

Comunicación, identidades y culturas urbanas. La Calle Angosta.

Sergio Ricardo Quiroga.

Cita:

Sergio Ricardo Quiroga (2013). *Comunicación, identidades y culturas urbanas. La Calle Angosta. COMMUNICARE, 13.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/120>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pgPS/wdR>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

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>.

REVISTA COMMUNICARE

Volume 13 – Edição 1 - 1º Semestre de 2013 - ISSN 1676-3475

www.facasper.com.br/cip

Communicare 13.1 MIOLO.indb 1 29/10/14 11:27

Communicare: revista de pesquisa / Centro Interdisciplinar de Pesquisa,
Faculdade Cásper Líbero – v. 13, nº 1 (2013). – São Paulo: Faculdade Cásper
Líbero, 2013. Semestral ISSN 1676-3475

1. Comunicação social periódicos I. Centro Interdisciplinar de Pesquisa da
Faculdade Cásper Líbero. CDD 302.2 Communicare 13.1 MIOLO.indb 2 29/10/14
11:27 crevisota mmunicare

Faculdade Cásper Líbero

Fundação Cásper Líbero

Presidente da Fundação Cásper Líbero: Paulo Camarda

Superintendente Geral: Sérgio Felipe dos Santos

Diretora da Faculdade: Tereza Cristina Vitali

Vice-Diretor: Welington Andrade

Centro Interdisciplinar de Pesquisa

Coordenador Geral do CIP: Maria Goreti Juvencio Sobrinho

Monitoria do CIP: José Mauricio Ribeiro, Juliana Cadima e Tahnee Walz

Revista Communicare

Faculdade Cásper Líbero

Editora: Maria Goreti Juvencio Sobrinho

Conselho Consultivo: Adriano Duarte Rodrigues (Universidade Nova de Lisboa), Alessandra Meleiro (UFF e CEBRAP), Alfredo Dias D’Almeida (FAPSP), Ana Maria Camargo Figueiredo (PUC-SP), Beatriz Dornelles (PUC-RS), Claudia Braga (UFSJ/UNICAMP), Cláudio Novaes (FCL), Cristiano Ferraz (UFPE), Dimas Antonio Künsch (FCL), Eneus Trindade (USP), Ernani Ferraz (PUC-Rio), Gilberto Maringoni (UNIFESP), Ivan Cotrim (Centro Universitário Fundação Santo André – MACK) Ivone Lourdes de Oliveira (PUC-MG), Joana Puntel (Sepac), João Alegria (PUC-Rio), Henrique Carneiro (USP), Liana Gottlieb

(FCL), Lucilene Cury (USP), Luiz Carlos Assis lasbeck (UPIS-DF e UCB-DF), Magda Rodrigues da Cunha (PUC-RS), Manuel Dutra (UFPA), Marcus Bastos (PUC- SP), Maria Aparecida Baccega (USP e ESPM), Maria Helena Weber (UFGRS), Mauro de Souza Ventura (UNESP), Monica Mata Machado de Castro (UFMG), Monica Rebecca Nunes (FAAP), Ninho Moraes (FCL), Roseli Fígaro (USP), Sueli Galego de Carvalho (MACK), Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires (PUC-MG), Umberto de Andrade (UNIFESP), Walter Lima (FCL) e Wilson da Costa Bueno (UMESP)

Contribuíram como pareceristas para esta edição: Daniela Osvald Ramos, Fabrício Tavares e Mauro Araújo de Sousa

Revisão: Thaís Montenegro Chinellato

Projeto gráfico: Danilo Braga

Arte e editoração: Núcleo Editorial de Revistas da Faculdade Cásper Líbero

Tiragem: 1.000 exemplares.

Redação - Faculdade Cásper Líbero

Av. Paulista, 900 – 6º Andar – São Paulo – SP – CEP: 01310-940

Telefone: (11) 3170-5878

Email: cip@casperlibero.edu.br / comunicare@casperlibero.edu.br
Comunicare 13.1 MIOLO.indb 3 29/10/14 11:27

Título: **COMUNICACIÓN, IDENTIDADES Y CULTURAS URBANAS. LA CALLE
ANGOSTA** (Págs.133-145)

Autor: SERGIO RICARDO QUIROGA MACLEIMONT
sergioricardoquiroga@gmail.com

Resumen

Pretendemos describir y comprender la impronta cultural y comunicativa de una fiesta como Festival musical de la Calle Angosta, considerada la celebración popular y folclórica más importante de la ciudad de Villa Mercedes, San Luis y un evento turístico relevante donde los actores sociales se reconocen y fijan su posición ante el estado. Para ello discutimos algunos conceptos de cultura. Ella, aparece como la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación simbólica de las estructuras materiales para comprender, reproducir o transformar el sistema social.

En este análisis, adherimos a una concepción amplia y dinámica de la cultura, como tensión y lucha. Exponemos como la cultura popular está proporcionando materiales para la experimentación y la exploración de las identidades en cambio, en un contexto social en el que los moldes tradicionales que la sustentaban comienzan a licuarse.

Palabras claves: Cultura, fiesta popular, comunidad

Title: **COMMUNICATION, IDENTITY AND URBAN CULTURE. THE NARROW
STREET**

Author: SERGIO RICARDO QUIROGA

Abstract

We can describe the cultural and communicative phenomenon as a party Festival Nacional de la Calle Angosta in Villa Mercedes city in Argentina, considered the popular and folkloric celebration largest city of Villa Mercedes, San Luis and relevant

tourist event where social actors are recognized and fixed his position with the state. In this study we discuss some concepts of culture. The culture appears as the production of phenomena that contribute, through the symbolic representation of the material structures to understand, reproduce or transform the social system.

In this analysis, we can describe to a broad and dynamic culture, as tension and struggle. The popular culture give materials for the experimentation and the exploration of social identities in a social context in that the traditional models that give sustained began to transform.

Key Words: Culture, popular festival, community

COMUNICACIÓN, IDENTIDAD Y CULTURAS URBANAS. LA CALLE ANGOSTA

SERGIO RICARDO QUIROGA MACLEIMONT

sergioricardoquiroya@gmail.com

"Recuerdo esas nohceitas bajo una línea plateada, cantaba una serenata, dedicaba una tonada" en Recuerdos Puntanos, la zamba de Rubén Moreira Y Alfredo Alfonso

Introducción:

Las fiestas urbanas y populares son lugares de identificación de una historia, de una cultura, de recreación de la misma y a la vez un lugar de confrontación desde donde reconocerse y establecer posiciones. Las fiestas en el contexto latinoamericano han estado ligadas a lo rural, a lo indígena, pero en el contexto argentino tenemos además fenómenos regionales como los festivales folklóricos y culturales que se celebran en las propias ciudades buscando rescatar la ruralidad y aquellos rasgos culturales de un tiempo anterior, de un momento que existió, pero que ya no está.

Pretendemos describir y comprender el potencial cultural y comunicativo de las fiestas examinando el Festival de la Calle Angosta, considerada la celebración popular y folclórica más importante de la ciudad de Villa Mercedes, ubicada en la provincia de San Luis (Argentina) y un evento turístico relevante. Para ello discutimos algunos conceptos de cultura. Adherimos a una concepción de cultura como aquell producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación

simbólica de las estructuras materiales para comprender, reproducir o transformar el sistema social.

Para García Canclini (1987) lo popular no es el resultado de las tradiciones, ni de la personalidad espiritual de cada pueblo, ni se define por su carácter manual, artesanal, oral, premoderno. Acordamos con el autor esta idea y que en nuestro tiempo la cultura popular contemporánea se constituye a partir de los medios electrónicos, no siendo el resultado de las diferencias locales sino de la acción homogeneizadora de la industria cultural y el sistema social. A menudo no se ha señalado por qué lo periférico es relevante para la comprensión de la cultura popular y qué procesos sociales dan a las tradiciones una permanencia y función actual. Al no lograr formular su objeto de estudio donde los hechos culturales raras veces tienen los rasgos que define y valoriza el folclore, que no son producidos manual o artesanalmente, ni son estrictamente tradicionales, ni circulan en forma oral de persona a persona, ni son anónimos, ni se aprenden y transmiten fuera de las instituciones. o de programas educativos y comunicacionales masivos (García Canclini, 1987)

Acordamos con García Canclini (1987) en que la investigación de la cultura popular no puede continuar separada entre los antropólogos y folcloristas consagrados a rescatar tradiciones "amenazadas" por el desarrollo moderno mientras, los comunicólogos buscan expandir la modernidad, convencidos de que los sectores "atrasados" fatalmente van a desaparecer.

Hay diversas maneras de concebir los vínculos entre cultura y sociedad, realidad y representación, acciones y símbolos. Pretendemos abordar el estudio de aspectos culturales de un proceso social de manera articulada, con significativos aspectos políticos, económicos, sociales y comunicacionales de los mismos.

El análisis aquí ofrecido es preliminar exponiendo las prácticas de los actores sociales, situados en los contextos institucionales y sociales en que estos se desenvuelven en el marco del Festival de la Calle Angosta.

Culturas Populares

Las culturas aborígenes latinoamericanas tuvieron una gran evolución y desarrollo y al mismo tiempo una vida armónica con sus entornos. Durante el

proceso de colonización, las culturas populares nativas fueron casi destruidas por los conquistadores europeos que exterminaron a su población.

Cada sociedad como amasijo de subjetividades, es vectora de diversas subjetividades y culturas y no podríamos concebir o entender a una sociedad sin reconocer en un sentido amplio los espectros culturales. Cultura y sociedad a menudo se han presentado como dos polos opuestos, pero en realidad, no son más que dos distinciones conceptuales, dos caras, de una misma realidad. La idea de "cultura" está inserta en lo social y no es posible desvincularse de ella. Las descripciones que ha brindado la teoría actual sobre el complejo fenómeno de la cultura¹ son diversas y a menudo encontradas entre sí. Una definición de la cultura popular en sentido gramsciano, propone una concepción del mundo opuesta a la oficial, o como "*estructuras del sentir o estructuras de la experiencia*" en el sentido de Raymond Williams (WILLIAMS R. 1980:54) Bourdieu (1977) caracterizo a una "*cultura local*" como "*la naturaleza aceptada, usual y repetitiva de la cultura diaria sobre la cual los individuos ejercen una maestría práctica*". La cultura popular no está nunca libre de tensión interna y conflicto y es el espacio y la acción política más importante. La cultura popular no es una unidad homogénea y entender una cultura popular significa analizar al menos a tres dimensiones: *conflicto, identidad y vida* (EICHBERG, H. 1998)

Geertz² desde la antropología cultural nos ha hablado de la cultura como consenso (GEERTZ, 2000) y que la misma "*es pública porque su significación lo es*" (GEERTZ, 1973:12) Althusser afirmó que la noción de lo popular es una creación burguesa y un signo de hegemonía (ALTHUSSER, 1969). En otro sentido, para Stevenson "*la cultura es un fenómeno intersubjetivamente producido,*

¹ Existen variadas definiciones de cultura. Colombres (1997) nos brinda una primera aproximación a una idea de cultura en sentido antropológico. Para él "*es el producto de la actividad desarrollada por una sociedad humana a lo largo del tiempo, a través de un proceso acumulativo y selectivo*" (COLOMBRES, 1997:9) Eduardo Galeano manifiesta que la cultura popular es un complejo sistema de símbolos de identidad que el pueblo preserva y crea y para Mario Margulis es "*la cultura de los de abajo, fabricada por ellos mismos en respuestas a sus propias necesidades*" (COLOMBRES, 1997:18) En el contexto latinoamericano, Bonfil Batalla propone cuatro categorías de análisis para toda cultura inmersa en una situación colonial tomando como base la capacidad del grupo sobre la producción, uso y reproducción de los elementos culturales: cultura autónoma, cultura apropiada, cultura enajenada, cultura impuesta (COLOMBRES, 1997:25-26)

² Estas magnificas apreciaciones de Geertz que me resultan pertinentes y corresponden al excelente trabajo *La Culpabilidad de las Culturas* de Enrique Anrubia APARICI publicado en la revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación *Sphera Pública* Nº 3 (2003) Murcia, España, pags. 161-172.

públicamente compartido. Contribuye a suministrar una fuente de identidad, un medio para el intercambio social y un sentido de comunidad" (Stevenson, 1998:85)

Adoptaremos a los fines de esta contribución, la idea de cultura anti-esencialista y anti-estática. Es decir, adherimos a una noción de la cultura dinámica, como mestizaje, como intercambio, como préstamos y enriquecimientos recíprocos. En este sentido la cultura es un terreno de fuerzas en permanente pugna, de conflictos, por imponer sistemas (modelos) de representación, que organizan el mundo social según la lógica de los distintos intereses materiales y simbólicos, es decir, se entiende a la cultura como una lucha por el sentido.

Es en ese juego de intercambios y tejidos, donde emergen las identidades, es decir, aquella noción de grupalidad que implican un "nosotros", pero que en cada individuo se particularizan en una conformación singular. Un individuo puede ser pensado como un conglomerado de identidades. Muñiz Sodré (1998) enriquece esta idea expresando que *"la identidad se construye en forma pulsional en el marco de un extrañamiento subjetivo interno, pero principalmente a partir de las imágenes exteriores que circulan en la sociedad mediatizada en todas las formas industriales posibles"* (SODRÉ M, 1998, p. 180)

Para Garcia Canclini, la cultura aparece como "la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido" (GARCÍA CANCLINI, 1982:41) Para García Canclini lo simbólico y lo material constituyen procesos constitutivos de los hechos culturales, mediante los cuales se constituye y transforma.

Como ciudadanos consumidores asistimos hoy a una sociedad mediatizada y mediada. Los cambios en su mayor parte, en la forma contemporánea de vivir están vinculados a la primacía de la comunicación con todo su esplendor y a las influencias e interacciones del hombre con dispositivos maquinímicos en el capitalismo globalizado. Para que los hombres puedan relacionarse entre sí y construir las sociedades es necesaria la comunicación, los soportes mediáticos y las tecnoculturas (MUÑIZ SODRÉ, 1998) Redes electrónicas, satélites y fibras ópticas interconectan países, culturas y economías y relaciones sociales donde los procesos

de producción simbólica están cada vez más mediatizados, bajo la interferencia e influencia de mediaciones e interacciones basadas en dispositivos teleinformacionales. Es, en esta sociedad, donde los medios desempeñan un papel clave en la fijación de hábitos y creencias, así como en la consolidación de la lógica de la lucratividad en todos los ámbitos culturales. Es partir de los intercambios de acciones significantes entonces, donde se procesan identidades, normas, valores, se articulan intereses, se acumulan saberes y se legalizan poderes (MATA, M.C: 1988). Es decir, es a partir de los intercambios de acciones significantes donde aparecen los sentidos.

Calle angosta: un himno folclórico

La particularidad que denomina al folklore cuyano es cierta dificultad para tocar o ejecutar las guitarras que exigen una destreza especial. El folklore cuyano es por otra parte aquel ritmo musical que es menos o poco difundido en Argentina, a pesar de los constantes esfuerzos de sus cultores. La tonada y la cueca resultados dos de las expresiones más importantes de la música que identifican a la región cuyana comprendida por las provincias de San Juan, Mendoza y San Luis.

Cuando la pieza musical fue escrita y musicalizada, la vida en Villa Mercedes era difícil para sus pobladores. Había escaso empleo para ellos y los creadores de *Calle Angosta* y muchos otros habitantes debieron abandonar la ciudad y buscar nuevos horizontes en otros lugares, sobre todo en Buenos Aires, el centro cultural, económico y demográfico argentino. La notable pieza musical, de lo que se ha denominado el folklore cuyano que trascendió las fronteras regionales casi independientemente de la suerte de sus autores, se convirtió con el tiempo en un verdadero himno a San Luis y más precisamente de Villa Mercedes que es reconocida como una tierra de poetas y cantores populares, un lugar de amistad plena y *"de compadres"*. Una pintura del Villa Mercedes de los 50 y 60 es descripta y caracterizada de manera singular por Rubén Moreira y Alfredo Alfonso en la canción "Recuerdos Mercedinos":

"Mi lindo Villa Mercedes, querido rincón puntano, en prueba de que te quiero esta zambita te canto, en prueba de que te quiero esta zambita te canto, el canal, la calle angosta y el rio quinto también, vieja calle 25, los bretes y el terraplén, ... vieja calle 25,

los bretes y el terraplén, lugares que supe andar de cuando era muchacho, los que llevo en mi memoria y el criollo corazón..." dice en Recuerdos Puntanos, la zamba de Rubén Moreira Y Alfredo Alfonso.

La canción refiere a los tradicionales lugares sociales de identidad mercedina de los años 50-60 de Villa Mercedes (San Luis) como el canal, la calle angosta y el río quinto, los bretes, la calle 25 de Mayo y el terraplén. La célebre "*La Calle Angosta*" fue grabada por distintos artistas de reconocida trayectoria de Argentina como por la cantante popular Mercedes Sosa y se convirtió en la pieza de mayor trascendencia y es la que da el nombre al festival es la célebre composición musical denominada "Calle Angosta" de José Adimanto Zavala.

"Calle angosta, calle angosta, la de una vereda sola, calle angosta, calle angosta, la de una vereda sola, yo te canto porque siempre estarás en mi memoria, sos la calle más humilde de mi tierra mercedina, en los álamos comienza y en los molinos termina, sos la calle más humilde de mi tierra mercedina, en los álamos comienza y en los molinos termina..." en Calle Angosta, Cueca de José Adimanto Zavala.

Fiestas y Festivales: El Festival de La Calle Angosta

Existen en la Argentina, una gran tradición de fiestas y festivales musicales como el Festival de Cosquín (Córdoba), el Festival de Varadero (Córdoba), la fiesta de la tradición en Jachal (La Rioja) y decenas de festivales culturales-musicales a lo largo del país que formulan el rescate de "la tradición", de una cultura "regional-nacional" que ya desapareció.

El Festival de la Calle Angosta ha sido considerado como la fiesta popular, urbana y folclórica por excelencia de la ciudad de Villa Mercedes que cuenta con casi 130.000 habitantes, ubicada en la provincia de San Luis, integrante de la región de Cuyo, conformada por las provincias de San Juan, San Luis y Mendoza y el Nuevo Cuyo incluye a la provincia argentina La Rioja.

El evento "Festival de la Calle Angosta" es construido por el juego de diversos agentes sociales, las improntas de accionar político, el interés de los músicos locales, la construcción mediática y los intereses que ella promueve, el gusto

folclórico de una gran parte de la población. Desde 1985 el Festival de la Calle Angosta se realiza todos los años en el mes de diciembre, aunque excepcionalmente en 1986 el evento no pudo realizarse. Es organizada por una Comisión que depende de la Municipalidad local y se intenta rescatar las tradiciones gauchescas y criollas, el folklore cuyano, la poesía y literatura y el baile regional y se la llama popularmente *la fiesta de todos*. La calle angosta es una arteria particular de Villa Mercedes (SL), tiene una sola vereda, álamos a su alrededor y está ubicada frente a las instalaciones ferroviarias.

El festival es considerado por las autoridades municipales como una de las atracciones más importante de Villa Mercedes y reúne a diversas expresiones culturales ciudadanas donde el ritmo de la cueca, la canción, el gato, la tonada y la zamba que son tradicionales en la región tienen un espacio privilegiado. La tonada y la cueca con los que se identifica el folclore cuyano tradicional son ritmos lentos y pausados que se ejecutan sólo con guitarras. La programación de música folclórica argentina y radios exclusivamente dedicadas al folklore nacional o latinoamericano vino a sumarse tenuemente al recordado e interminable "*Fogón de los Amigos*" que se emitía por LV 15 Radio Villa Mercedes y más tarde lanzado en las pantallas del cable local CTC. Resultó en distintos momentos, casi la única expresión en los medios del folklore cuyano en la ciudad. Hoy hay distintas propuestas folclóricas en las radios de frecuencia modulada de la ciudad

Sin embargo, en distintas oportunidades a través del tiempo y como parte la acción del estado y de los medios frente a los públicos que produjeron mutaciones y transformaciones. Lo que se conoce como folklore cuyano a menudo fue objeto de críticas diversas que aludían a su ritmo casi cansino, y tales objeciones minoritarias provinieron de un público en general, amante de la música folclórica nacional. Pese a estas disconformidades y críticas de tono estético o de formas, las expresiones de la música cuyana crecieron notablemente en los últimos veinte años cualitativamente y cuantitativamente.

La mayoría de comunicadores y medios la llaman una "fiesta nacional" y días antes de su realización, los medios y sus comunicadores despliegan mensajes sobre su pronta realización. Algunos anuncian que lo transmitirán en directo y señalan que músicos actuarán y quiénes serán sus anunciantes. En general para

los medios y sobre todo para algunas radios, la *Fiesta de la Calle Angosta* es un evento excepcional que les asegura una venta especial de publicidad y un ingreso extra para sus medios. El interés mediático por la "fiesta de todos" puede entenderse como una conjunción de improntas comerciales, políticas, educativas y culturales. En esta lucha de emergentes, nace y aparece esta fiesta musical.

Desde el terreno comunicacional advertimos la falta de estudios contextuales de recepción sobre este tipo de manifestaciones culturales, ya que además de reformular las relaciones entre cultura y poder, se hace necesario reconocer las estructuras específicas del consumo cultural. Aún en los estudios críticos, se admite fácilmente la eficacia de los emisores sin preocuparse por conocer lo que sucede en la recepción (García Canclini, 1987)

En la Fiesta de la Calle Angosta, la participación de algunos cantantes y artistas de gran trayectoria radicados en Buenos Aires brindan mayor prestigio y brillo a la fiesta, aunque la mayoría de los que actúan pertenecen a la región cuyana y a la propia provincia de San Luis. El espectáculo musical se desarrolla en el escenario que lleva el nombre de los creadores de la Calle Angosta "*Alfonso y Zabala*" construido en terrenos aledaños al ex Ferrocarril San Martín³.

El acceso a estas manifestaciones culturales no es gratuito aunque el costo de la entrada sirve para financiar parcialmente los gastos que la realización del mismo origina, juntos con los aportes de las empresas, comercios y el propio estado municipal y provincial. Mientras se cuenta con mayor y mejor presupuesto, mayor es la jerarquía de los cantores. Habitualmente se realizan actividades previas a la realización del festival como concursos de elección de nuevas voces y los artistas seleccionados actúan luego en él. También la calle angosta se viste de fiesta con la disposición de restaurantes y peñas que permanecen como una respuesta alternativa a los días festivaleros.

García Canclini (1987) afirma que si la cultura popular y la masiva ya no se oponen, si se entremezclan todo el tiempo, y recuerda la propuesta gramsciana de definir lo popular por su oposición a lo hegemónico, y preguntémosnos dónde se sitúa

³ Transporte que dejó de funcionar durante la gestión del Ministro de Economía Domingo Cavallo en la presidencia de Carlos Menem (1987-1998), y que provocó el aislamiento de muchas ciudades y pueblos a lo largo de Argentina y privando a las poblaciones del interior de un transporte de gran accesibilidad y escasa contaminación.

hoy ese antagonismo. Acordamos con García Canclini (1987) que la oposición se produce entre lo que él llama *dos estrategias de la cultura industrial contemporánea*: por un lado, la existencia de un saber científico y tecnológico (microelectrónica, telecomunicación) que reorganiza los procesos productivos, su sentido cultural, y, junto con la monopolización del capital industrial y financiero, concentra en una pequeña minoría el conocimiento necesario para el control social; y otro, la producción -por parte de ese mismo sistema informacional y electrónico- de nuevas redes de comunicación masiva que están reordenando la vida comunitaria, usando a veces las tradiciones locales, los saberes folclóricos, pero subordinándolos a la, lógica de la industria cultural.

Entre aires de tradición y modernidad, el festival todos los años se desarrolla en tres o cuatro días de diciembre, cuenta con la participación de la gente que como un recreo social asiste en las noches a escuchar a los folcloristas, los escucha por alguna radio de frecuencia modulada o los suele ver por las pantallas de la televisión local. El Festival propone además una síntesis entre los imaginarios folclóricos locales transformándose en un espacio-lugar donde las tensiones entre una cultura recordada, los imaginarios folclóricos-urbanos y los agentes sociales que emergen y se diferencian, se entrecruzan dinámicamente postulando nuevas identidades.

Habitualmente entre los organizadores el festival y los propios músicos locales han existido algunas diferencias formuladas entre quienes opinan que si se realiza un festival folclórico en "*tierras cuyanas*", la mayor cantidad de los artistas y cantores tendría que ser de la región y quienes desean artistas de renombre para prestigiar el evento provenientes de la ciudad capital de Argentina: Buenos Aires, lugar donde el folklore cuyano es apenas difundido por los medios de comunicación.

Sin embargo, se reconoce que artistas de trayectoria nacional tienen mayor arraigo y atracción para el público de la región, algo que los artistas locales no poseen y que la presencia de figuras del folklore nacional ayuda finalmente a financiar y colocar una marca nacional la reunión musical y cultural que constituye el festival. Figuras rutilantes como Soledad, Mercedes Sosa, Antonio Tarragos Ros, Los Nocheros, Luciano Pereira, Los Tekis y otros cantores populares pasaron por el escenario "Alfonso y Zavala" de Calle Angosta.

En los últimos años se advierte un giro de la canción nativa y folclórica argentina y latinoamericana hacia expresiones más románticas en manos de cultores jóvenes como Soledad, Los Nocheros, Luciano Pereira, Los Tekis y otros músicos donde parece que el énfasis en la estética y presentación de los temas resulta más importante que los propios contenidos. La canción folclórica argentina es ahora canción folclórica y romántica a la vez y no debe envidiarle nada a otra forma musical como el bolero, romántico por naturaleza. Esta canción es diferente a la tradición de los cultores tradicionales del canto popular más comprometido como Víctor Heredia, Horacio Guaraní, Teresa Parodi y Mercedes Sosa, por citar algunos ejemplos. La nueva canción es más atractiva, más seductora, quizá menos comprometida y llega a públicos diversos no sólo entendidos como "folclóricos".

En general el folklore cuyano no fue nunca contestatario. Sus letras reflejaron el acontecer de la vida del cuyano (el hombre -el gaucho- que vive en San Juan, Mendoza y San Luis), sus vivencias y emociones, al ritmo pausado de la cueca, la canción, el gato, la tonada y la zamba.

En el plano local, el dúo Mabel y Charlie Guzmán en los últimos años de la década del 90 han promovido notables innovaciones y enriquecido el acervo musical folclórico de Villa Mercedes buscando formas musicales novedosas para expresarse. Sin embargo, no podemos afirmar que esta incipiente tendencia este marcando nuevos rumbos. En el plano estético, el dúo se diferencia del tradicional canto cuyano y no se advierte un énfasis marcado por las nuevas tendencias románticas de la canción folclórica antes referidas.

El festival urbano es una invitación a los recuerdos musicales, y la diversión pero también al recuerdo de la música cuyana y de San Luis en especial, de un tiempo que fue vivido, pero que ya no está, de una cultura de una situación geográfica y socioeconómica que ya no es igual, pero al mismo tiempo y en el mismo momento es un evento construido socialmente que intenta exponer a los pobladores mercedinos y al resto de la Argentina la pujanza, el sentir y la cultura de aquellos tiempos, de aquellos momentos y rescatar las mejores tradiciones musicales y poéticas.

La denominada a veces "fiesta nacional" es un escenario privilegiado además para los distintos actores sociales que intentan tener un lugar, estar presente en él

(comisión organizadora, artistas, cantores, academias de danzas, comerciantes, artesanos, medios, etc.) reformulen y reconozcan su posición ante los otros y frente al estado.

Estas fiestas urbanas además de ser espacios de producción simbólica, de afirmación cultural y de lo comunitario con tinte folclórico, son además una tensión ante el mercado y la modernidad. El festival urbano tiene su marca de promoción, de construcción, de publicidad, de marketing, de medios y de urbanidad, aunque intente rescatar y traer al presente la ruralidad y la tradición y se realice en la propia Calle Angosta que despierta los más nobles sentimientos de los mercedinos. Frente al fenómeno de la organización de los festivales folclóricos musicales, de las fiestas urbanas, dos tendencias podemos describir brevemente desde la propia gestación y organización de las mismas, desde las elites políticas, culturales y económicas o de manera alternativa desde la comunidad (las tribus), desde abajo.

Sin embargo, la idea de *comunidad* ya en crisis, como la noción de pueblo frente a la aparición de nuevos grupos singulares urbanos, que niegan la identidad como algo homogéneo y la uniformidad de la comunidad ya ha aparecido en diversos estudios. Esta idea toma mayor fuerza frente a los grandes conglomerados urbanos que conviven en la misma ciudad "incomunicados" (frente al aumento y perfeccionamiento de los modernos dispositivos tecnológicos que deberían ayudar a la comunicación) o -con débiles interacciones entre ellos, por las propias dificultades de la pobreza, el tiempo escaso de la vida social y las dificultades comunicativas presentes.

Conclusiones:

El término popular, es sin duda una palabra que adquiere distintos significados. Sin duda, que la cultura popular proporciona materiales para la experimentación y la exploración de las identidades sociales en el contexto de la entendida "sociedad local"⁴ en los que los moldes de la tradición que la sustentaban y reunían están diluyéndose.

⁴ Una definición actual del concepto de *sociedad local* la caracteriza como "un territorio de determinados límites, portador de una identidad colectiva expresada en valores y normas interiorizadas por sus miembros y que conforma un sistema de relaciones de poder constituidos en torno a procesos locales de generación y riqueza. Dicho de otra forma, una sociedad local es un

El campo de la cultura popular no se limita a lo manual, lo tradicional y las relaciones íntimas de pequeñas comunidades, sino que se entremezcla con lo comunicacional y con otras formas de vida urbana a las que hay que prestarle atención.

A menudo los festivales folclóricos masivos buscan traer al presente una idea de cultura, de tradición, que el tiempo se lleve y refrescar ideas del canto popular del pasado, de su propio folklore, de sus raíces, y afirmar una concepción de la cultura como inmutable y como esencia. Bajo algunos aspectos, los festivales musicales latinoamericanos existen porque son fenómenos contruidos socialmente y en cierto modo se parecen a los antiguos juegos romanos que se constituían en un elemento social-lúdico de la vida de los antiguos mediterráneos.

Frente a las posiciones esencialistas que niegan la mutabilidad de la cultura donde se entiende la noción de matriz como forma estable y supone una instancia de reproducción en momentos diferentes, según una misma forma y que la idea de una matriz significa o presupone que hay un molde puede contraponerse una noción diferente y alternativa, a una concepción dinámica de la cultura como fusión, combinación y mezcla permanente que nos ayuda a la comprensión de cómo las expresiones culturales viven y se transforman dinámicamente al igual que las identidades desechando la noción matricial.

Las identidades y subjetividades deben ser entendidas entonces, como dinámicas, cambiantes, como cuerpos inestables que se conforman y reconstituyen de manera permanente. La festividad de la "fiesta de todos" difundida por los medios y dinamizada por el estado, es un espacio donde los públicos (*comunidad de anónimos*) recrean las nuevas identidades como cuerpos dinámicos que se gestan como entidades nuevas e inestables. La identidad de esos sujetos múltiples, singulares y contradictorios es siempre contingente y precaria, fijada temporalmente en la intersección de posiciones subjetivas que dependen de formas específicas de identificación.

El Festival de la Calle Angosta se constituye en un lugar para que los diversos agentes sociales interactúen, se reconozcan y establezcan su posición ante el estado, el mercado, los medios y la sociedad civil. Este evento ha sido transformado

sistema de acción sobre un territorio limitado capaz de producir valores comunes y bienes

por la propia dinámica mediática, interesada en su provecho material en un acontecimiento social y musical con ciertos ribetes turísticos.

El acontecimiento mediático promueve y recrea el juego de intercambios y tejidos donde emergen las identidades, las que implican un "nosotros", pero en cada individuo se particularizan en una conformación singular. Un individuo puede ser pensado como un conglomerado de identidades siempre en tensión. El agente social es constituido por un conjunto de posiciones subjetivas que no son totalmente fijadas en un sistema cerrado de diferencias construido por una diversidad de discursos

El fenómeno de las fiestas urbanas como lugares de cocina, de reelaboración de nuevas identidades, como lugar de encuentros y choques culturales, aparecen como una suerte de amalgamas en el que se fusionan inestablemente, construyendo o reconstruyéndose.

La investigación sobre las culturas populares y sus fenómenos debiera ser una tarea transdisciplinaria. Si bien estos fenómenos sociales se han constituido en un terreno fértil y rico para la para la investigación en comunicación, su examen debemos no debería ser ni con un tinte folclórico ni únicamente masivo. Advertimos que lo popular constituye un espacio amplio y complejo para repensar la estructura compleja de los procesos culturales.

Bibliografía:

ALTHUSSER (1969) *"Ideología y aparatos ideológicos del estado"*, citado por GRUNER E. *¿Otro discurso sin sujeto? Apuntes sobre poder, la cultura y las identidades sociales*, Revista "El cielo por asalto", Buenos Aires, verano 1990-91.

ANRUBIA APARICI E. (2003) *La Culpabilidad de las Culturas* publicado en la revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación *Sphera Pública* N° 3 (2003) Murcia, España, págs. 161-172.

AROCENA J. (1995) *Desarrollo local un desafío contemporáneo*. Caracas, Nueva Sociedad - CLAEH.

BORDA, J. (2001) *"Fiesta de Buena Esperanza. Palenque de la tradición"* en *Aquí Vivimos Villa Mercedes*, Noviembre 2001, año III, Número 29, Buenos Aires, pág. 18-21.

BOURDIEU, P. (1977). *La distinción*. Paris: Minuit. (English translation distinctions, London: Routledge, 1984).

COLOMBRES, A. (1997) "*Sobre la Cultura y el Arte Popular*" Serie Antropológica, Ediciones del Sol SRL Buenos Aires.

EICHBERG, H. (1998) "*Identidad Popular en el deporte y la Cultura. Sobre la democracia viva*", Conferencia regional de la Asociación Internacional de Deporte y Cultura (ISCA), Universidad de Buenos Aires, abril de 1998.

GARCIA CANCLINI, N., POLIMENI, Carlos y QUEVEDO, Luis, Alberto (2000) *Buenos Aires no duerme. Memorias del insomnio*, Ediciones de la Flor, 1ra. Edición, Buenos Aires.

GARCÍA CANCLINI, N. (1982) reedición 2002. *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. Editor Nueva Imagen/ Grijalbo. México.

GARCIA CANCLINI N. (1987) *Ni folklórico ni masivo ¿Qué es lo popular?* Revista diálogos de la comunicación. N° 17, Junio. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS)
http://www.perio.unlp.edu.ar/expotesis/doc/doc_recomen/Garcia_Canclini_Ni_folckorico_ni_masivo_que_es_lo_popular.pdf

GEERTZ C. (1973) *The Interpretation of Cultures*. New York, Basic Books.

GEERTZ C. (2000) *Available Light. Antropological reflections on phisophical topics*. Princeton, Princeton University Press.

GONZÁLEZ SÁNCHEZ, J. (1983) "*Cultura(s) popular(es) hoy*". En *Comunicación y cultura*, Nro.10, México, pág. 18-19.

IGLESIAS, Cecilia (2001) "*Cerámicas mercedinas. De la tierra vienen*" en *Aquí Vivimos Villa Mercedes*, Junio 2001, año II, Número 24, Buenos Aires, pág. 6-9.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones Gustavo Gili, Barcelona.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1990) "De los medios a las prácticas", Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales N° 1 UIA, México.

MATA, M.C. (1988) "*Comunicación popular de la exclusión a la presencia*". Mimeo. Córdoba.

MIRANDA, Ulises (1990) *La Calle Angosta. De aquel tiempo y de aquellas cosas*, edición del autor, Villa Mercedes (San Luis).

MOREIRA, Rubén y Alfonso, Alfredo en *Recuerdos Puntanos*, zamba en audio-cassette 99161 "Alfonso y Zavala, Paladines de la Música de Cuyo".

NEGROTO A. L. y VULCANO, J. L. (1999) "Comunicación y Conflicto en la Globalización" en cap. 5 en *Conflictos y Comunicación en la Globalización* (comp. TELLO A., Ediciones e Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, p. 253-267.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1996) *La investigación de comunicación desde la perspectiva cualitativa*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

SIGNATES L. (2006) "Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de comunicação" en: SOUZA, Mauro Wilton de (org.). *Recepção Mediática e Espaço Público*. São Paulo: Paulinas.

SARMIENTO, D.F. (1940) *Facundo*, Ediciones Estrada, Buenos Aires, primera edición 1845.

SODRÉ M (1998) *Reinventando la Cultura. La comunicación y sus productos*. Barcelona. Gedisa.

STEVENSON, N. (1998) "*Culturas Mediáticas*", Amorrortu editores, Buenos Aires, pág. 85.

WILLIAMS, R. (1980): *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona, pág. 154.

ZAVALA, José Adimanto, *Calle Angosta*, Cueca.