



Muchas voces, una voz.

Identidades, mediaciones y cultura en un grupo de aficionados al canto.

Autor: Cardozo, Leonel Oscar.

DNI: 34.536.178

Institución a la que pertenece: Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

E-mail: cardozoleonel@gmail.com

Área de Interés: 9. Sujetos, Identidades y Culturas.

Palabras clave: Identidad, mediaciones, música.

RESUMEN

Este trabajo se propone realizar un análisis de las mediaciones y los rasgos identitarios y culturales presentes en la afición por el canto. Para ello, se desarrolla una búsqueda de estos aspectos en un grupo de personas de diferentes géneros y edades que realizan esta actividad como parte de su tiempo de ocio y pertenecen a un mismo instituto de música. Se intenta comprender por qué emplean sus momentos libres en esta actividad y no en otras. Se llevará a cabo un abordaje cultural, entendiendo la cultura como la mediación más importante de las existentes, siendo la música una parte de ella. Se dará cuenta de diferentes aspectos que permiten comprender por qué, más allá de las diferencias sociales, económicas, etarias y demás, estas personas llegan a lograr un vínculo que sólo puede entenderse a través de su afición por la música y de la pertenencia a una institución. Este trabajo incluirá también a actores de diferentes gustos e intereses dentro de la temática, ya que abordará a distintos individuos que no sólo tienen características sociales desiguales sino que, dentro del marco de la actividad artística, se especializan en diferentes géneros (musicales). Dentro de ese propósito, el trabajo busca entender cuáles son los significados compartidos que permiten entender a la afición por el canto como un fenómeno cultural.



INTRODUCCIÓN

Este trabajo intentará dar cuenta de cómo influyen en un grupo de personas aficionadas al canto las cuestiones vinculadas con la cultura, las mediciones y las identidades. Estos sujetos comparten la experiencia de concurrir al mismo Instituto de música. En primer término, se explicará cuáles son los conceptos a tener en cuenta para este trabajo.

Explicitar una noción de cultura, siempre implica dejar algo fuera de ello. ¿Cómo encontrar una definición que pueda englobar todos los campos conceptuales posibles? Seguramente, ninguna podría abarcarlo o, al menos, ocuparía un trabajo de muchos años. Sin embargo, cada una de esas aproximaciones nos permite acceder a una parte de esa gran masa de elementos que constituyen la cultura.

Una posible definición, la que se tomará para la realización de este trabajo dice: la cultura es todo aquel proceso que surge de la sociedad y que contiene en sí mismo significaciones sociales compartidas que sólo son comprendidas, en su totalidad, por aquellas personas que forman parte de la misma. Incluye tanto la producción, circulación y consumo de estos productos culturales/simbólicos. Como todo proceso, la cultura es dinámica e histórica; se creó en el pasado pero existe en un momento y un tiempo determinado, pero a su vez está en constante transformación. Son los propios sujetos quienes crean, recrear, modifican, planifican y, fundamentalmente, codifican y decodifican a diario la cultura.

Entender la comunicación implica necesariamente pensar en cultura. La comunicación es cultura. Está situada en un tiempo y espacio determinado, es decir, se halla enmarcada dentro de un contexto que la produce, transforma, reproduce y condiciona. Además, sin la comunicación no podría existir la cultura, ya que es la comunicación la que permite la interacción entre los diferentes integrantes de un grupo social. Por ende, se podría decir que la cultura hace la comunicación para que esta logre su existencia y su reproducción a lo largo del tiempo. Además, la comunicación, al ser cultura, sólo se da en determinados contextos y no cualquier ser humano con cualquier otro. Que una



persona pueda comunicarse con otro implica que tengan al menos ciertas pautas culturales compartidas para el entendimiento.

Si hablamos de *identidad*, esta puede expresarse de dos maneras. Por un lado, tenemos una identidad que es *colectiva*. Esta se refiere a todo aquello que hace que un sujeto forme parte de un grupo. Se trata de todas las características que son compartidas por aquellos que constituyen un grupo social. A su vez, estas propiedades son aquellas que los diferencian de las demás personas y/o grupos. Es decir, permite la creación de una otredad; se produce una identificación particular entre los miembros que genera la existencia de un “nosotros” y un “otros”.

Por otro lado, existe una identidad que se llama *individual*. Ésta es aquella que le permite a un individuo ser único e irrepetible. Lo forma como un actor social que se relaciona con otros, como consecuencia de aquello que lo diferencia. Incluso, dentro de un mismo grupo (identidad colectiva) le permite al sujeto lograr esa distinción con los demás integrantes.

¿Por qué trabajar la identidad desde la cultura y la comunicación? Es la comunicación aquello que permite a los individuos interactuar entre sí. Por ende, para que puedan entenderse, deben existir al menos ciertos rasgos culturales para que el intercambio logre producirse. Sin embargo, esos rasgos culturales necesitan que dos personas puedan identificarse entre sí para que la interacción se produzca. Incluso, cuando alguien mantiene una conversación con un desconocido, al menos se formó dentro de sí, una idea acerca de quién y cuáles son las características que tiene aquel otro con el que está hablando.

Por último, las *mediaciones* se relacionan con las grandes formas con las cuales las personas se apropian de la cultura. Hasta algunas décadas atrás, el foco estaba puesto en los medios de comunicación. A partir de los aportes de Jesús Martín Barbero, el concepto mediación pasó a ser entendido fundamentalmente a partir de la cultura. Esta última fue considerada como la gran mediadora entre los sujetos y la producción, circulación y consumo de los bienes culturales.



METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para este trabajo se utilizará un método cualitativo, es decir, se buscará enfatizar en la “*discusión del paradigma y los principios que sustentan la posición metodológica*”¹. Al partir de este tipo de investigación, se entiende que la realidad es subjetiva e intersubjetiva. Los actores que entran en juego son considerados productores y reproductores del contexto en el que se desenvuelven (Sautú y otros, 2005). El método por excelencia para la recolección de datos dentro de este tipo de investigación es la entrevista a las personas que forman parte del tema a trabajar. Otras actividades a tener en cuenta son la observación (tanto participante como no participante), el análisis de documentos, y de material tanto visual como auditivo.

Con el fin de esta ponencia fueron realizadas siete entrevistas a estudiantes de canto del Instituto de Música Santa Cecilia de la ciudad de Wilde en la provincia de Buenos Aires. Las mismas contuvieron preguntas abiertas y permitieron a los entrevistados expresarse sin limitaciones. Este tipo de respuestas posibilita encontrar en las personas aquellos aspectos que no aparecerían si se buscara con respuestas “predeterminadas”. Esto se basa en que el interés del trabajo estaba puesto en los rasgos identitarios y culturales de las actores en cuestión.

EL INSTITUTO SANTA CECILIA Y LO LOCAL

La elección de este Instituto se basa en su pertenencia local, ya que la mayor parte de sus alumnos viven o trabajan en zonas cercanas. Este es un de los aspectos que son claves para entender a la cultura y la identificación de una persona dentro de cierto grupo social. Si bien Carlos Feixa hace referencia fundamentalmente a las culturas juveniles, el territorio es una de las condiciones sociales (factores estructurales) de la pertenencia a un grupo. En este sentido, se interpreta que el territorio poco tiene que ver (aunque en ciertas ocasiones sí) con la clase y la etnia. Los grupos que se forman a partir de la convivencia en un mismo sitio tienen tendencia a ser interclasistas. (Feixa,

¹ Sautú, Ruth y otros: Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Buenos Aires, CLACSO, 2005. Pp. 46



1999). Este aspecto se ve reflejado por los entrevistados, los cuales plantean que asisten al Instituto simplemente por la cercanía física que los une al mismo. Además, resulta relevante destacar que esa situación territorial significó solamente un punto de partida para lograr luego una identificación mayor que termina convirtiendo a los alumnos en parte de ese Instituto.

“Estudio acá porque me queda cerca y un amigo venía y me lo recomendó. (Paula).

“Venir acá fue una cuestión de cercanía, me quedaba cerca del trabajo y podía acomodar el horario.” (Marcos)

“Vine acá porque me quedaba cerca. Además, lo conocía a Leo²”. (Nélica)

“Estaba buscando un lugar, y una amiga me recomendó acá. Aparte no me quedaba lejos, vivo cerca.” (Juan)

LA MEDIACIÓN INSTITUCIONAL

Orozco Gómez describe que Martín Barbero *“usa el concepto (mediaciones) para significar el descentramiento de la comunicación de los medios, de eso que él llamó mediocentrismo en este campo de estudios. La cultura, entonces, vino a ser asumida como la mediación principal... y posteriormente derivó en diversas mediaciones más específicas.”*³. Asimismo, este autor afirma que las mediaciones deben ser entendidas como *“procesos estructurantes provenientes de diversas fuentes que inciden en los procesos de comunicación y conforma las interacciones comunicativas de los actores sociales”*.⁴

Existen cuatro tipos de mediaciones. En primer lugar, está la *cultura*, entendida como la gran mediadora de la sociedad. La segunda de ellas es la mediación *individual* que se presenta en aquello que le sucede al sujeto en su mente. También hay otro tipo de

² Leandro Lallone, Director del Instituto de Música Santa Cecilia.

³ Orozco Gómez, G. “Mediaciones tecnológicas y desordenamientos comunicacionales”. En: “Signo y pensamiento”. Vol XXI, Número 41. Universidad Pontificia Javeriana, Colombia, 2002. Pp. 26

⁴ Orozco Gómez, G. ídem. Pp.26



mediaciones que tienen que ver con las relaciones de poder que se establecen entre las personas que componen la sociedad.

La cuarta forma de mediaciones está relacionada con las *situaciones* o *instituciones* en las que un sujeto está inmerso. Es decir, el contexto en el que ocurren los diferentes hechos también media en el individuo.

En el caso del grupo de personas con quienes se realizó el trabajo, claramente existe una mediación de este último tipo. Si bien, tal como se describió en el apartado anterior, la llegada al Instituto de la mayoría de los entrevistados tuvo que ver con una cuestión de pertenencia territorial, la continuidad en el mismo está marcada por otros efectos. Fundamentalmente, los testimonios muestran un sentimiento de comodidad y gusto para seguir concurriendo al Instituto.

“Sigo viniendo porque me gusta. La paso bien acá” (Paula)

“Después cuando empecé a venir, me encantó el lugar, la gente, los chicos que vienen. Me gustó todo. Uno se siente muy bien acá” (Nélida)

“Vine, conocí y me gustó la buena onda. Es bárbaro eso” (Juan)

“Busqué algo cerca de casa y me encantó. Acá es super personalizado. No sos uno más. Saben quién sos. Te hacen de psicólogo también. Hay mucha calidad humana.” (Mariela).

MUESTRAS ANUALES, UNA ACTIVIDAD FOCAL

Carlos Feixa describe que un grupo social que se siente identificado entre sí, suele tomar parte de lo que él llama *actividades focales*. *“La identificación subcultural se concreta a menudo en la participación en determinados rituales y actividades focales propias de cada banda o estilo”*⁵. Si bien el autor, en su descripción, hace foco en las culturas y subculturas juveniles, puede extenderse este principio a cualquier grupo cultural independientemente de las edades de sus integrantes. Este tipo de actividades

⁵ Feixa, Carles: “De cultura, subcultura y estilos”. En: “De Jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud”. Ariel. Barcelona, España, 1999.



son llevadas a cabo únicamente por aquellos que forman parte de este grupo. Por este motivo, es parte de lo que los identifica como miembros.

Anualmente, el Instituto Santa Cecilia realiza muestras en las que participan todos sus estudiantes, de acuerdo a los diversos niveles alcanzados. Los estudiantes de canto forman parte de ella, y se sienten muy a gusto en las mismas. Por otro lado, se debe destacar que para la gran mayoría de ellos, esta experiencia resulta ser la primer presentación en público.

“Canté en las muestras. La primera vez fue en el coro. La segunda sí canté sola. Me costó un poco porque me daba vergüenza. Lo hice un poco de caradura y un poco porque lo tenía que hacer. Sentí mucha emoción. Fue muy lindo” (Nélida).

“Cantar en público es lo más. Primero pensé que iba a tener pánico escénico. Pero después empecé a pasarla bárbaro”. (Mariela).

“La primera vez había muchos nervios, pero fue muy lindo. Mucha adrenalina. Me sentía re importante” (Paula).

En este sentido, también hay que destacar lo que ocurre con aquellos que por diversos motivos, aún no han cantado en público. Ellos comparten de cierta manera estos dichos de sus compañeros y expresan algo similar.

“No canté en público todavía. Me gustaría, pero cuando aprenda un poco más como para tener una base más importante. Me imagino algo lindo, debe ser re copado transmitir a la gente”. (Juan)

“No canté en público. Justo cuando me tocaron las muestras no estaba viniendo. Me imagino una experiencia muy linda, con muchos nervios seguro, pero debe ser re lindo”. (Ayelén).

LA IDENTIDAD: IGUALES, PERO DIFERENTES

Uno de los elementos clave para entender cómo una persona se identifica con un grupo tiene que ver con cuáles son los elementos que comparte con los demás integrantes. Asimismo, hay que plantearse como ese mismo sujeto logra presentarse y sentirse un



individuo particular dentro de ese grupo al que pertenece. “*La identidad de una persona contiene elementos de lo socialmente compartido, resultante de la pertenencia a grupos y otros colectivos, y de lo individualmente único*”⁶. Estos primeros atributos son aquellos que le dan la *pertenencia social*, y los segundos, los que pueden ser llamados *particularizantes* y que forman parte de la unicidad idiosincrásica del sujeto.

El grupo que se analiza en este trabajo tiene un aspecto que resulta fundamental y se halla presente en sus integrantes. Se trata del *amor* por la música. Cuando Carlos Feixa habla de las imágenes culturales simbólicas, hace una referencia a la música, la cual es considerada como un elemento clave de muchos grupos sociales. Además, este autor también hace foco en la creación musical. “*La audición y la producción musical son elementos centrales en la mayoría de los estilos juveniles*”⁷.

“*La música ocupa un lugar importante. Mientras sea música me alegra el alma, me incentiva*” (Silvia)

“*La música ocupa un lugar importantísimo. Te diría que si pudiera estaría todo el día escuchando música*” (Marcos)

“*La música ocupa un lugar grande. Si estoy estresada o enojada o me peleo con mi familia, me pongo a cantar y me distraigo y me pongo en modo de artista y hay una revelación*”. (Paula)

En síntesis, puede decirse que los integrantes de este grupo se hallan igualados por un sentimiento parecido hacia la música. Sin embargo, dentro de ese gusto que comparten, también es un elemento que logra diferenciarlos.

Los distintos géneros musicales actúan en este grupo como aquello que los distingue entre sí y los particulariza. Estas diferencias están expresadas por Giménez cuando se refiere a los atributos particularizantes de cada uno de los integrantes de un grupo. En

⁶ Giménez, Gilberto: “La cultura como identidad y la identidad como cultura”, 3er Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales, Guadalajara, 2005. En: vinculacion.conaculta.gob.mx/capacitacioncultural/b_virtual/tercer/1.pdf- Reguillo Cruz, Rossana: “Acción comunicativa. Notas sobre la identidad/ pp. 10

⁷ Feixa, Carles, ídem.

este sentido, y siguiendo a este autor, hay cinco atributos con los que las personas se distinguen de los demás:

- Los *caracteriológicos*, relacionados con los hábitos y actitudes;
- el *estilo de vida*, fundamentalmente expresado en los hábitos de consumo;
- la *red personal de relaciones íntimas*, cada individuo forma una red de relaciones íntimas que le sirven para tener sus “alter egos”;
- los *objetos entrañables* que posee;
- la *biografía personal incanjeable*.

El atributo fundamental en este sentido, tiene que ver con el estilo de vida. Aquí, cada uno de los integrantes del grupo marca su diferencia de acuerdo al gusto musical particular que tiene.

“Elijo cantar de todo un poco. A veces metal, a veces música más melosa” (Paula)

“Elijo cantar la canción que tengo ganas. Escucho algo, me gusta y no paro hasta que no lo canto bien. Igual, siempre termino cayendo en el rock”. (Marcos)

“Trato de cantar un poco de todo. Igual, más que nada pop” (Ayelén)

“Siempre me gustó la ópera. Sé que es difícil para cantar, pero es lo que más me gusta. (Nélida)

LA MÚSICA COMO UN FRENTE CULTURAL

Con los testimonios presentados en el apartado anterior, hay otro aspecto que debe pensarse. Se trata de aquello que se conoce como *frentes culturales*, la cual es una categoría que permite entender que existen ciertos elementos culturales diferentes entre sí, pero que en algún punto se entrecruzan. Además son una “herramienta metodológica (que sirve para) pensar e investigar empíricamente los modos históricos, estructurales y cotidianos en los que se construye una urdimbre de relaciones de hegemonía en una sociedad determinada”⁸.

⁸ González, Jorge: “La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro”. En: “Razón y Palabra” Nº 10. 1998. Pp. 3



Planteándose la misma idea de los diferentes géneros musicales, estos son distintos tipos de producciones culturales (géneros musicales) que al ser considerados como parte de la música se encuentran en un frente cultural. Siguiendo una vez más con Jorge González, este investigador plantea la necesidad de entender a los frentes culturales con una doble acepción. Por un lado, describir las *zonas fronterizas*, es decir, aquellas que ocurren entre las culturas de clases y grupos sociales diferentes. Por otro lado, son presentadas como *frentes de batalla*, donde se los ve como lugares de lucha entre contendientes que pelean cada uno con sus recursos.

Si se piensa en un género musical, este es presentado como un tipo de cultura, ya que representa a un grupo social que puede consumirlo o producirlo, pero siempre está relacionado con ese género. Asimismo, existen muchos otros grupos que tienen sus hábitos diferentes. Sin embargo, todos ellos se encuentran inmensos dentro de lo que puede ser considerado música, es decir, ésta termina siendo tanto una zona fronteriza como un frente de batalla, en donde, entran en juego estos aspectos que son personales de cada uno de los integrantes de este grupo.

Por otro lado, también hay que pensar al Instituto Santa Cecilia como un frente cultural. En él, existe una disposición a la práctica de la música más allá del género. Tal como se planteó en varios de los testimonios, los estudiantes eligen el género que más les interesa o en el que se sienten más cómodos. El único requisito es que sea música.

LA TRANSGENERACIÓN⁹

Carlos Feixa piensa a la pertenencia a una generación como un elemento clave para entender la cultura de un grupo de edad. Este es uno de los factores que el autor llama estructurales. Inclusive, piensa que “*la generación puede considerarse el nexo que une biografías, estructuras e historia*”¹⁰. En este sentido, la identidad está considerada como un factor que se determina en los primeros años de vida, es decir en aquellos

⁹ Utilizo este concepto para definir a aspectos que abarcaron a diferentes generaciones pero que ocurrieron durante el mismo período de edad.

¹⁰ Feixa, Carles, ídem.



momentos en los cuales las personas fueron socializadas. De esta manera, se logra identificación con una generación, cuando se comparten aquellos momentos. Asimismo, estas personas se ven reflejadas con ciertos sentimientos de contemporaneidad expresada por los recuerdos en común.

En el grupo de personas con los que se trabajó, existen varias generaciones. Sin embargo, todos ellos refieren a la niñez como el momento de adquisición de este gusto/amor por la música. En este sentido, puede decirse que existe una *transgeneración* que abarca a varios contextos pero que hace que el grupo social analizado encuentre en ciertos años de su vida este aspecto que los identifica como tales. Es decir, la identificación generacional se produce no con el momento vivido, sino con una cierta edad.

“(estudiar canto) Era como una cuenta pendiente. Siempre me gustó la música desde chica.” (Nélida)

“Empecé hace casi dos años y medio, pero me gustó de chiquita, siempre cantaba para mí”. (Silvia)

“Siempre me gustó. Me quedó en el tintero desde que iba al colegio. Estaba en el coro y cosas así, pero nunca fui a estudiar canto”. (Mariela)

“Empecé hace tres años. Siempre me gustó y canté desde chico, pero llegó un momento que me lastimaba mucho la garganta. Así que decidí empezar”. (Marcos)

EL CANTO COMO EXPRESIÓN DE SENTIMIENTOS

La identidad es una necesidad para que se produzca la comunicación. Comprender quién es el otro al que se le está hablando implica que se establezcan los lazos necesarios para comprenderse entre tales. Gilberto Giménez relata que *“la revelación al menos parcial de la misma (la identidad) es a condición de posibilidad para que se*



produzca la comunicación”¹¹. También, esa identidad “*condiciona y modula los comportamientos comunicativos... (y) limita los tópicos de la comunicación.*”¹².

En el caso que atañe a este trabajo, esta situación tiene cierto giro. Aquello que una persona logra comunicar a través del canto, intenta evadir los límites que trae aparejado la identidad. Los entrevistados demuestran cómo a través de lo que cantan se sienten libres de poder expresar aquello que de otras maneras no pueden hacerlo. Inclusive en este sentido, puede agregarse, que los entrevistados manifiestan una clara expresión no sólo a través del canto sino también mediante las letras de los temas elegidos. Al tratarse en su totalidad de canciones elegidas (o al menos consensuadas con la profesora) por ellos mismos, siempre representan de alguna manera los sentimientos que tienen.

“Los temas los elijo porque me tiene que llegar, me tiene que gustar. Tiene que expresar algo de mí porque sino no lo puedo interpretar” (Ayelén)

“Trato de elegir canciones que me hagan transmitir algo que siento en el momento. Me tiene gustar o pasar en el momento que la elijo.” (Mariela)

“La música ocupa un lugar muy importante. Es como que vos sacás todo lo que tenés adentro. Lo que no podés expresar o decir a alguien, lo decís cantando.” (Nelida).

“Lo que elijo puede o no expresar. Si me gusta la melodía por ahí la puedo cantar igual. Pero igual, sé que no logro transmitir lo mismo. Si la canción no me llega, es imposible.” (Juan)

CONCLUSIONES

Los factores analizados en el trabajo dieron cuenta de cómo elementos tomados de diferentes autores sobre la temática cultura, identidad y mediaciones aparecen reflejados en el grupo de personas entrevistadas.

¹¹ Gimenez, Gilberto: “Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas”, ponencia en: IV Coloquio Internacional de Cibercultur@ y Comunidades Emergentes de Conocimiento Local, San Luis Potosí, 2009, pp. 11

¹² Giménez, G. ídem pp. 11



Acerca de la identificación a nivel grupal, esta pudo referenciarse en dos instancias. Por un lado, todo aquello relacionado con la pertenencia al Instituto. En este aspecto, entraron en juego tanto factores de lo local como todo aquello que ocurrió luego de que los alumnos comenzaran a estudiar en el lugar. En este sentido, también se vio como existió una relación con la mediación institucional. Ésta actuó como una unión entre los estudiantes y la música.

Otro elemento clave para entender la identificación como grupo fue el gusto por lo que hacían. Estuvo presente en todos los casos y fue planteado como un sentimiento que a todos les surgió durante los primeros años de vida; por ende, también aparece como un rasgo identitario de estos actores.

Si se piensa en cómo se identificaron a ellos mismos, el elemento clave se encuentra en qué tipo de música cantan. Cada uno elige a partir sus gustos e intereses sin importar cuál es el que pueden tener otros integrantes del grupo. Esto llevó a convertir también a la música en un frente cultural, un espacio en el cual interactúan los diferentes géneros (es decir, culturas disímiles), pero que encuentran un lugar al cual todos pertenecen, sin importar esas especificidades.

Por otro lado, un aspecto cultural clave fue la expresión que logran los entrevistados a través del canto. Para ellos, realizar la actividad implica una liberación sentimientos, los cuales muchas veces no pueden ser transmitidos de otra manera. En este punto, resulta clave plantearse por qué una persona tiene que hacerlo a través de esos medios y no encuentra un canal de expresión diferente.

Por último, los entrevistados plantearon la experiencia del canto frente a otras personas. Para muchos de ellos, las muestras realizadas por el Instituto resultaron ser la primera vez que lo hacían en público. En este sentido, plantearon esta actividad focal como placentera, pero a la vez como una prueba al manejo de sus propios aprendizajes.

En líneas generales, puede concluirse que las personas entrevistadas pertenecen a un grupo social. Tienen gustos, hábitos y actividades en común, pero a la vez pueden mantener cierta independencia dentro de esa agrupación. Por otro lado, el Instituto de



música actúa como un gran mediador para sus integrantes y como un lugar de encuentro y participación de actividades específicas.

Como elementos analizar en un próximo trabajo de investigación quedan aspectos que no se han interiorizado en esta ponencia. Uno de ellos se trata de por qué esa iniciación del gusto por la música se trató en los primeros años de la vida de los entrevistados. También una búsqueda más exhaustiva permitía comprender cuáles son los factores que hacen que ciertas personas busquen en el canto la manera de expresión de aquello que sienten que tienen para decir.

BIBLIOGRAFÍA

Bisbal, Marcelino: “De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis”. En *Zer: Revista de estudios de comunicación*, N°. 10, España, 2001.

Feixa, Carles: “De cultura, subcultura y estilos”. En: “De Jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud”. Ariel. Barcelona, España, 1999

Gimenez, Gilberto: “Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas”, ponencia en: IV Coloquio Internacional de Cibercultur@ y Comunidades Emergentes de Conocimiento Local, San Luis Potosí, 2009

Giménez, Gilberto: “La cultura como identidad y la identidad como cultura”, 3er Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales, Guadalajara, 2005. En: vinculacion.conaculta.gob.mx/capacitacioncultural/b_virtual/tercer/1.pdf- Reguillo Cruz, Rossana: “Acción comunicativa. Notas sobre la identidad/

González, Jorge: “La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro”. En: “Razón y Palabra” N° 10. 1998

Orozco Gómez, G. “Mediaciones tecnológicas y desordenamientos comunicacionales”. En: “Signo y pensamiento”. Vol XXI, Número 41. Universidad Pontificia Javeriana, Colombia, 2002.



Sautú, Ruth y otros: Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Buenos Aires, CLACSO, 2005.

ENTREVISTAS REALIZADAS AL FIN DE ESTA PONENCIA

- ✓ Marcos Barreto.
- ✓ Silvia Churio.
- ✓ Mariela Pasquini.
- ✓ Paula Pretti.
- ✓ Nélica Rodríguez.
- ✓ Ayelén Santos.
- ✓ Juan Vadell.