

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Incidencias de la cultura en la economía: el tango como recurso.

Betiana Denise Bergher, Carina Alejandra Karp, Daniela Marchini y Carolina Elba Mouriño.

Cita:

Betiana Denise Bergher, Carina Alejandra Karp, Daniela Marchini y Carolina Elba Mouriño (2009). *Incidencias de la cultura en la economía: el tango como recurso. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1289>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Incidencias de la cultura en la economía: el tango como recurso

Betiana Denise Bergher

Licenciada en Sociología (UBA)

Cursando Maestría en Sociología de la Cultura (IDAES)

bbetiana@gmail.com

Carina Alejandra Karp

Licenciada en Sociología (UBA)

Cursando Maestría en Sociología Económica (IDAES)

carinakarp@hotmail.com

Daniela Marchini

Licenciada en Sociología (UBA)

Docente CBC (UBA)

danielamarchini@yahoo.com.ar

Carolina Elba Mourño

Licenciada en Sociología (UBA)

caromourino@yahoo.com.ar

Introducción

Desde la primera parte del siglo XX, la imagen de Buenos Aires ha estado estrechamente vinculada con el Tango. En forma recurrente se lo ha reconocido como una identificación genuina y popular de la ciudad con una expresividad original y variada, tanto de música como de danza y poesía.

En el presente trabajo nos interesa indagar como, un siglo más tarde, el Tango no sólo continua siendo una expresión del imaginario urbano de la ciudad sino también una actividad económica altamente rentable.

En primer lugar, se pretende analizar al Tango de principios de este siglo como una industria cultural, debido a que su materia prima principal son los contenidos simbólicos e intangibles, que al ser atravesados por la industria, se imprimen en bienes o servicios tangibles que se intercambian en el mercado. En este sentido, intentaremos describir las actividades económicas directas e indirectas vinculadas al Tango.

Por otro lado, nos interesa analizar cómo, en el llamado contexto de globalización, el Tango, logra constituir una estética de la ciudad de Buenos Aires que le otorga visibilidad y distinción al lugar para atraer inversores.

Por último, luego de analizar la utilización del Tango como recurso, nos preguntaremos sobre su activación en tanto patrimonio inmaterial de Buenos Aires, para pensar de qué manera el aspecto cultural de la relación entre economía y cultura supone una lucha por la imposición de significados.

El Tango como Industria

Las industrias culturales, a diferencia de otras ramas de actividad, tienen la especificidad de que su materia prima principal son los contenidos simbólicos.

Los contenidos, que son intangibles, atravesados por la industria, se imprimen en bienes o servicios, que son tangibles y se intercambian en el mercado. Por tanto, lo característico de las industrias culturales es que, finalmente, logran combinar dos valores: el valor simbólico y el valor económico. Es así que, al igual que otras actividades económicas que producen bienes y servicios, para la elaboración de sus productos, las industrias culturales requieren

de un proceso de producción y distribución que comprende la serialización, la estandarización, la división del trabajo y el consumo de masas. A su vez se asemeja a las demás industrias por que requiere de los dos factores de producción fundamentales: fuerza de trabajo y medios de producción. El primer factor comprende mano de obra calificada - como especialistas en el campo artístico y/o cultural, artistas y técnicos especializados - hasta mano de obra con menor calificación - como obreros, personal de servicios, administrativos, vendedores, etc....-

En cuanto al segundo factor, los medios de producción, su implicancia varía entre los diferentes sectores de la actividad cultural. Nos referimos a que cada sector requiere de determinadas herramientas, equipos o maquinas en forma diferencial. Por ejemplo, en las actividades culturales esencialmente artesanales el uso de maquinarias y equipamiento es menor que en otras que requieren de la reproducción y emplean, por tanto, procesos de producción típicamente industriales. En el caso del Tango, cuando éste está enmarcado en la industria de la música - especialmente en lo que respecta a la producción de CDs y DVDs - requiere de equipamientos más especializados que en las actividades performáticas- como espectáculos o clases de tango- en las que no se emplean.

Hasta aquí dijimos que lo característico de las industrias culturales es que se imprimen en bienes o servicios valores simbólicos. En este sentido podemos decir que las industrias culturales involucran y combinan cultura no industrial e industria no cultural.

La industria cultural, en tanto actividad económica, constituye lo que se denomina “complejo productivo”. El ciclo productivo de los productos culturales incluye: creación, producción, distribución, consumo y atesoramiento. Por tanto, desde la materia prima hasta el producto final, se pasa por una serie de fases en las que participan distintas unidades productivas. Se trata del agrupamiento de diferentes actividades económicas que realizan intercambios entre si y forman cadenas de valores en su interrelación.

Podríamos enumerar tres tipos de integraciones: horizontales, verticales y conglomerados. La primera, que comprende a las crecientes interrelaciones entre las diferentes actividades

culturales, conduce a una mayor estructuración interna del sector de la cultura como complejo productivo. Nos referimos a que los límites entre las diversas actividades del campo de la cultura resultan más endebles entre sí puesto que, por ejemplo, *“la música creada, tocada específicamente para un espectáculo, o bien ya existente, es un elemento importante en producciones como la danza”* (Stolovich: 1997).

La segunda forma de integración implica que este complejo productivo estrecha relaciones – económicas, industriales y tecnológicas – con otros sectores de la economía, que, directamente o indirectamente, pasan a depender del nivel de actividad del complejo cultural. Por ejemplo para realizar un espectáculo de Tango se requiere de equipamientos de iluminación y sonido, diseño de indumentaria, entre otras cosas. A su vez, es posible que del espectáculo se desprendan otras actividades económicas como la producción discográfica, audiovisual y/o editorial que requieren de otras industrias no culturales como la química y la electrónica. También otras actividades económicas de servicios pueden integrarse al circuito. En este caso nos referimos al turismo que implica transporte, hotelería, gastronomía, etc.

Ya al hablar de conglomerados, nos referimos a una forma de integración empresarial particular. Se trata de una compañía que controla las actividades de otras mediante la propiedad de todas, o de una parte significativa, de sus acciones. Esta forma de estructura empresarial encuentra beneficio cuando la carga tributaria sobre la cuenta de resultados consolidada es menor que la suma de las cargas sobre cada una de las empresas del grupo consideradas individualmente.

En síntesis, las industrias culturales se pueden describir como aparatos económicos dedicados a la producción, distribución comercial y comunicación masiva, de las creaciones culturales, así como de la información y el entretenimiento, que también son cultura en un sentido amplio. Estas adquieren los rasgos de otras industrias: serialización, estandarización, división del trabajo y consumo de masas. Este proceso que transforma a la producción del Tango en una industria, implica dos movimientos contradictorios y

complementarios, ya que por un lado incorpora sus actividades a la lógica de una economía de mercado, homogeneizando su oferta; mientras que por otro lado intenta destacar sus características distintivas para espectacularizarlas.

El Tango como estetizador de Buenos Aires

A partir de la devaluación del 2002, el cambio de precios relativos y la tendencia a la búsqueda de nuevos destinos, Argentina, y Buenos Aires en particular, ha provocado un permanente incremento de la llegada de nuevos visitantes del exterior. El Tango, por ser junto al fútbol, una de las pocas imágenes emblemáticas del país en el mundo, ha sido altamente sensible al movimiento turístico. La visita a sus espectáculos y lugares de referencia es lógicamente considerada una actividad casi obligada para el extranjero que quiere conocer y visitar Buenos Aires. ¿Qué implica utilizar el Tango para hacer referencia a esta ciudad? Aquí nos interesa hacer hincapié especialmente en la utilización del Tango como recurso estetizador con fines económicos. Para contestarnos este interrogante creemos necesario introducir los conceptos de globalización y localización.

Cuando hablamos de globalización entendemos que comprende un proceso que consiste en múltiples movimientos que implican conexiones “local-global” (García Canclini, 1999). A su vez, estas conexiones atraviesan los límites geopolíticos entre y al interior de los Estados, creando “espacios de flujos” (Castells, 2002) donde circulan personas, bienes, servicios, ideas, etc.

Este cambio en las relaciones entre, y en los lugares, no solo se debe al avance tecnológico si no que, ante todo, combina principalmente dos elementos que se desarrollaron a fines del siglo XX: los tratados de libre comercio - que produjeron nuevas legalidades - y los procesos de desindustrialización - que generaron nuevas prácticas económicas.

Ahora bien, ocurre una gran paradoja. A la par que se ablandan las fronteras se observa, en contraposición, el proceso de “localización”. Este fenómeno se produce con el fin de atraer inversores. Nos referimos a que, mientras los Estados se liberalizan, se da a la par un proceso de fabricación de territorio que vuelve al mismo un producto. Es decir, en lo que se llama “localización” se apela entonces a las capacidades de atracción de los lugares que intentan, a través de sus distinciones, conformar una marca para atraer capitales.

Cuando pensamos la utilización del Tango como un recurso económico para estetizar Buenos Aires, hacemos alusión a la espectacularización de sus prácticas., que funcionan para dar visibilidad al lugar, es decir, para ponerlo en foco. En este sentido, *“los componentes patrimoniales y espectaculares presentes en dichos procesos se constituyen en elementos del maquillaje urbano que apuesta fuertemente a una renovación estética”* (Bayardo y Lacarrieu, 1999).

El turismo, por ejemplo, actividad ligada a grandes organizaciones transnacionales, vende al Tango como uno de sus atractivos principales, y al hacerlo ofrece el disfrute del patrimonio material y cultural de Buenos Aires separado de sus raíces y funciones fabricando una imagen de la ciudad. Es así que, *“...diferentes vivencias culturales se transforman en espectáculos y se venden en el mercado como pura forma, carentes de contenido”* (Margulis, 1988)

En síntesis, se podría decir que los lugares se vuelven mercancías que se ofertan y que utilizan a la cultura como recurso para estetizarlos y reforzarlos en relación a la competencia. El enfrentamiento tiene, como dijimos, el fin de capitalizar el máximo de inversiones. Es así que, la globalización, que comprende a la localización, lejos de ser un proceso de homogeneización, agranda las brechas diferenciales y apela a los aspectos culturales de cada lugar en pos de fines económicos.

El contenido simbólico del Tango y la disputa por la imposición de significados

Hasta aquí podemos decir que, en lo que hemos visto hasta ahora, tanto en la producción de bienes y servicios culturales, así como en la espectacularización de sitios, los contenidos simbólicos aparecen como recurso. Es decir, se trata de la apelación a factores culturales en pos de fines económicos (trabajo, circulación, atracción de capitales).

Detengámonos ahora en el Tango -excusa de nuestro análisis-. El Tango se ha consagrado como patrimonio inmaterial de Buenos Aires. Cuando hablamos de patrimonio consideramos que el mismo es una construcción social, esto quiere decir, “...en primer lugar, que no existe en la naturaleza, que no es algo dado, ni siquiera un fenómeno social universal, ya que no se produce en todas las sociedades humanas ni en todos los periodos históricos; también significa, correlativamente, que es un artificio, ideado por alguien (o en el discurso de algún proceso colectivo), en algún momento, para unos determinados fines, e implica, finalmente, que es o puede ser históricamente cambiante, de acuerdo con nuevos criterios o intereses que determinen nuevos fines en nuevas circunstancias” (Prats, 1997).

Si bien al Tango desde la primera parte del siglo XX, se lo ha reconocido como una identificación genuina y popular de la ciudad con una expresividad original y variada, tanto de música como de danza y poesía, exponemos argumentos para preguntarnos por los fines en cuanto a su patrimonialización. Es decir, nos tenemos que preguntar por el artificio del fenómeno y sobre los intereses de diversos actores implicados por activarlo. Bajo este interrogante debemos tener en cuenta pues, que las construcciones simbólicas siempre están enmarcadas en ideologías que responden a valores y proyectos políticos diversos. Activar un patrimonio inmaterial implica la imposición de una identidad cultural cristalizada y responde a políticas con fines específicos.

A partir de aquí creemos que aportaría a nuestro análisis incluir la concepción gramsciana de hegemonía, entendiendo de ella que la misma es idéntica a la cultura pero es algo más que la cultura porque, además, incluye necesariamente una distribución específica de poder, de jerarquía y de influencia (Gramsci; 1987). Vale aclarar que entendemos que la hegemonía comprende siempre un proceso. “Es un complejo efectivo de experiencias, relaciones y

actividades que tienen límites y presiones específicas y cambiantes. En la práctica (...) no se da de modo pasivo como una forma de dominación. Debe ser continuamente renovada, recreada, definida y modificada. Asimismo, es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que de ningún modo le son propias. Por tanto debemos agregar al concepto de hegemonía los conceptos de contrahegemonía y de hegemonía alternativa, que son elementos reales y persistentes de la práctica” (Williams, 1980).

Con esto queremos decir, pues, que la patrimonialización del Tango, en tanto construcción, es dinámica puesto que es cambiante. La realidad de un proceso cultural, como dijimos es compleja, por lo que debe incluir siempre las contribuciones de los que están por fuera de los términos que plantea una hegemonía específica. Es decir, debemos tener en cuenta otros modos de hacer, sentir y relacionarse del Tango.

En síntesis, hasta aquí nuestra intención fue destacar que el aspecto cultural de la relación entre economía y cultura supone una lucha por la imposición de significados por lo que podemos entender que cada cultura despliega diferentes símbolos con significados determinados, que al ser producto de un proceso social, son a la vez inseparables de las condiciones históricas “de” cada grupo y de las relaciones de poder “entre” los grupos. Un proceso cultural es complejo y comprende modos de hacer y sentir diversos. La utilización del Tango como recurso implica por tanto uno de esos modos pero no excluye otros.

Conclusiones

A lo largo del presente trabajo nos propusimos indagar sobre el Tango, no en tanto expresión del imaginario urbano de la ciudad de Buenos Aires, sino en tanto actividad económica altamente rentable. Es decir, nos propusimos analizar las relaciones entre economía y cultura centrándonos especialmente en la utilización de la cultura, de los contenidos simbólicos - en este caso del Tango- como recurso económico.

Por un lado analizamos a la industria cultural y su incidencia en la economía de los países como rama de actividad productiva específica. Por otro lado pensamos en la apelación a

factores culturales para estetizar y dar visibilidad a los lugares con el fin de atraer capitales. Por último destacamos la artificialidad de patrimonializar un bien inmaterial, resaltando la implicancia de intereses particulares por activar dicho bien.

La cultura puede ser definida en muchos sentidos pero en todos los casos se trata de una producción colectiva inserta en una constante lucha de poder entre diferentes concepciones de proyectos sociales. En este sentido, como dijimos, el aspecto cultural de la relación entre economía y cultura supone una lucha por la imposición de significados. Es decir, cada cultura despliega diferentes símbolos con significados determinados que, al ser producto de un proceso social, son a la vez inseparables de las condiciones históricas “de” cada grupo y de las relaciones de poder “entre” los grupos.

Creemos que, luego de este breve análisis, debemos preguntarnos - en una futura investigación o en trabajo más amplio- acerca de la instrumentalización de los contenidos simbólicos -pues de esto se trata- y por las relaciones de poder insertas en procesos culturales.

Bibliografía

- García Canclini, Néstor. "Economía y cultura: el espacio común latinoamericano". En: García Canclini, Néstor. Latinoamericanos buscando lugar en este siglo. Paidós. Buenos Aires. 2002.
- García Canclini, Néstor. La globalización imaginada. Editorial Paidós. Buenos Aires. 1999.
- Bayardo, Rubens y Lacarrieu, Mónica. "Nuevas perspectivas sobre la cultura en la dinámica global/local". En: La dinámica global/local. Cultura y comunicación: nuevos desafíos. Ediciones CICCUS- La Crujía. Buenos Aires. 1999.
- Castells, Manuel, "La Sociedad Red". En: La Era de la Información. Vol. I. Siglo XXI. México. 2002.
- Gramsci, Antonio, Cuadernos de la cárcel, Ed. Era. México. 1987.
- Margulis, Mario. Cultura y reproducción de las unidades domésticas. Instituto Nacional de Antropología e historia. Cuaderno nº5. México. 1988.
- Prats, Llorenç. Antropología y Patrimonio, Ariel. Barcelona. 1997.
- Observatorio de Industrias Culturales, Ministerio de Producción, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires "Incidencia del Tango en la economía, el empleo y la cultura de la ciudad de Buenos Aires". Investigaciones OIC. Buenos Aires. 2007.
- Stolovich, Luis. La cultura da trabajo. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay. Editorial Fin de Siglo. Montevideo. 1997.
- Williams, Raymond. Marxismo y Literatura. Península. Barcelona. 1980.