporario y que recibe una remuneración *en negro*; involucran variados conocimientos que se despliegan en diversas actividades, desarrolladas de un modo simultáneo, sin división técnica alguna. En unas pocas experiencias culturales, aparece una problematización de dichas condiciones de trabajo. No obstante, se podría afirmar que en ciertas circunstancias los hacedores culturales describen su cantidad de tareas con gusto y entusiasmo, resaltando la importancia de trabajar en equipo. Se nombra a cada uno de los compañeros que integran el grupo o se los llama por su apodo e incluso, usualmente, agregan a tal enunciación un adjetivo calificativo amigable.

**Se revaloriza la camaradería y la cooperación** existente en tales ámbitos. En este sentido, se distingue el sentimiento de pertenencia a un grupo, motivo por el cual se podría conjeturar que se prioriza la asociatividad<sup>24</sup>. La trama de vínculos delinea la conformación de dichos grupos, en los que la amistad parecería definir a quienes son considerados como miembros de tales experiencias culturales: “...ah, ellos son amigos”, “son de la casa”.

En la perspectiva de Richard Hoggart, la tradición de la camaradería parece derivar de su fuerza inicial, de la cotidiana evidencia de que -dadas las condiciones que comparten- todos se encuentran en la misma situación. “El sentimiento de comunidad se alimenta principalmente de la certeza de pertenecer irremediabilmente a un grupo; del calor y seguridad que esta certeza puede dar”<sup>25</sup>.

**La cultura como motor de empleo** es la propuesta contemporánea proveniente de organismos internacionales, nacionales, gubernamentales y del ámbito empresarial. Es decir, actualmente, se presentan *intereses económicos y políticos* en torno al campo cultural; básicamente, consisten en tornar comercializables los bienes y servicios culturales, porque estiman que generarán rentabilidad. Dichos principios se enuncian del siguiente modo;

“Consideramos asimismo a la cultura como un motor del desarrollo económico y social, generadora de inclusión y empleo (...) promovidos por la UNESCO.”<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Ver Di Stefano, Roberto, Sabato, Hilda, Romero, Luis A. y Moreno, J. L., *De la cofradías a las organizaciones de la sociedad civil. Historia de la Iniciativa Asociativa en Argentina, 1776-1990*, Buenos Aires, GADIS.

<sup>25</sup> Hoggart, R., *La cultura obrera en la sociedad de masas*, México, Grijalbo, 1990, pág. 57.

<sup>26</sup> Declaración de Mar del Plata del Primer Congreso Argentino de Cultura, Mar del Plata, 2006.

**Las leyes del mercado** que rigen los modos de empleo en el marco de las industrias culturales implican una división del trabajo en roles y tareas, en vistas a la producción y reproducción técnica de los productos culturales. Así, se visualiza la posibilidad de generar empleo, tal como lo expresa el Foro para la Defensa de las Industrias Culturales de Buenos Aires <sup>27</sup> que se propone;

“Reconocer a las industrias culturales como a uno de los sectores económicos más dinámicos, con mayor potencial de expansión, y con mayor capacidad de generación de puestos de trabajo. Excediendo el carácter estratégico de la producción de bienes culturales, las industrias culturales conforman un conglomerado altamente reconocible en el PBI destacándose, además, el carácter mayoritariamente pyme del sector y la cantidad y calidad de los puestos de trabajo que genera.”

No obstante, **las experiencias culturales analizadas priorizan otras lógicas del quehacer cultural**, tales como la camaradería –antes mencionada- y pretenderían contrarrestar el mundo racional del capitalismo moderno. En este sentido, los intereses económicos del mundo del trabajo resultan fuerzas difíciles de articular con las experiencias culturales gestadas por la sociedad civil que desde el retorno de la democracia se afirman como *independientes* de ciertos modos de producción.

*Independiente* es una categoría cuya característica central consiste en la diferenciación respecto del Estado. La posibilidad de una participación colectiva respecto de la toma de las decisiones aparece como un modo del quehacer cultural. Por consiguiente, las experiencias culturales propician la camaradería, la asociatividad y la pertenencia a un “colectivo”, grupo, red o movimiento. En este sentido, la *autogestión* parece ser la modalidad elegida, en la que se apuesta a la horizontalidad, en un gesto asambleario. La asociatividad, entonces, podría pensarse como un intento de contrarrestar las exigencias que el mercado impone sobre las lógicas de producción cultural. Resulta pertinente acentuar que se trata de un modo de propiciar los lazos sociales para resistir a las exigencias de fenómenos complejos, como la globalización. Quizás, sólo se podría conjeturar que experiencias como la de *El Club del Disco* se suscitan en ese intento de subsistencia:

“Cada vez hay más discos independientes en el mercado. Y es cada vez más difícil orientarse en medio de tan abrumadora oferta. Algunos de esos discos alcanzan apenas la calidad de un demo, mientras que otros son obras de arte profundas, realizadas con gran cariño, coraje, un acabado exquisito, y una honestidad y originalidad que los grandes sellos discográficos no

---

<sup>27</sup> Documento emitido por el Foro para la Defensa de las Industrias Culturales Buenos Aires con la participación de (A.A.A.) (A.A.D.E.T.) (AATRAC) (CAPIT) (DAC) (FAPCA) (FATPREN) (FATIDA) (SAT) (SICA)(SUP) (SUTEP) (SAL) (SADEM), 4 de junio de 2002.

podrían siquiera imaginar. Distinguir unos discos de otros se hace cada vez más difícil en las bateas de las disquerías por no hablar de la escasa distribución que recibe gran parte de estas obras, ni del poco interés en promocionarlas que suelen demostrar los medios masivos de comunicación. Al mismo tiempo hay cada vez más público interesado en conocer y escuchar nuevas músicas. Músicas genuinas e inesperadas, no comerciales. Por definición, músicas que los grandes sellos o cadenas de distribución no promueven. El lugar en el que el público se encuentre con estos artistas no es fácil de encontrar. Ese lugar es el que les proponemos generar junto a ustedes en el Club del Disco.”<sup>28</sup>

**El lugar** es un ámbito de encuentro y se suscita con otros. El espacio se conforma en el encuentro entre el público y los artistas que promueven la asociatividad al Club del Disco. Desde este modo de establecer vínculos, se pretende ubicar en el campo cultural un producto nuevo; al tiempo que un nuevo sistema de gustos<sup>29</sup> desliza hacia el pasado el conjunto de los productores de los grandes sellos, de los productos y de los sistemas de gustos jerarquizados, desde el punto de vista de legitimidad. La trama vincular de dicha experiencia se diagrama desde la amistad que comparte un grupo, como se percibe en la mayoría de las experiencias culturales. No obstante, se diferencia de los otros casos antes mencionados, porque se solventa con sus propios recursos y, desde sus inicios, fue gestada con capital propio de los integrantes del grupo.

Los dilemas de la clase obrera cultural se conjeturan en vinculación con la metáfora de *vender el alma al diablo*, en tanto pretenden la *independencia* respecto de ciertos parámetros que establece el mercado. Nos referimos a un *no venderse* a las modalidades de distribución, circulación y producción hegemónicas, que preformatean los modos de promoción y, por lo tanto, establecen determinados modos y modas en el campo cultural. Por consiguiente, las experiencias analizadas generalmente se pronuncian *alternativas* a tales modalidades y propician lugares de encuentro e invitan a otros ya que requieren de la camaradería. De este modo, las categorías *vender el alma al diablo e independiente*, si bien se presentan en los discursos con múltiples contradicciones, se articulan también en torno a “un punto de vista político-ideológico”. Tal como lo enuncia otro hacedor cultural:

“Independiente, es una bolsa donde entran muchas cosas. Más que nada independientes como categoría que tiene que ver con todos, que atraviesa a todos... es el hecho de que no tienen... o sea... grupos que están conformados desde un punto de vista político-ideológico y no desde el punto de vista mediático exclusivamente. Y que son de bajos recursos, no pertenecen a un grupo comunicacional o a un grupo de televisión (...) Después puedes entrar a discutir si lo alternativo, además, de no pertenecer a un grupo económico poderoso, implica tener una propuesta diferente a la que tienen los poderosos. No sólo por el hecho económico sino que

---

<sup>28</sup> Información mencionada en la página web del Club del Disco.

<sup>29</sup> Bourdieu, P., *Las Reglas del Arte*, Barcelona, Anagrama, 1995, pág. 241.

además en el discurso se construye otra apuesta. No sé, si en todos hay una construcción de un discurso diferente, lo que sí hay en todos es que no tienen un acceso masivo.”<sup>30</sup>

**Una posición política- ideológica** parecería subyacer en la enunciación de esta cita, tanto como en determinadas experiencias culturales, ya que se expone que “no todas” delinear una propuesta diferente de lo establecido por “los poderosos”. Se podría inferir que “no todos” apuestan a una producción de sentido, a una micropolítica contracultural. Dicho de otro modo, la microfísica del poder no pretende tomar el poder, porque distingue que circula en un complejo campo de relaciones de fuerzas en tensión; sólo busca producir cultura en un sentido diferente. Y también podríamos afirmar que “no todas” las experiencias culturales que intentan producir “propuestas diferentes a la de los poderosos” tienen escasos recursos económicos, tal como lo demuestra el caso de El Club del Disco.

El análisis de los vericuetos del campo cultural no comprueba el ideal de que los hacedores culturales “no tranzan” ni “negocian” con ciertos *intereses económicos y políticos*, ya que ese postulado remitiría a una visión romántica de la cuestión. Aún así, se podría deducir que los dilemas de la clase obrera cultural -conformada por hacedores culturales informales y/o independientes- radica, por un lado, en sus sentimientos de pertenencia a un grupo, colectivo o red y, por el otro, en una determinada posición política-ideológica que pretende una producción de sentido diferente de lo establecido. Las experiencias culturales citadas no acuerdan con los parámetros de ciertas lógicas de producción cultural; no obstante, conforman espacios micropolíticos que les permiten su existencia e interacción en un campo complejo de fuerzas en tensión. Aún así, “...sería engañoso limitarse a hilvanar estas manifestaciones y declararlas contrahegemónicas: No puede ignorarse que aún en las experiencias más directas y autogestionarias existe acción y actuación, expresión de lo propio y reconstitución incesante de lo que se entiende por propio en relación con las leyes más amplias de la dramaturgia social, como también reproducción del orden dominante.”<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Cita de la entrevista realizada a Martín Cossarini, coordinador del Centro Cultural Chilavert Recupera, que funciona en una imprenta recuperada.

<sup>31</sup> García Canclini, N., *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990, pág.260.

<sup>32</sup> Bonet Agustín, *Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana*, investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo, Enero 2001.



### **De boca en boca ¿costumbres en común?**

*El sector de la cultura y de la comunicación* ha comenzado a vivir una transformación casi tan radical como la experimentada con la invención de la imprenta, según el estudio realizado por el investigador español Lluís Bonet.<sup>32</sup> La aparición de equipamientos multimedia, la digitalización de los formatos, así como los grandes logros en las tecnologías de telecomunicaciones, comportan un cambio sustancial en las formas de producción y consumo. De este modo, el sector cultura pasa a ser visto como una actividad clave en las estrategias internacionales de dominio de los nuevos mercados de las telecomunicaciones y el ocio; este hecho provoca un proceso acelerado de integraciones empresariales verticales y horizontales, y de globalización de las estrategias de los grandes grupos empresariales del sector. También Canclini<sup>33</sup> sostiene que la internalización del mercado está cada vez más asociada a la transnacionalización y concentración general del capital. En términos de Rubens Bayardo,<sup>34</sup> la validez jurídica a la liberación total del comercio terminaría de abrir las puertas al cine de Hollywood -con el que no se puede competir, porque ya ingresa amortizado a costo cero- y pondría freno a los subsidios que fomentan las creaciones locales, y terminaría con los acuerdos de coproducción con otros países, que posibilitan la ampliación de los mercados internos, alcanzando a 400 millones de hispanohablantes. No obstante, se detectan ciertas fisuras y contradicciones en el papel de los Estados miembro en la OMC y en la UNESCO, pero el panorama es más preocupante que alentador.

Desde las políticas públicas actuales se vislumbra la importancia del sector cultural, motivo por el cual se pretende –con carácter de Plan Estratégico- instalar a la Ciudad de Buenos Aires como la capital latinoamericana de la cultura, con el objeto de atraer al turismo y generar puestos de trabajo. Asimismo, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires creó el Observatorio de Industrias Culturales, para establecer un sistema estadístico y así, poder analizar la demanda y el consumo de los bienes y servicios culturales.

Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos **devinieron grandes corporaciones** y manejan el flujo de la información. “Este fenómeno se da en la Argentina de una manera especialmente perversa, generando desde las reformas del Estado que iniciaron Menem, Dromi y Cavallo, un

---

<sup>33</sup> García Canclini, N., *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990, pág. 76.

<sup>34</sup> Rubens Bayardo, “Políticas Culturales y Cultura Política” en *Revista Electrónica de Crítica Social*, Argumentos, Nº 5, junio de 2005.

panorama casi monolítico y, al parecer, inmodificable. Hoy existen dos grandes grupos económicos que manejan -de manera monopólica- la televisión abierta, la TV por cable, el servicio de radiofonía, el servicio telefónico básico, la telefonía celular, la fibra óptica, internet, el desarrollo de servicios satelitales y radares. Íntimamente ligadas a este paquete de servicios están las llamadas industrias culturales: producción y distribución de cine, industrias del libro y de la música. La concentración es tan grande que, así concebidos, los medios pueden fácilmente poner en juego no sólo la articulación de la cultura política, sino de la democracia en general”<sup>35</sup>. En el desarrollo de este análisis se explicitó que las experiencias culturales *autogestivas* intentan contrarrestar las leyes globales del capitalismo, aunque las mismas se imbrican en sus lógicas de producción. Es decir, la gestión de recursos a través de fiestas para financiar sus actividades culturales, así como la camaradería, constituyen **intentos de autonomía respecto del mercado competitivo** descripto.

Las lógicas del quehacer cultural no surgen aisladas de un determinado contexto sociohistórico; por el contrario, están atravesadas por el tránsito de procesos dictatoriales a procesos democráticos, por una parte, y por la otra, por el desplazamiento hacia un “modelo de economía de libre mercado”, desarrollado a partir de las reformas estructurales implementadas durante las décadas del ‘80 y del ‘90. En este sentido, se sostiene que existe una relación entre el período socio-histórico en el que emergen las experiencias ya mencionadas, y los sitios donde se emplazan –p. ej. encontramos centros culturales que funcionan en *fábricas recuperadas* y que pretenden la horizontalidad en la toma de decisiones, o bien *en andenes de tren* en desuso, convocando allí un lugar de encuentro-; estos colectivos culturales intervienen en el *espacio público*. El atravesamiento socio-histórico no sólo resulta identificable desde el espacio físico, desde donde se desarrollan sino, también, desde los modos de desempeño de los hacedores culturales en su cotidianeidad, que ansían la asociatividad mientras atienden labores simultáneas en un período caracterizado por el aumento de la racionalización del sector cultural, debido a los intereses económicos. Dicho en otros términos, una época donde se corre el riesgo de ver a la cultura sometida a las leyes del mercado, y sus productos convertidos en simples mercancías. Un período signado por la falta de intervención del Estado y la ausencia de regulaciones, que deja

---

<sup>35</sup> Massuh. G., Conversaciones con H. Gonzáles, León Rozitchner, A. Kaufman ¿Qué es una política cultural y cuál es su relación con la cultura política?, Revista Electrónica de Crítica Social, Argumentos, N°4, septiembre de 2004, págs. 12-13.

estos ámbitos librados a la “mano invisible” del mercado<sup>36</sup>, donde usualmente se cumple la ley del más fuerte.

La **red de transmisión oral** por la cual la información circula parecería ser *el* medio de comunicación que utilizan las experiencias culturales analizadas. Así como, anteriormente se vinculó las fiestas como modo de gestión de recursos y se dilucidó que constituían un modo de promoción y difusión, también se podría complejizar la categoría *de boca en boca*. Dicha expresión remite a un murmullo colectivo, un rumor que se traslada, un modo informal de difusión de una obra, un evento, una performance, una presentación, un concierto, etcétera.

La **costumbre** posibilita que cierta información se divulgue por canales de comunicación “no oficiales” ni “masivos”. A continuación, se detallan las formas que toma este otro modo de comunicación. Por ejemplo, La Nave de los Sueños tiene postales que se dan *de mano en mano*, en las que se detalla la programación de sus actividades. Los socios de El Club del Disco participan ingresando a una página web y, *de mail en mail*, publicitan sus propuestas. Los organizadores de eventos contraculturales, además de volantear -es decir, entregar en forma personal volantes con la información de la performance- utilizan otras tácticas, como pegar afiches. Las obras, asimismo, suelen difundirse con una folletería que denominan *postalitas* –ya que su tamaño es menor al de las postales-. Y la estrategia más eficaz parece ser una *pancarta*<sup>37</sup> que alguien alza en una multitud; preferentemente, quien sostiene dicho elemento debe encontrarse sentado sobre los hombros de un compañero, así queda a mayor altura; esto también permite divisar a la persona que sujeta la publicidad. La *pancarta* es bastante artesanal, pero muy distinguible en un evento multitudinario como concierto, marcha u otro similar.

El análisis de esta metodología de comunicación se inscribe en la perspectiva trabajada sobre los sujetos y sus actitudes. En el desarrollo de este análisis, se los denomina *hacedores* -tal como se enuncian ellos mismos-. Desde la línea teórica expuesta, estos vocablos conforman metáforas que guían el funcionamiento cotidiano y el modo de establecer relaciones. La categoría *hacedores* supone hechos realizados por sujetos involucrados en la producción y, precisamente, los medios masivos de comunicación no muestran a los productores, sino a los productos. **Quizás la costumbre descripta convoca a la camaradería, a la proximidad -de mano en**

---

<sup>36</sup> Rubens Bayardo, “Políticas Culturales y Cultura Política” en *Revista Electrónica de Crítica Social*, Argumentos, Nº 5, junio de 2005.

<sup>37</sup> Modo de difusión de las Fiestas Clandestinas observado en la multitud que se encontraba en el marco de la Noche de los Museos, organizada por el G.C.B.A., antes del comienzo del recital del grupo Me Darás Mil Hijos.

**mano, de boca en boca, de mail en mail- se emprenden modos de relación, y no sólo medios de difusión.** En este apartado sobre costumbres en común, se trató de distinguir las actitudes de los hacedores culturales para concluir que existen lógicas con sus respectivos códigos vigentes en el campo cultural, en una trama de vínculos y modos de producción poco explorados con el afán de establecer legislaciones gubernamentales proteccionistas o normativas para el sector cultural. En este sentido, resulta pertinente citar a E. Thompson que afirma que el proceso capitalista y el comportamiento no económico están en pugna activa y consciente, probablemente causando la resistencia de los hacedores culturales a las nuevas pautas de consumo o la resistencia a las innovaciones técnicas y/o las racionalizaciones del trabajo, ya que podrían considerarse como una amenaza a la usanza acostumbrada.

### **Micropolíticas Culturales:**

A través de las metáforas que condensan determinados dilemas ante las racionalizaciones del trabajo se analizaron las costumbres. Desde el retorno de la democracia hasta la actualidad existen en la Ciudad de Buenos Aires experiencias gestadas por la sociedad civil con fines culturales que, si bien se caracterizan por su heterogeneidad, comparten las categorías nativas tratadas. Las experiencias se asemejan en sus lógicas de producción cultural signadas por el intento de contrarrestar, incluso sin proponérselo, ciertas hegemonías de un mercado cultural altamente competitivo. Dicho en otros términos, se aspira a un *no venderse* a las modalidades de distribución, circulación y promoción que preformatean los modos producción. En este sentido, priorizan otras lógicas o modos del quehacer cultural, tales como la camaradería, el sentimiento de pertenencia, la toma de decisiones compartidas horizontalmente, la autogestión y la construcción de sentido diferente de lo establecido. Aún así, no podríamos afirmar que tales intentos constituyen políticas culturales *alternativas*; antes bien, cabría la posibilidad de pensar que las condiciones de producción se imbrican en tales experiencias, de modo tal que suscitan micropolíticas culturales que tienden a propiciar lazos sociales, en un período histórico atravesado por la transición de procesos dictatoriales a contextos democráticos y por el tránsito hacia un “modelo de economía de libre mercado”, desarrollado a partir de las reformas estructurales implementadas durante las décadas del ‘80 y del ‘90, que incidieron en una corrosión paulatina que estalló en la crisis del 2001. Las experiencias culturales emergen en un contexto socio-histórico donde no se trata de analizar si son *independientes* por sus modos de producción o por sus medios de difusión de *boca en boca*, ni tampoco si pueden modificar la sociedad, sino focalizar en lo que expresan sobre ella, aún en sus micropolíticas culturales.

