

Índice

Introducción	i
Capítulo I: Una aproximación a los elementos teóricos de la investigación	1
1.1 La cultura en las Ciencias Sociales	1
1.2 Nociones y ejes de análisis básicos	7
1.2.1 <i>Los conceptos de distinción social y relaciones sociales: las relaciones grupales</i>	8
1.2.2 <i>La distinción social</i>	8
1.3 Las relaciones sociales: una aproximación a las relaciones grupales	14
1.3.1 <i>Los grupos en la escala social</i>	14
1.3.2 <i>La conformación de los grupos desde las redes sociales</i>	15
1.4 Las necesidades del consumo y las representaciones sociales en la conformación de estilos de vida	18
1.4.1 <i>Necesidades</i>	18
1.4.2 <i>Representaciones sociales en la conformación de estilos de vida</i>	19
1.5 Una historia que recorre la ciudad y sus espacios	22
1.5.1 <i>Historia del jazz en Cuba</i>	22
1.5.2 <i>Evolución de los estudios de jazz en Cuba</i>	25
1.6 Pertinencia del tema con el desarrollo social. Novedad y contribución	26
1.6.1 <i>Consumo cultural, heterogeneidad y distinción social</i>	26
1.7 Importancia del estudio	34
Capítulo 2. Estrategia Metodológica	38
2.1 Abordaje metodológico	38
2.2 Diseño metodológico	40
2.3 Definición conceptual	41
2.4 Métodos y Técnicas de recolección de información	46
2.5 Plan de análisis	48
2.6 Resultados esperados	49
2.7 Operacionalización	51
Capítulo 3. Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo	54
3.1 Caracterización de los espacios de presentaciones de jazz en vivo	55
3.1 Caracterización sociodemográfica	62
3.2 El consumo asociado a los espacios sociales y de comunicación de jazz	68
3.3 Público y jazz en Ciudad de La Habana	74
3.3.1 <i>Jazz como opción cultural y como opción musical</i>	75
3.3.2 <i>Las representaciones en torno al significado de la música jazzística en los espacios</i>	80
3.3.3 <i>Las necesidades y estilos de vida en los espacios de música seleccionados</i>	84
3.4 La distinción o las desigualdades en el consumo de los espacios de presentaciones de jazz en Ciudad de La Habana	86
Consideraciones Finales	92
Recomendaciones	98
Bibliografía	99

Anexos.....	I
Anexo 1 Guía de Observación.....	I
Anexo 2 Entrevista a Expertos.....	III
Expertos entrevistados.....	IV
Anexo 3 Entrevista a músicos.....	V
Músicos entrevistados.....	VI
Anexo 4 Entrevista al público.....	VII
Anexo 5 Representación de la muestra.....	IX
Anexo 6 Estructura poblacional de la muestra.....	XI
Anexo 7 Ocupación, Ingresos y Frecuencia de visita a los espacios.....	XII

Introducción

La música se representa como actividad simbólica, de esta manera se vive y se experimenta socialmente, realidad que es constatada en cualquiera de las acciones cotidianas. Por tanto, no es posible la existencia de una sociedad sin música. Su eficacia y su poder comunicativo, así como el efecto que produce, solo son verificables dentro del contexto social en que se realiza.

Hegel planteó que “la música es por excelencia, el arte de lo interior”. Como a partir de ella se establece un sistema complejo de relaciones sociales, culturales, estéticas y de percepción, posibilita, entonces, la realización de estudios desde diversos ángulos. Por sus características juega un rol multidisciplinario en todas y cada una de las sociedades; abarca desde la satisfacción de necesidades estéticas atravesadas por el gusto hasta la diversión. Es a su vez, un elemento aglutinante de las comunidades sociales en momentos determinados e incide en la conformación de las identidades culturales. Sin embargo, la investigación musical en nuestro país ha estado a cargo principalmente de la Musicología y desde la perspectiva sociológica existe la necesidad de realizar estudios del hecho musical que profundicen en su carácter social, cultural, político y económico. Para estos es importante prestar interés al contexto en relación con el desarrollo social.

La interpretación de la música y su significado como arte, como medio de comunicación y como elemento de consumo, son constitutivos de su función social. Su estrecha relación con el ámbito social, económico, político y cultural en que se produce, contribuye a la comprensión y entendimiento de algunos comportamientos sociales que genera, así como a determinar el porqué del consumo de un tipo de música específico.

Como producto social quedará determinada por el contexto. De esta manera, condiciona el gusto en función del escenario social en el que tiene lugar, a partir de los procesos de interacción producidos en su seno y teniendo en cuenta los condicionantes sociales de cada uno de los actores que

participan de estas interacciones¹. De ahí que la relación música – público y cultura constituye un hecho social innegable, que tiene como finalidad la creación por y para grupos de personas que asumen distintos papeles sociales en su relación con esta. Los públicos en muchos de los casos se hayan mediados por el gusto musical que se condiciona socialmente y alrededor de este se forman frecuentemente grupos sociales definidos en torno a las características que los identifican. En palabras de Pierre Bourdieu, se puede decir que la música actual es la manifestación de la extensión y la universalidad de la cultura.²

La música está vinculada a la realidad social. Esta última es construida socialmente y en su conformación participan todas las construcciones simbólicas que se constituyen en símbolos, signos y significados a partir de los roles que se le asigna a cada cual. La realidad está auto organizada, no es un acto individual, se forma de manera colectiva. Los sujetos o segmentos grupales se (re)distribuyen en el campo social según el capital que poseen y las relaciones simbólicas que establecen en función de ese capital cultural. Las relaciones simbólicas son vistas como los modos individuales de usar y consumir bienes.

En el presente trabajo, la cultura será abordada desde el ámbito de las significaciones compartidas y de las distintas expresiones simbólicas que se visualizan a través de los mensajes y acciones de los entes, mediante las cuales se conforman los grupos, se identifican y diferencian los sujetos, se representan a sí mismos y de igual modo evidencian el reflejo del contexto, del cual forman parte.

Las investigaciones sociales en el espacio musical imprimen a la cultura una especial relevancia, por la dinámica de sus procesos, por la incorporación constante de nuevos elementos y por su carácter multidisciplinario, que adquiere cada vez mayor importancia. El análisis de la incidencia musical en las manifestaciones humanas y la aproximación a múltiples realidades que de la misma se genera, parte de la percepción de la sociedad como el escenario normal donde los agentes construyen

¹ I. Megías y E. Rodríguez. *Jóvenes entre sonidos: Hábitos, gustos y referentes musicales*, INJUVE, Madrid, 2002, p. 12.

² P. Bourdieu. El origen y la evolución de las especies de melómanos en *Cuestiones de Sociología*, Istmo, Madrid, 2000, p. 155.

sus propias historias y significados, elementos sobre los cuales la proliferación social se apoya para perpetuarse y a su vez enmarcarse dentro de todos los procesos que la legitiman.

La sociología, al igual que el resto de las ciencias sociales, se enriquece cada vez más con estas polémicas, sobre las que se sostiene para estar en condiciones de comprender y explicar las manifestaciones que a nivel social afloran. El estudio de los campos sociales que la componen, provenientes del ámbito de la cultura, específicamente de la música, se encuentran inmersos en la producción de diversos fenómenos que inducen, en muchos, casos a las relaciones entre las sociedades y los sujetos que la integran.

El tratamiento teórico a la cultura desde la ciencia sociológica se ubica en diferentes áreas: la teoría cultural europea, los estudios culturales británicos y la sociología cultural estadounidense. Cada uno con sus características específicas³.

La teoría cultural europea agrupa a autores como Jürgen Habermas, Michel Foucault, Jean Braudillard, Jacques Derrida y Claude Lévi-Strauss, dirigida a una audiencia amplia y con métodos "interdisciplinarios", donde se combina filosofía, semiótica y sociología.

Los estudios culturales británicos representados por Stuart Hall, Tony Jefferson, Dick Hebdige y Paul Willis, son interdisciplinarios y con carácter político. El análisis que realizan de la cultura parte desde la estructura social, basado sobre teorías de alcance medio poco positivistas. Pese a que se inclinan por los medios cualitativos, son más empíricos que la teoría cultural europea.

La sociología cultural americana, en su primer momento, es encabezada por autores como Clifford Geertz, Edward Shils y Robert Bellah, y es seguida por Jeffrey C. Alexander y Philip Smith. Desarrolla una perspectiva sociológica a partir de la influencia de Emile Durkheim y Max Weber.

³ Raymond Williams. "Hacia una sociología de la Cultura". En: *Sociología de la Cultura*. Traducido por: Graziella Baravalle. Ediciones Paidós Ibérica, S.A, p.9 -30

El presente trabajo tiene como objeto realizar un análisis de la influencia de los espacios en la construcción de las relaciones grupales. Su enfoque está dirigido al público de las presentaciones de jazz en vivo y sus relaciones con esta expresión musical. Es significativo resaltar que el público como receptor brinda un importante apoyo al artista y constituye el evaluador y crítico más exigente del producto musical que se presente.

Dentro del panorama cultural cubano, que es bien sólido y muy prestigioso, tenemos al jazz, un fenómeno que ya no es nuevo. Sus peculiaridades lo convierten en un estilo musical que representa la máxima expresión de la música popular. A su vez, constituye un conjunto alrededor del cual se produce y se generan sistemas de relaciones y de integración cultural. Su surgimiento en el país estuvo influenciado por la cercanía geográfica a los EE.UU.

En la conformación de esta música uno de los acontecimientos que reviste mayor preponderancia lo constituyó la migración forzada de africanos como esclavos a diversas regiones de este continente. El contacto entre africanos y europeos en América tuvo gran impacto en todos los estratos musicales; en estos encontraron un terreno común para la integración y la interacción. La institucionalización de la esclavitud y el paso de los años posibilitaron el surgimiento de un género que durante su evolución conformó un elemento distintivo de la música en la región americana. El jazz en sus inicios fue una fuente de empleo para muchos esclavos, que una vez liberados tras la Guerra de Secesión en los Estados Unidos estaban obligados a buscar su sustento personal. Durante los años veinte se consolida en el país y alcanza gran esplendor. Su continuo auge en las décadas posteriores y hasta la actualidad ha favorecido su solidificación en el país, y es más significativo y tiene mayor presencia en la provincia de Ciudad de La Habana.

En cuanto a los estudios académicos de este género, en el contexto internacional se han realizado disímiles investigaciones enfocadas desde diferentes aristas, ya sea desde la visión racial, musical, con enfoque de género y, en algunos casos, estudios cuantitativos de público. Esto evidencia y pone de manifiesto la importancia que tiene para la academia este trabajo y que a su vez constituyen antecedentes del tema.

En el caso cubano la bibliografía con que se cuenta se halla en los centros de documentación del CIDMUC, en la sala de música de la Biblioteca Nacional José Martí, en el Museo de la Música y en la Casa de las Américas, aunque es escasa. Entre los textos apenas se pueden mencionar los distintos acercamientos que realizara Adorno a través de sus valiosas disertaciones en *Moda atemporal. Sobre el jazz*, donde resalta la función social del jazz y cómo este contribuye a reducir o disminuir la distancia entre el individuo alienado y la cultura afirmativa, es decir, cómo coadyuva con la integración en el *estatus quo*; *El jazz. Su origen y desarrollo*, de Ernest Beredt Joachin; *Jazz en Cuba*, de José Dos Santos; y de Leonardo Acosta, su artículo “Los inicios del jazz en la isla de Cuba” y los libros *Descarga cubana: el jazz en Cuba 1900- 1950*, donde plantea que son escasísimos los trabajos de jazz en Cuba y el fenómeno del “Jazz afrocubano” y “afrolatino”, y *Descarga número dos el jazz en Cuba 1950- 2000*.

El libro *El ámbito habanero de los 50*, de la autora Maritza García Alonso, aborda el complejo ambiente musical de la Cuba de los años cincuenta desde la óptica de la sociología -en la obra aparecen algunas ligeras referencias al jazz-, y la tesis de diploma de la autora, Suchely González Oliva. *Ser cubanos en el jazz*, centrada en la búsqueda de rasgos de identidad cultural del cubano con el jazz contemporáneo.

Estas temáticas se pueden catalogar como trabajos incipientes en los estudios de carácter social. Los autores antes mencionados han contribuido con el enriquecimiento del tema desde nociones particularizadas, aunque no constituyen estudios en profundidad; por tanto, investigativamente, la deficiencia no ha sido superada. Los estudios hasta ahora encontrados y que más predominan son de perfil histórico y biográfico, con un enfoque musicológico.

El tema del jazz cuenta con muy pocos antecedentes investigativos⁴. El contexto social en que se desarrolla el género no ha sido lo suficientemente trabajado, ni siquiera por especialistas en materias afines como los musicólogos; por tanto, es considerado uno de esos puntos todavía insuficientemente

⁴ Lo que constituye la principal limitación.

atendidos. Abundan más las referencias en torno a sus inicios, lo que es comprensible por la magnitud de su originalidad y la relevancia de su análisis. Sin embargo, no existe aún un estudio que se plantee como objeto principal el intento de atrapar y comprender críticamente el entorno que esta música genera. Considero que estudiar el público de jazz puede ser un pretexto que motive o incentive el deseo de explorar otros ámbitos.

Este trabajo tuvo como objeto realizar un análisis de la influencia de los espacios de consumo de música jazz en la construcción de las relaciones grupales. Su enfoque se dirigió al público de las presentaciones de jazz en vivo y sus relaciones con esta expresión musical. Es significativo resaltar que el público como entidad es un importante apoyo para el artista y a su vez constituye un dinamizador del presente estudio para la comprensión y análisis de los comportamientos, así como el entendimiento de actitudes de los sujetos a investigar.

Para el despliegue de este estudio se partió de la lectura hecha a los espacios de consumo de música jazz en vivo, donde se producen estas relaciones, a los cuales debe, en alguna medida, su fundamento. También se tuvo en cuenta el vínculo con la historia concreta de nuestro país, en sus aspectos político, social, económico, cultural, y se puso énfasis en las cualidades y procesos internos de desarrollo que caracterizan la evolución del público de esta expresión cultural.

La presente investigación se ha estructurado en tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

En el primer capítulo se hace referencia a las principales contribuciones teóricas al concepto de cultura, distinción social, relaciones grupales, así como estilos de vida y consumo cultural, resaltando la significación de cada uno de ellos con un acercamiento a la temática desde la concepción del desarrollo social en Cuba.

El segundo capítulo contiene la fundamentación metodológica, con la estrategia general sobre la que se sustenta este trabajo, donde se incluye la utilización de los métodos, técnicas y el empleo de un

estudio de caso múltiple en los distintos espacios. Del mismo modo se apeló a la descripción del contexto, -el escenario donde se realizó dicho trabajo-.

El tercer capítulo donde se valora de forma íntegra los resultados obtenidos luego de implementar la metodología a la que anteriormente se hizo referencia.

A modo de cierre se presentan las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía consultada. Finalmente están adjuntos los anexos que validan el trabajo de campo realizado.

Capítulo I: Una aproximación a los elementos teóricos de la investigación

“La lógica específica del mundo social es la de una realidad que es el lugar de la lucha permanente por definir la realidad”⁵.

P. Bourdieu.

Desde la perspectiva sociológica, se revisó y explicitó de una manera sintética los planteamientos de autores que se interesan por los aspectos sociales y culturales y su influencia en las prácticas de los sujetos. Para ello se tuvo en cuenta que esta investigación se enmarca dentro de lo que es el análisis exploratorio cualitativo y cuantitativo. La configuración del esquema teórico se hizo desde la conceptualización desarrollada en este proyecto. A partir del concepto de *cultura* y sus diversas definiciones, así como otros que se abordaron. De este modo, se configuró el marco teórico con el fin de sustentar la presente investigación.

Los conceptos tratados a lo largo de este capítulo teórico han sido trabajados desde diversas perspectivas, ya sea económica, psicológica, antropológica o sociológica, de ahí que resulte motivo de discusión la elección del ámbito adecuado para investigar el tema. A partir de una visión sociológica, en este trabajo se aborda el proceso de construcción de relaciones grupales y consumo de bienes culturales -en el caso del jazz-, con los cuales se identificó y analizó los factores estructurales que generan cierta distinción, cultural, social o económica. Es valedero asirse de los autores referenciados, quienes desde su posición nos acercan teóricamente al hecho social.

1.1 La cultura en las Ciencias Sociales.

La cultura es el sistema por excelencia desde el cual se produce la integración humana. El interés por imbricarla en los fenómenos sociales parte de la intención de concebir y explicar el

⁵ Pierre Bourdieu. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus, 1988. p. 120

comportamiento de los actores sociales como productores de significados y símbolos, legitimadores de su historia basada en la construcción de un sentido de identidad. Su aplicación en el pensamiento social ha sido diverso por la especificidad de su uso y reflejo en la realidad que se indaga. Contiene en sí un conjunto de componentes que inciden o tributan al mejoramiento de las condiciones de vida -material y espiritual- de los sujetos; por tanto, está circunscrita al contexto sociohistórico en que se produce. Por sus peculiaridades a la hora de teorizar la realidad social de manera diferente, posee un carácter muy problemático en su definición. Su teorización ha estado muy unida a las generalizaciones y tendencias universalistas formales. Su estructuración como teoría le permite identificarse como una suma de tratamientos multidisciplinarios⁶. Taylor⁷ con la antropología, Cassier⁸ con la filosofía, y muchos otros, han hecho visible la necesidad de un estudio propio sobre los fenómenos culturales, si queremos alcanzar el entendimiento de los procesos sociales.

Las discusiones respecto a ella en el campo de las ciencias sociales y humanísticas han llevado a establecer posiciones o perspectivas sobre las cuales se basa y legítima: la humanista, la antropológica y la sociológica:

- La *humanista*: que se refiere a las bellas artes, el gusto, la sensibilidad. Alude a una cultura universal que tributa a lo jerárquico y etnocéntrico, que a su vez identifica las formas culturales (grupo, clase, sociedad o etapa civilizatoria).
- La *antropológica*: sistema de símbolos, manera de vivir históricamente particular. Es relativa según el grupo que la configura. Esta perspectiva resalta las diferencias, defiende el carácter universal y relativo de todas las culturas. Reconoce la existencia de una creatividad colectiva producida en la vida cotidiana.
- La *sociológica*: En esta se ilustra la cultura como esfera para entender los fenómenos sociales y los procesos de transformación social. Se da el proceso de configuración de las sociedades, mentalidades y estilos de vida específicos. Se considera como el lugar de reproducción,

⁶ N. García Canclini. *Cultura y pospolítica*. México, UAM-Azcapozalco-CONACULTA, 1995, p. 29.

⁷ Ver: J. Khan (comp.). "La ciencia de la cultura". En: *El concepto de cultura*. Barcelona, Anagrama, 1986, versión digital.

⁸ E. Cassirer. *Las ciencias de la cultura*. México, F.C.E., 1982, versión digital.

comprensión y transformación del sistema social, campo donde se expresa el poder, la dominación y la liberación.

El debate antropológico cobra relevancia. Clifford Geertz muestra una visión de la cultura como trama de significados en función de la cual los seres humanos interpretan su existencia y experiencia, así mismo como conducen sus acciones, en busca de significaciones⁹.

Sin embargo, Fernando Ortiz ofrece otros matices. La considera esencialmente sociológica, con un carácter incidente en todos los ámbitos de la vida, y, a su vez, influida por todas sus estructuras. “Toda cultura es esencialmente un hecho social. (...) Toda cultura es un hecho dinámico. (...) Toda cultura es creadora. Toda cultura es creadora, dinámica y social”¹⁰

Max Weber, a su vez, se interesó por las secuencias típico-ideales de imágenes del mundo y las diferenciaciones institucionales aparejadas, las cuales permitían la imputación causal de procesos de significancia cultural y el desarrollo del marco conceptual para el análisis de las posibles alternativas.

Agnes Heller, en *La cultura como arte*, entrevista realizada por Pablo Rodríguez, en el año 2000 con motivo de una visita a México sostiene¹¹: “La cultura conduce al hombre fuera del estado de barbarie y al cultivo del gusto, contribuye a un mejor desarrollo de los hombres y las mujeres que habitan la sociedad. La cultura es un nivel más refinado del hombre, gracias al cual experimenta un desarrollo moral”.

Para Salvador Giner está compuesta por elementos cognitivos, creencias, valores, normas, signos y modos o estilos peculiares -no normativos- de comportamiento. Estos elementos cognitivos se

⁹ Clifford Geertz. “Descripción densa: Hacia una teoría interpretativa de la cultura”. En: *Sociología de la Cultura*. Editorial Félix Varela, La Habana. Tomo I, primera parte, 2004, p. 49.

¹⁰ Fernando Ortiz. “Los factores humanos de la cubanidad”. En: *Fernando Ortiz y la cubanidad*. Selección de Norma Suárez. Ediciones Unión, Ciudad de la Habana, 1996, p.8.

¹¹ La cultura como arte: Agnes Heller en México. Entrevista realizada por Pablo Rodríguez el martes 6 de junio 2000 con motivo de una visita de Heller en ese país. Disponible en:

<http://www.feeye.uncu.edu.ar/web/epistemologia/Lineadetiempo/Documentos/Entrevista%20a%20la%20Soci%C3%B3loga%20Agnes%20Heller/entr-heller.htm>. Consultado el 10 de marzo 2008.

refieren al conjunto de “objetivos” y certezas sobre la naturaleza y la sociedad en que tienen lugar. Las creencias, verdaderas o no, representan las manifestaciones y acciones que se emprenden en la cotidianidad. Las creencias son un modo de conocer la realidad. No obstante, los valores son concepciones que se conforman en los sujetos, se asimilan y/o varían según el contexto socio- histórico en que se desenvuelven. Umberto Eco, por otra parte, afirmó que “la cultura es un fenómeno de comunicación basado en sistemas de significación”¹².

Raymond Williams la define como un ámbito de producción, circulación y consumo de significaciones, que se expresa en prácticas concretas, acciones directas y conscientemente actuadas y condicionadas por estructuras mentales determinadas, que también organizan el lenguaje, el juicio y los gustos¹³.

Las concepciones más contemporáneas del término se corresponden con las nuevas normativas sociales, en las que ha desempeñado un lugar relevante el esfuerzo, por algunos de sus autores, de elaborar una teoría que corresponda a las necesidades y aspiraciones de la nueva realidad que se construye. Dentro de esta línea se ubica al Dr. Andrés Piqueras, de España, quien estima que “la cultura es un sistema vivo generado por agentes colectivos socialmente definidos que en unas precisas coordenadas sociohistóricas y físicas, a la vez posibilitantes y constriñentes, dan lugar a producciones materiales, simbólicas e ideacionales de todo tipo, a la vez que son constituidos por ellas”¹⁴.

¹² U. Eco. (1992) Tratado de semiótica general. Barcelona, España: Lumen IBOPE AGB (2005) Ratings TV: IBOPE AGB. Revista electrónica NEO, p. 51. Consultado en <http://www.revistaneo.com/base/superratingtv.asp>, el 15 de enero 2009.

¹³ Raymond Williams. “Hacia una sociología de la cultura”. En: *Sociología de la Cultura*. Traducido por: Graziella Baravalle. Ediciones Paidós Ibérica, S.A, 1992, p. 9- 30

¹⁴ Andrés Piqueras. *A vueltas con la cultura y la identidad. Su significado en el capitalismo mundializado*. En: “Capital, migraciones e identidades”. Universidad Jaume I. Castellón, 2007. Versión digital.

De manera más circunscrita la cultura es definida por el doctor José Miguel Marinas, como¹⁵:

1. Cultura material a través de los códigos implícitos que denota, lo que hacemos, lo que sabemos hacer y nos prepara para la vida cotidiana y a través de los códigos explicativos que manifiestan por qué lo hacemos, la justificación de lo que hacemos y se manifiesta mediante los mitos y relatos.
2. Cultura que nos atraviesa a través de los códigos argumentativos que denota que nos pasa y hace referencia a la memoria de nuestra identidad, lo biográfico puede ser lo íntimo pero tiene un carácter social y se manifiesta mediante historias de vida.

Por tanto, la cultura es construida en las articulaciones de relaciones que se establecen en su interior y se constituye en la vida social. Hace alusión significativamente a la apropiación de capitales simbólicos, significados y valores socialmente compartidos por actores; los cuales se expresan a través de sus tradiciones, formas de pensar, actuar y la manera en que se representan a sí mismos. En ella, se dan todos los fenómenos existentes en la cotidianidad de cada actor o sociedad, los procesos de comunicación de sentidos, el lenguaje que utilizamos basado en los códigos y subcódigos empleados que se hacen necesarios para la vida diaria, en las etapas de desarrollo que atraviesa el ser humano durante los procesos de socialización y de conformación de las identidades. Por tanto, en la cultura no solo se resuelven los sentidos, sino que con ellos se justifican, establecen y reproducen las diferentes relaciones que se gestan, que legitiman sus roles a través de los diversos procesos.

La cultura, entonces, asegura el orden, así como la integración social, pues es reflejo directo de la sociedad. Es mediadora de esta y ejerce una influencia significativa en su decursar; de ahí que se haya extendido a esta área. Su vínculo con otros conceptos es fuente de múltiples reflexiones críticas, por consiguiente, su relación con el desarrollo ha sido enfocada hacia otros espacios, la cual es capaz de asumir la heterogeneidad cultural, de ahí que se represente como una fuente de reflexión importante.

¹⁵ Conferencia del Dr. José Miguel Marinas. Profesor de la Cátedra de Sociología. Universidad Complutense, Madrid. **Consumo cultural y prensa escrita**. Dictada el 19 de febrero 2010 en el Departamento de Sociología de la Universidad de La Habana.

En la actualidad existe una tendencia a relacionar los procesos del desarrollo con las dinámicas culturales. Graziella Pogolotti plantea en la entrevista “La cultura fue conformando la imagen del cubano”¹⁶, estos elementos que constituyen una relación imprescindible, sobre todo a partir de una definición que hay que establecer en cuanto a los términos cultura y desarrollo.

La cultura va mucho más allá de las manifestaciones de la creación artística, de la llamada cultura artística literaria. Se trata de un concepto mucho más amplio, que se vincula con el imaginario popular, las costumbres, las creencias, es decir, con el conjunto de la vida espiritual del hombre. Y es este, uno de los sentidos en que los términos cultura y desarrollo se relacionan. Los mismos se han convertido en los nominativos que desde del siglo XX se emplean en los estudios de corte social. Ambos han evolucionado en el marco que ha abierto la perspectiva culturalista y se han venido comportando como poderosos filtros intelectuales de nuestra percepción del mundo contemporáneo.¹⁷ Igualmente forman parte de las directrices del pensamiento y de la conducta de los tiempos modernos, evocando de este modo una red de significados.

En Cuba el terreno del desarrollo cultural es un componente propio en la formulación de las políticas y estrategias de acción para lograr un bienestar social. Este lleva intrínseco la igualación de los derechos, favoreciendo en gran medida a la población para que pueda implicarse en muchos de los procesos culturales.

La cultura será entendida en este trabajo como el conjunto de rasgos distintivos -espirituales y materiales- que caracterizan el modo de vida de los sujetos sociales. En estrecho vínculo con las acciones sociales de los individuos, cargada de sentido y contenido simbólico, orientada en algunos casos hacia la codificación de estilos entre los grupos como signos de identidad, a la creación de nuevos hábitos sociales y gustos, también es determinada por prácticas que median las relaciones

¹⁶ Graziella Pogolotti. “La cultura fue conformando la imagen del cubano”. Tomado de: Cubasí. http://www.cubaminrex.cu/Mirar_Cuba/Entrevistas/cultura_entrevista_Entrevista%20a%20Graziella%20Pogolotti.htm. Consultado 08/06/2009.

¹⁷ Andrés Viola, “La crisis del desarrollo y el surgimiento de la antropología del desarrollo”. En: Andrés Viola (comp.). *Antropología del desarrollo*. Editorial Piados, Barcelona, 2000, p.11.

sociales que se legitiman en su entorno propiciando la construcción de un universo de intercambio no solo cultural sino social. Por otra parte, es atravesada de manera directa por hechos socioeconómicos y culturales mediante los cuales tiende a la diferenciación cultural y social.

Esta investigación tiene por finalidad explorar el universo basado en el fenómeno de la (de) construcción o reconstrucción de las relaciones sociales y grupales a partir de la distinción social identificada por el gusto en un contexto cultural específico. De igual modo se pretende ilustrar cómo la desigualdad de ingresos se convierte en una desigualdad de consumo y esta en una diferencia de estilos de vida. ¿Cómo se manifiestan estos en el caso concreto de la práctica cultural del jazz? Se intenta demostrar si existen diferencias y de qué forma se expresan -en apariencias, esencias, en busca de posiciones sociales u otras implicaciones- y si hay reflejo de ello en el comportamiento social. Se desea elaborar una teoría sobre las formas y niveles de expresión de los actores en los espacios de interacción y de acción estudiados, con el propósito de profundizar y entender dichos fenómenos.

1.2 Nociones y ejes de análisis básicos

Los módulos conceptuales utilizados en este trabajo poseen múltiples acepciones, lo que hace complejo su uso, además de obstaculizar su aplicación teórica y su aprehensión empírica. Por ello, además de utilizar como referente las definiciones de Bourdieu, se ha procedido a la autoelaboración de otras que se ajusten a los objetivos perseguidos.

Mucho se ha teorizado sobre la distinción social y sobre las relaciones sociales -relaciones grupales- en la construcción de la identidad. No deja de ser ello una realidad que se ha venido experimentando en el discurso, desde que la ciencia comenzó a preocuparse por las especificidades de la naturaleza social. Elementos que se fundan luego del conflicto en que están insertos, con independencia de cada sujeto o grupo que se investiga.

Bourdieu, por ejemplo, se refiere a la distinción social como un campo del sistema social, en tanto espacio de la acción humana que se articula según una ley específica y que a su vez define una

posición o estatus utilizando su propio lenguaje en el conjunto de la sociedad, en relaciones no solo de interdependencia, sino también de subordinación y dominación con los otros campos¹⁸.

1.2.1 Los conceptos de distinción social y relaciones sociales: las relaciones grupales

Desde el punto de vista teórico el tratamiento a la distinción en el desarrollo social y cultural es muy complejo, teniendo en cuenta que es un proceso en constante transformación por sus actores. Dicho tema en la actualidad es una materia de gran relevancia tanto en el campo académico como en el de la práctica social, política y cultural. Es considerada un punto medular en el debate en torno al desarrollo, especialmente en el ámbito local y cultural.

La revisión del término, encaminado hacia las relaciones sociales en sus diferentes interpretaciones -al interior del desarrollo sociocultural- revela su complejidad a la hora de definirlo. Su vaguedad conceptual lleva consigo diferentes consideraciones, las que se realizan según el interés teórico de quienes lo aplican. La necesidad de hacer comprensible este nominativo permite elaborar una propuesta, cuyo propósito está encaminado a lograr un continuo esclarecimiento de los conceptos en el terreno que se indaga.

Para el desarrollo de este ejercicio investigativo se tomó un momento de su evolución, con el propósito de profundizar y analizar el nivel de distinción social y cultural que alcanza la población con que se trabajó.

1.2.2 La distinción social

La cultura de la diferencia, a pesar de tener sus orígenes en el pensamiento ilustrado, se legitimó durante los siglos XIX y XX en el discurso sociológico. En este período la distinción era abordada a partir de la mirada que se daba a la sociedad desde las ciencias naturales, con un carácter más

¹⁸ Pierre Bourdieu. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus, 1988. p. 123

igualitario, más homogéneo, más consensuado, para abordar los fenómenos de la realidad social. Algunos de los logros obtenidos en las ciencias naturales le hicieron creer a sociólogos positivistas, - como Comte- la existencia de una identidad entre las ciencias – naturales y sociales-. Y es entonces, que el paradigma de la diferencia comienza a adquirir un significado social en la teoría de Durkheim, quien se identificaba con el postulado general de Spencer -este último traslada el carácter homogéneo en que se encuentran las sociedades a partir del proceso evolutivo que posee un carácter simple- donde la evolución de las sociedades se daba de estadios homogéneos a sociedades heterogéneas, en cuanto a función y estructura.

Veblen utiliza el término emulación pecuniaria - en la actualidad consumo ostentoso - para referirse al fenómeno de la distinción en las sociedades. Con esta expresión evidencia la pretensión de distinción e importancia social que se otorga a los sujetos. La intención por distinguirse unos de otros, en todos los grupos sociales, ha dado origen a las más singulares estrategias de diferenciación¹⁹. El mérito de Veblen para la época se fundamentaba en que *los objetos tienen un valor que va más allá de la propia utilidad funcional para la que son creados*. Dicho autor pone de manifiesto que ciertos consumos no están relacionados con la satisfacción de necesidades básicas sino más bien resalta el prestigio social que suscita la tenencia de determinados objetos. De esta forma el *consumo ostentoso* es un método que se utiliza con la intención de resignificar el prestigio individual mediante el uso de elementos de un significado que va más allá del fin concreto para el que fue creado y a los cuales se les otorga un significado social.

Sin embargo, Weber consideró que la desigualdad o la diferenciación social se encuentran vinculadas principalmente al fenómeno de la distribución del poder en la sociedad. Por poder entendió la probabilidad de que en una relación social alguien pueda imponer dominación legítima o no sobre el otro, aunque este último no quiera. Sobre la base de una teoría de la acción social estima que la diferenciación social se sustentará a partir del consumo. Mientras tanto, para Baudrillard este hecho se fortalecerá sobre una teoría de la estructura, en la cual el sistema de los objetos actúa mediante una mecánica social a nivel inconsciente, cuyos efectos estructurales se ejercen sobre los sujetos. Este autor

¹⁹ Thorstein Veblen. *Teoría de la clase ociosa*. 1988. Disponible en: www.elaleph.com. p. 371.

a su vez plantea que una de las características definitorias de la sociedad de consumo actual es que los otros sistemas de reconocimiento se retraen y esta se considera reflejo del estatus social, lo cual se sustenta sobre los siguientes postulados²⁰:

- ✓ Constituye una socialización, una secularización total de los signos del reconocimiento.
- ✓ Por primera vez en la historia es un sistema de signos y de lectura universal.
- ✓ Es tan arbitrario como otros.

En el texto “La distinción. Criterios y bases sociales del gusto”²¹ Bourdieu plantea que la distinción se ejerce a través del gusto que además es una forma práctica que le posibilita al individuo percibirse o situarse en un lugar determinado en el mundo social. Del mismo modo, este relaciona, reúne y unifica a los que tienen preferencias similares y los distingue de los que no la tienen. Consumo, ocio, arte, o cualquier práctica cultural, todos son niveles de interacción de la vida cotidiana, se explican, a saber, por el gusto. A decir también de Bourdieu, el mismo se limita a nuestras preferencias, actitudes, ideas, acciones y se corresponde con un medio abstracto que conforma nuestros criterios y disposiciones hacia las cosas, siendo en ese orden donde se definen las relaciones diferentes e incluso antagónicas en la cultura, en ellas se tiene como base las condiciones en que ha sido adquirido el capital cultural y los mercados en los que se puede obtener un mayor provecho.

La posesión o carencia de un recurso cultural²² que se adquiere esencialmente en la familia permite construir las distinciones cotidianas que expresan o acentúan un carácter diferenciador²³. Por tanto, Bourdieu hace referencia al concepto de habitus, que se caracteriza por ser el conjunto de prácticas generadas según las condiciones de vida de los grupos sociales, así como la forma en la que

²⁰ Jean Baudrillard. *El sistema de los objetos*. Madrid Siglo XXI, 1988 (1-edición 1969), p. 220-221.

²¹ Es importante el análisis de las obras de Bourdieu porque en estas se observa cómo la cultura constituye un eslabón primordial para comprender las relaciones y las diferencias sociales, a partir de la articulación entre lo económico y lo simbólico. Además, este autor evidencia cómo el acceso al arte y la cultura constituyen los espacios en los cuales se representan las distinciones a partir de los gustos.

²² De las pocas cosas que considero que puede causar alguna duda con respecto a los términos que utiliza Bourdieu en el análisis de sus textos está el uso del término “capital”, lo que en realidad designo para esta investigación como recursos. De esta forma se evita la confusión con un concepto tan estructural y estructurante como el de capital.

²³ Pierre Bourdieu. *Ob.cit.*, p.10.

estas prácticas vislumbran una relación concreta, con la estructura social, esto son los espacios de comunicación o “espacio de los estilos de vida”²⁴.

Bourdieu considera además que las condiciones de vida diferentes producen habitus desiguales, debido a que en el contexto en que coexisten cada clase social -grupo- se imponen modos de apreciar y sentir lo necesario. El habitus se establece en el umbral de las prácticas culturales, lo que es observado cuando el autor plantea: “(...) la eficacia propia del habitus se ve bien cuando ingresos iguales se encuentran asociados con consumos muy diferentes, que solo puede entenderse si se supone la intervención de principios de selección muy diferentes”²⁵. Es así que el gusto constituye un indicador clave de transformación de las cosas en códigos y símbolos distintos y distintivos que hacen penetrar a las diferencias inscritas en el orden físico de los cuerpos, y en el orden simbólico de las distinciones significantes.²⁶ El sentido de la distinción se encuentra a su vez en la búsqueda del máximo de “rentabilidad cultural”²⁷, la cual se propaga mediante el establecimiento de una relación próxima con la cultura legítima y se encuentra representada por la clase dominante. Es justamente este contacto el que incita a que una relación cotidiana pueda convertirse en común y reflejarse como hábito en actividades comunes: la asistencia al teatro, a conciertos, y al cine constituyen ejemplos.

Entonces, en los grupos las relaciones sociales que se construyen son el resultado de la unión del capital social con el cultural. De igual modo, en estas confluyen y es significativo el capital simbólico con capacidad adquisitiva y capital económico y capital cultural, no siendo menos importante este último, pues la cultura se asume como una ideología de consumo mundial. Esta interacción social, mediada por estos procesos, manifiesta, sin dudas, un orden propio de cada grupo que es percibido como “natural, incuestionable, pretendido, gustado” y en ocasiones es inconscientemente asumido. No olvidar, entonces, que los actores reproducen los significados culturales que estructuran en los espacios sociales y con los cuales conforman sus estilos específicos de

²⁴ *Ibidem*. p. 477.

²⁵ *Ibidem*. p. 383.

²⁶ *Ibidem*. p. 171.

²⁷ *Ibidem*. p. 267.

vida. Por ello, su preferencia cultural responde a su posición sociocultural y a sus posibilidades económicas y se legitima en sus manifestaciones.

Al respecto Mayra Espina plantea que en nuestra sociedad la desigualdad se debe entre otras cosas a una “(...) polarización social doble en la cual se articula la desigualdad en los ingresos de los diferentes grupos sociales y en su posibilidad de acceso al bienestar (...)”²⁸ que se hizo muy visible en la década del noventa, en contraposición a la construcción, durante años, de un proyecto nacional sobre la base de la homogeneidad e igualdad social y equitativa. Esta década significó el principio de una etapa en la que el inadecuado balance entre *ingresos y gastos* - a decir de Mayra Espina *esta baja correlación entre la esfera económica y la social se enuncia en una débil sustentabilidad económica*²⁹- hizo reconocer en este contexto, que la desigualdad o diferenciación social se imponía. La nueva estructura social que se generó de ello aceleró el ensanchamiento de las distancias sociales y las desigualdades, y estas posibilitaron la aparición de sectores sociales en riesgo y de estratos en situación ventajosa.³⁰

Esta situación dio lugar al surgimiento de un mercado inaccesible para la mayoría, que se vio forzada a buscar una salida emergente para sobrevivir. El sector de menor alcance económico tuvo que recurrir a la invención de estrategias de supervivencia diseñadas por sí mismo, las cuales fueron convertidas en habilidades que le permitieron acceder al nuevo mercado que se abría. Se producía una apertura al camino de la diferenciación social.

Estos elementos provocaron que en Cuba la distinción social se concibiese al formar parte de la construcción de una identidad social convertida en nuevas etiquetas. Se fortalecía así la construcción de una identidad nueva o segmentada al consumo de recursos de prestigio de la sociedad, a partir de una

²⁸ Mayra Espina. “Aproximación al análisis de los cambios en la estructura social cubana”, donde cita a Monereo 1997; Sontag y Arenas 1995. En: Menéndez, M. (comp.) *Los cambios en la estructura socioclasista en Cuba*. Ciencias sociales, La Habana.

²⁹ Mayra Espina. “Política social en Cuba. Equidad y movilidad” Ponencia presentada al Seminario Internacional: “Equity and Social Mobility: Theory and Methodology with Applications to Bolivia, Brazil, Cuba, and South Africa,” co-auspiciado por el PNUD/IPC y el David Rockefeller Center for Latin American Studies (DRCLAS) de Harvard University. 2007

³⁰ Mayra Espina. *Ob. cit.*

realidad procesada en una naturaleza determinada. Fundamentos que se adscriben a un paralelismo social, donde ciertos grupos buscaron las diferencias de las similitudes territoriales que los hacían parecer casi idénticos, o sea, crearon una jerarquía o establecieron una distancia social y justificaron así el sentimiento de superioridad propio de los miembros de los grupos incluidos-.

Otro de los propósitos que se tienen en cuenta para fundamentar este estudio se sitúa en la construcción de relaciones sociales -relaciones grupales- en torno a las presentaciones de jazz en vivo. El público es el componente sobre el cual se sustenta esta temática y su análisis se remite a la comprensión y profundización del conjunto de prácticas específicas de las cuales se apropia y en las que participa, y que lo hacen incorporar elementos que lo diferencien socialmente, ya sea consciente o inconscientemente.

El gusto, las necesidades, representaciones, aspiraciones, motivaciones, experiencias familiares, vivencias individuales o grupales, conciertan aspectos que atraviesan la relación entre lo social, lo cultural y lo individual conformando espacios grupales determinados. De este modo se marcan diferencias en los patrones culturales, las formas de consumo, estilos de vida y formas en que asumen su identidad y diferencias determinados actores. Los espacios sociales en que estos actúan son cada vez más interaccionados y en ellos confluyen disputas entre distintos sistemas de significaciones, en un constante oscilar de negociaciones e imposiciones. Ello equivale a reconocer lo que distingue a cada grupo social tras una aparente homogeneidad.

El uso de las variables antes mencionadas posibilitó indagar en la existencia o no de estilos diferenciadores, además de valorar cómo operan sus discursos y las representaciones, que como fuerzas dinamizadoras manifiestan sus maneras de actuar en torno a este género musical, así el modo en que satisfacen sus intereses. La propuesta de argumentar en este marco los intercambios simbólicos, el valor que se adjudica a la utilización de estos espacios, el significado de sus prácticas culturales, sus patrones de percepción y niveles de comprensión, así como la dinámica de apropiación que determina los bienes simbólicos, son algunos de los propósitos tenidos en cuenta.

La multiplicidad de hechos que intervienen en estos procesos y las dificultades de su usanza hacen imposible aclararlo en un solo estudio, por lo que se considera pertinente extenderla a otras investigaciones. Esta se concentró en la exploración de una población como potencial actor en lugares específicos que estructura un público minoritario, con la intención de adentrarse en las similitudes y diferencias de un grupo de sujetos consumidores de una práctica cultural determinada: *el jazz*.

1.3 Las relaciones sociales: una aproximación a las relaciones grupales

*Todos estamos insertos en una sociedad con una historia y un fondo de conocimientos culturales, pero todos estamos insertos en una parcela de esa sociedad. Es decir, en grupos que manejan una ideología y poseen normas, valores e intereses comunes que de alguna manera los distinguen como grupos de otros sectores sociales. A su vez esos grupos están compuestos de individuos, (...) van construyendo una historia impregnada de emociones, afectos, símbolos (...).
Banchs, M.³¹*

1.3.1 Los grupos en la escala social

En la configuración de las relaciones sociales, los individuos adquieren experiencias mediante sus acciones cotidianas a lo largo del proceso de socialización. En estas articulaciones se intercambian prácticas, vivencias, sentimientos y puntos de vistas que sirven de fundamento para la construcción y deconstrucción de dichas relaciones, en las cuales se sustentan los vínculos grupales a partir de su apropiación formal o informal.

Para Talcott Parsons los grupos están muy relacionados con los sistemas de integración social. Los mismos son considerados como un conjunto de componentes cuya relación e interacción engloba y genera a la vez nuevas cualidades que no poseen los integrantes por separado. Estos últimos se

³¹ M. Banchs. Representaciones sociales: pertinencia de su estudio y posibilidades de su aplicación, 1991, p. 13. En: Banchs, M. *Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. Papers on social representations*, 2000. Threads of discussion, Electronic Version, 8 Peer Reviewed Online Journal, p. 1- 15. En www.swp.unilinz.ac.at/content/psr/psrindex.htm79. Acceso 8 de abril de 2009.

conforman como grupo creador de sus propios espacios y actividades, y se agrupan por la necesidad que tienen sus miembros de satisfacerlas con otros y que de manera individual no podrían realizar.

Las conexiones de los individuos entre los grupos posibilitan la creación de un entramado de normas, valores, creencias, estilos, estereotipos válidos para determinadas habilidades grupales, en las cuales los sujetos se ven obligados a interiorizar el mundo social que construyen, modificando o adaptando las propias percepciones que de este crean. Cada uno de ellos con una identidad sobre la cual versan las relaciones que establecen y que sustentan sobre una serie de rasgos que tributan a las formaciones grupales al emitir claves de diferenciación entre su conformación y condicionamiento interindividual e intergrupales. La dinámica entre los grupos es esencial en la vida social. Por tanto, propicia de manera continua la construcción de las relaciones sociales en correspondencia con el ordenamiento de los propios grupos.

1.3.2 La conformación de los grupos desde las redes sociales

La conformación de los grupos desde las redes sociales se fundamenta sobre la composición de los grupos fijados así como algunos de los principios sobre los que operan las conexiones interpersonales desencadenadas en estos. Cada persona en su ciclo vital está inmersa en múltiples escenarios de relaciones. En cada uno de ellos establece vínculos determinados y diferenciados, que tienen que ver con distintos objetivos y tipos de actividades, de tal manera que el espacio de imbricaciones interpersonales se va dibujando en términos de redes. Por tanto, los individuos van consolidando sus conjuntos de pertenencias sociales, de forma coherente pero distinta a través de grupos variados. Cada miembro responde a distintas funciones y objetivos, e incluso en estos una misma persona puede representar y adoptar roles diversos, aunque no transite en el ámbito de los lazos afectivos.

Para el análisis de las relaciones grupales en los distintos espacios es necesario tener en cuenta cómo se forman, en qué contextos, qué personas forman parte de ellos. Los grupos se organizan y se consolidan en la medida en que se identifican. Las conformaciones grupales favorecen que las

relaciones interpersonales estén más marcadas por las necesidades propias que por la forma de vida en una sociedad de cambio permanente se reflejan o representan como lo efímero e instrumental, lo predominante frente al deseo de una amistad perdurable, etc.

De alguna manera, en el discurso común, las relaciones grupales se construyen, con un límite muy difuso, a partir de una cierta proyección de las relaciones sociales. Las conexiones grupales se asientan en dos grandes temas: el tiempo libre en la cultura de consumo de masas y la dualización del tiempo, en la medida en que constituyen dos grandes referentes de la realidad social y cultural en el momento actual.

Una buena parte de la forma en que se producen los vínculos socio-grupales en el mundo contemporáneo tiene que ver con las dinámicas propias del consumo. El consumo es un fenómeno cultural -y no solo comercial- que define a la sociedad actual y en esa medida repercute en la forma y en el fondo de las articulaciones que se instituyen entre las personas. En algunos casos están mediadas por este contexto y no se trata solo del consumo de marcas de moda o de productos identificados físicamente según el grupo, sino que los propios contextos de relación o las actividades desarrolladas en interacción requieren, casi de forma indispensable, el consumo de objetos -juegos, ropas, comidas, bebidas- y de espacios, -los lugares requieren del pago de entradas, caras o no-.

La cultura del consumo, entonces repercute en el fondo de las relaciones - las cuales también son consumidas, y su objetivo se da desde el punto de vista comercial como la reproducción permanente de objetos premeditadamente obsoletos- y en su dinámica, una parte de las concepciones reales de la amistad hace que las relaciones sean más extensas que intensas, más efímeras que perdurables, más simbólicas que comprometidas.

Es lógico que estas cuestiones tengan que ver con todo el conjunto de valores sociales predominantes. No es extraño, entonces, que si una buena parte de los nexos personales tienen lugar en el tiempo libre y este en su mayoría posee un carácter consumista, se haga importante valorar el

significado que tiene en dicho contexto el gasto como forma de representación. El consumo coadyuva a la creación de identidades y estilos de vida.

En contextos específicos se produce una cierta relativización de las expectativas clásicas o elitistas. El surgimiento y articulación de los nexos grupales se basan en la interacción a través del consumo: el grupo del cual se forma parte, en busca de identidad, es definido por distintos tipos de señalizaciones simbólicas aportadas por lo que se adquiere y se disfruta, bien sea música, ropa de marcas, espectáculos por mencionar algunos.

Los signos de identidad, según la autora de este trabajo, son matizados por la identificación simbólica. Este sería el caso de las relaciones grupales que se van a estudiar, es decir, las que se instauran en grupos muy circunscritos. Algunos de estos basados en la conformación de expectativas, el “estar para ver y ser visto,” en ambientes especialmente marcados por cualquier tipo de componentes disuasorios que delimitan quién forma parte de ellos o puede hacerlo, y quién no. El consumo simbólico ligado a las relaciones personales tiende a desarrollarse en un segmento concreto del tiempo libre, voluntario y relacional, pero que responde en gran medida a objetivos de integración social, distintos a los objetivos “puramente” de ocio.

Las necesidades y las interacciones en estos escenarios hacen que las relaciones grupales que se construyen deban tener un rango y una cualidad distinta a las que se producen en otros contextos espacio- temporales.

1.4 Las necesidades del consumo y las representaciones sociales³² en la conformación de estilos de vida

Para los teóricos sociales, propuestas como las representaciones sociales, las necesidades, intereses, estilos de vida, han contribuido significativamente al campo de la investigación social. Ello vendría a justificar los aportes teóricos de Blummer y Moscovici en este espectro. Los conceptos antes mencionados se utilizarán como referentes que permitan identificar elementos distintivos en las relaciones grupales.

1.4.1 Necesidades

Las necesidades, artificiales o no, establecen uno de los componentes medulares en la construcción, reconstrucción y deconstrucción de la naturaleza subjetiva que legitima las relaciones en los grupos.

Entre las distintas polémicas referidas a esta categoría, mayormente social, se destacan la de su génesis y distinción en el ser humano con respecto a los animales. En este sentido se superpone una esfera superior únicamente humana -espiritual- y la que considera que todas las necesidades del ser social son cualitativamente diferentes, incluso las de orden primario. Este planteamiento se refuerza con la idea defendida por Marx -1873- en la ideología alemana, en la cual asume que las necesidades, tanto por su contenido como por el modo en que se satisfacen, se vinculan directamente al trabajo, considerado como el primer hecho históricamente humano. Este proceso es la base de la propia existencia de las personas; las diferencia y las hace conscientes de sí mismas.

³² Este epígrafe fue elaborado a partir de la lectura a los artículos de Martín Mora. *La teoría de las representaciones sociales* de Serge Moscovici, Bratus, B. S. y M. Febles (1982) “El problema de las peculiaridades de las necesidades en el hombre” en Colectivo de Autores *Algunas cuestiones teóricas y metodológicas sobre el estudio de la personalidad*, Banchs, M. Representaciones sociales: pertinencia de su estudio y posibilidades de su aplicación. En: Banchs, M. *Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. Papers on social representations*, 2000. Threads of discussion, Electronic Version, 8 Peer Reviewed Online Journal, p. 1- 15.

Consultado en: www.swp.unilinz.ac.at/content/psr/psrindex.htm79, 8 de abril, 2009. Versión digital. Bajoit, Guy. La renovación de la sociología contemporánea. En: *Cultura y representaciones sociales. Un espacio para el dialogo interdisciplinario*. Año 3, número 5, septiembre de 2008. Entre otros textos y artículos.

Las necesidades constituyen unidades de análisis de carácter procesal. Son indispensables para el conocimiento y entendimiento de la realidad subjetiva y de los comportamientos humanos. Expresan demandas, carencias, valores, estereotipos, normas, sentimientos y constituyen aspectos potenciales dinamizadores de las conductas como fuerza movilizadora de determinadas prácticas sociales, económicas y culturales, por hacer mención a algunos rasgos que la caracterizan.

En este trabajo, el análisis de las necesidades va a estar dirigido al cómo son apropiadas y expresadas por los sujetos que se estudian, enfatizando en las demandas que directamente expresan en sus discursos. Igualmente se tiene en cuenta el carácter construido de las necesidades humanas y van a estar en dependencia de su manifestación en cada grupo o individuo.

1.4.2 Representaciones sociales en la conformación de estilos de vida

Las representaciones sociales han sido abordadas de una forma polémica con la intención de reflejar la complejidad y particularidad de los comportamientos de los sujetos. Su desarrollo como concepto se debe a Serge Moscovici, quien ilustró que los entes sociales construyen y son construidos por la realidad social. Para el desarrollo de este concepto el autor se basó en la definición de representaciones colectivas de Emile Durkheim, -quien es considerado el primero en destacar las variables que resaltan los roles que desempeñan los sujetos en su vida cotidiana, a través de las que dirigen su comportamiento social, con la pretensión de distinguir el individuo y la sociedad e ilustrar sus actitudes-. Posteriormente Alfred Schutz traduce en sociológicos los aportes filosóficos de Husserl y elabora su teoría de la importancia de los significados sociales³³.

Fritz Heider, Berger y Luckmnan han contribuido desde sus estudios al desarrollo de este concepto. El primero de ellos eleva a estatus científico los nominativos de vida cotidiana y sentido común, mientras que Berger y Luckmann argumentan la relación entre las representaciones y el objeto

³³ G. Ritzer. *Teoría sociológica Contemporánea*. México: Mcgraw- Hill. 1997. p. 240

que las origina, además de la construcción social de la realidad. Ellos, apoyados en los planteamientos de Schutz, profundizan y explicitan el estudio de la construcción de la realidad.

El término representaciones sociales se manifiesta en grupos e individuos. Estas poseen una capacidad explicativa y abarcan en su entramado desde valores hasta prácticas que pueden transitar desde la rutina hasta convertirse en normal y asequible. Sus compuestos le permiten proporcionar un conocimiento asequible tanto de la sociedad, como de los grupos e individuos que la integran. Dicha teoría constituye una unidad de enfoque que unifica e integra lo individual y lo colectivo, lo simbólico y lo social, el pensamiento y la acción. Ofrece, a su vez, un marco explicativo acerca de los comportamientos de las personas que se estudian, el cual se hace extensivo al marco cultural y se diversifica en las distintas estructuras sociales que tributan la conformación de estilos de vida.

Las representaciones sociales inciden en la conformación de estilos de vida. El auge de los estudios sobre estos últimos tuvo lugar en los años '70 en Francia. T. Veblen los considera como consumo ostentoso, es decir, la demostración de un elevado estatus de vida social que le permitiría asumir el modo de vida deseado. Simmel se refiere a ellos al utilizar el concepto clásico de “estilización”, en el sentido que poseen los individuos y las clases sociales de “estilizar la vida”, y junto a Gabriel Tarde estimó al estilo de vida como una proyección de la vida cotidiana, del ocio y del consumo. Sin embargo, Tönnies, los identifica con las características generales de una sociedad, en un momento histórico concreto. Mientras que Weber los considera como el reflejo simbólico de las estructuras económicas y sociales.

En el texto *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto* Bourdieu los define como aquellos productos del habitus que devienen en sistemas socialmente clasificados. Es decir, aquellas prácticas cotidianas que conforman un estilo de vida se corresponden con un habitus determinado -de clase alta, de pequeña burguesía, etc.- por el que tienen que optar los individuos según su ubicación en el ámbito social y de acuerdo con su habitus. J. L. Ruiz de Olabuenaga estima que dicho concepto se

refiere esencialmente a la pluralidad de los estilos de comportamiento que emergen tras la quiebra de un modelo unificado de comportamientos y actitudes³⁴.

La utilización de los conceptos de representaciones sociales y estilos de vida han sido importantes para la presente investigación porque permiten abordar en profundidad la dinámica social de los sujetos con que se trabaja. Su uso posibilitó un acercamiento a la relación entre los individuos y los espacios de consumo. Su aplicación en el abordaje de estudios de públicos permitió adentrarse en los grupos para entender sus motivaciones, conocer sus sensibilidades, afinidades, y de este modo, ayudar a distinguirlos.

Las representaciones de acuerdo a como son vista en esta investigación pueden contribuir a la construcción y reconstrucción de relaciones sociales. De igual modo contribuyen con la búsqueda de relaciones a partir de los elementos que establecen en los espacios de presentaciones de jazz en vivo, así como los nuevos estilos de vida que se generan debido a su importancia en el comportamiento social y cultural del individuo.

³⁴ J.L. Ruiz de Olabuenaga. *Estilos de vida e investigación social*. Biblioteca Fomento Social. Bilbao 1984. Ediciones Mensajera. pp. 9- 69 y 263- 294.

1.5 Una historia que recorre la ciudad y sus espacios

1.5.1 Historia del jazz en Cuba

*“El jazz es
improvisación, vida,
expresividad, evolución constante.
Es todo aquello que se manifiesta
cuando se elogia”.*

El jazz como hecho cultural llegó a Cuba procedente de Nueva Orleans, debido a la presencia de músicos cubanos o de origen cubano radicados en la ciudad norteamericana. En su arribo a la isla influyeron el éxodo de negros libres, luego de la abolición de la esclavitud en Cuba -1886-, hecho que coincidió con los años formativos del jazz, y la visita a La Habana de varias compañías jazzísticas norteamericanas que fomentaron su auge.

El jazz es un tipo música urbana que comenzó a sonar en Nueva Orleans a fines del siglo XIX legitimándose en las dos primeras décadas del siglo XX. Su presencia en Cuba comienza desde mediados del siglo XIX cuando aún no existía una definición musical de este género. Sus antecedentes se deben en parte al constante intercambio entre músicos cubanos y norteamericanos. Los primeros aportaron la cuestión rítmica, amenizando así los conceptos armónicos que manejaban entonces sus exponentes en Nueva Orleans.

La hibridación de la música cubana con la norteamericana es un hecho indudable e irrefutable. Dicha interrelación cultural se dio entre ambas naciones de manera muy coherente. Desde el punto de vista histórico, se explica la presencia de elementos congruentes entre una y otra cultura. El jazz, es uno de estos resultados que tuvo como puente de enlace la cercanía geográfica y cultural unida a la constante comunicación entre los dos países, que favoreció el contacto entre nuevos músicos.

Las primeras bandas de jazz fueron integradas por músicos blancos que en 1917 realizaron la primera grabación del género. El grupo fue conocido con el nombre de *The Original Dixieland jazz Band* y grabó “Darktown Strutter's Ball” e “Indiana” para el sello Columbia y se asoció a ellas el

surgimiento del género. De manera contraproducente, transcurrieron varios años antes de que los negros realizaran sus primeras grabaciones. No es hasta 1923 que comenzó a grabar la *King Oliver's Creole Band*, que entre sus integrantes contaba con el renombrado Louis Armstrong, quien demostró que el jazz fue el resultado de la cantos negros. El mismo constituyó el equipaje de los esclavos a quienes ayudó a soportar el desarraigo de sus tierras, la lejanía de su cultura y sus costumbres.

El desarrollo y afianzamiento del género en Cuba lo propició, también la entrada de algunos de estos discos y grabaciones provenientes de Norteamérica. También el cine sonoro fue muy importante en este devenir cultural, no solo porque posibilitó el arribo de la música norteamericana sino también la entrada del tango argentino y del corrido mexicano.

Los años veinte fueron esplendorosos para el jazz, cuyo desarrollo no solo se vinculaba a la escucha sino al baile. Su expansión en la Isla despertó el interés de las personas que se fueron convirtiendo en su público. Desde sus orígenes estuvo muy marcado por las diferencias sociales, lo que estimulaba su consumo en determinados sectores de la burguesía, los cuales ajustaron el género según su gusto estético y lo consideraban diferente al que se realizaba en las sociedades de color. En los treinta y los cuarenta evolucionó en lo que se conocería como las Jazz Band o Big Band, con grandes exponentes como Glenn Miller, que eran contratados por los representantes de los clubes en el país para que realizaran su espectáculos en las los llamados *clubes*, espacios diseñados para la burguesía blanca y a los cuales debido a su exclusividad no se permitía entrar a los negros.

Para la década del cuarenta el jazz era más bien interpretado como un modo de pasarla bien entre amigos y en espacios reservados para la distracción y entretenimiento de los propios amantes del jazz. Era prácticamente para los cantantes. Aunque también existían una serie de lugares o clubes donde ya se ejecutaba. Ya en los años '50 se hacía más latente la escucha de la música con los pies y un grupo de jóvenes de 18 y 20 años, muy influenciados por el *filin* y el contexto social que de este se generaba se dieron a la tarea de animar con su ameno baile los espacios en los cuales participaban, surgiendo así el *Club de Bailadores de Santa Amalia*. También en este período salían a la luz, prestigiosas figuras como César Portillo de la Luz, Leonardo Acosta, Bobby Carcassés, Chucho

Valdés, entre otras personalidades, quienes le impregnaron a esta expresión cultural características propias de la idiosincrasia cubana. Las que han sido reforzadas por otros ejecutores de este género como Alexis Bosch, quien finales de década del ochenta y principios de los noventa desarrollaba su obra y los jóvenes Jojazz Yasék Manzano, Roberto Fonseca que para fines de los noventa abrían una nueva brecha en este ámbito musical, entre otros. La propia evolución de la expresión cultural ha sido llevada a cabo por los músicos que han favorecido continuamente su desempeño musical en festivales y eventos nacionales e internacionales.

Sus particularidades lo han convertido en un lenguaje internacional que une a las diferentes culturas. La riqueza de su patrimonio cultural arraigado en la experiencia afro – norteamericana lo ha cargado de significado. Para Cuba más que en un elemento formativo de nuestra cultura y el argot musical se ha convertido en un elemento identitario, cuyos orígenes datan del proceso de colonización española.

El entendimiento de la música jazzística requiere la presencia de sujetos preparados y con un alto nivel de conocimiento, de ahí que acoja un público conocedor. Un público, muy selecto y minoritario, con algunos de sus miembros estrechamente vinculados al mundo del arte y en cierto modo dotados de determinadas herramientas que les permite comprenderlo, según el criterio de algunos expertos. Es importante no obviar que el gusto es un mediador importante y decisivo en la aceptación de esta música.

El jazz es un estilo dinámico y con un alto grado de elaboración, resultado de una cultura urbana, que corresponde específicamente a La Habana. Se considera signo de cultura de las “élites sociales” debido a que no es la música de entretenimiento de la industria cultural en los medios masivos de comunicación contemporáneos. Es un tipo de música cuya apropiación requiere un grado de conocimiento y un grado de experticidad en el receptor para que le sea posible entender. En síntesis, es una música para un oyente preparado.

1.5.2 Evolución de los estudios de jazz en Cuba

Muchos son los trabajos realizados que profundizan en las raíces históricas del jazz como género musical en Cuba y de sus músicos. Sin embargo, los estudios de la vida social del jazz son escasos si se les compara con el impacto que ha tenido la expresión musical en nuestra sociedad. En los centros especializados que se dedican a investigar el área de la música, desde sus diferentes aristas, no se ha encontrado bibliografía sobre estudios de recepción, en el caso específico del jazz. Solo se encuentran trabajos generales de la historia del género, sus manifestaciones, los eventos que se le dedican, así como el desempeño de sus músicos, elementos que ofrecen una visión de la evolución del estilo musical en el país. Al respecto, cada dos años se efectúan discusiones teóricas en los festivales de Jazzplaza; anualmente los Jojazz, así como en las distintas peñas y presentaciones en vivo por diferentes músicos.

La no existencia de estudios sobre el ambiente social que surge alrededor del público amante del jazz en Ciudad de La Habana -dígase, el público que accede a los clubes³⁵ habaneros, a los Festivales de Jazzplaza, Jojazz, los conciertos en vivo, los Jardines del Mella y otros espacios donde se realiza esta práctica en vivo- motiva a indagar en este ámbito, pues el jazz es visto hoy en Cuba y en el mundo como un bien cultural que está asociado a un público minoritario con características muy peculiares y que posee gran dominio del género.

Esta práctica cultural³⁶ ha alcanzado un gran significado, como alternativa que refleja el gusto y las preferencias artísticas de los actores sociales -que se expresa como capital cultural. El gusto es concebido entonces, como satisfacción e interés que inscribe en un sector determinado estilos de vida

³⁵ Es un espacio o un medio en el cual de forma voluntaria o involuntaria se reúne un grupo de personas con un fin común, a partir del cual establecen un determinado tipo de relación que va a constituir la motivación del grupo en la actividad y que los mantendrá socialmente activos. Se considera que pertenecer a un club social implica un estatus y da fe y condición para pertenecer a una elite, o mostrarse diferentes. Los intercambios sociales en este ámbito se enmarcan en estilos de vida y son considerados de buen gusto, en el cual las relaciones sociales se adscriben.

³⁶ Toda aquella actividad de recepción y producción cultural -artística-: escribir, componer, pintar, así como ir al teatro, cine, conciertos, es decir, los espacios donde de algún modo se da el elemento cultural, fundamento que las genera e incluye los medios de comunicación. En: Coelho Texeira. *Diccionario de Política Cultural*. p. 408.

diferentes, que funcionan como sistemas de elecciones, los que dependen de espacios de posiciones³⁷. Por tanto, expresa condiciones particulares de existencia, se presenta así el individuo como productor de nuevos significados.

1.6 Pertinencia del tema con el desarrollo social. Novedad y contribución

1.6.1 Consumo cultural, heterogeneidad y distinción social

“A la jerarquía socialmente reconocida de las artes corresponde la jerarquía social de los consumidores, lo cual hace que los gustos funcionen como indicadores...”³⁸

Los productos culturales son considerados por algunos como no importantes y fuera de las necesidades básicas. Sin embargo, el consumo cultural establece o legitima las diferencias entre las personas. La década de 1990 fue escenario de políticas neoliberales junto a las cuales la globalización fue mediadora entre la interacción que se dio en las actividades económicas y la cultura, legitimándose de este modo un nuevo campo sociocultural. La reestructuración realizada en todos los ámbitos sociales -el redimensionamiento de la noción de espacio; la reelaboración del sentido de identidad nacional; la incorporación en la vida cotidiana de medios electrónicos e informáticos, entre otros - generó nuevas prácticas sociales, alcanzando con ello gran relevancia el consumo cultural.

Los estudios a partir de la óptica del consumo cultural son de gran importancia para interpretar los hechos que se dan de manera continua en la realidad de nuestras sociedades. En la academia a través de los años ha ganado un mayor interés por parte de quienes investigan los fenómenos sociales. Ha estado supeditado a la atenta mirada de diversas disciplinas, una de ellas la Sociología.

³⁷ Francisco Vázquez García. *Pierre Bourdieu. La sociología como crítica de la razón*. Montesinos. Biblioteca de divulgación temática. p. 111.

³⁸ Pierre Bourdieu. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus, 1988, p. 2

El estudio de las distintas manifestaciones a partir de la dinámica del consumo muestra nuevas perspectivas y conocimientos, además de constituir un proceso de gran actualidad. En este caso se enfocará el análisis hacia aspectos más sociológicos, como caracteres culturales y sociales que surgen en este proceso de intercambio.

La noción de consumir es un conjunto de procesos socioculturales. El consumo existe desde el surgimiento del ser humano, solo que en los siglos pasados no tenía un carácter mercantil. Su avance y desenvolvimiento fue concebido como una exigencia social con la cual alcanzar un cierto nivel de vida. Estas y otras características han originado múltiples polémicas, que posibilitan su vigencia como concepto, fundamentalmente en el campo cultural, por estar moldeado básicamente por factores económicos. Su estudio ha conllevado a un referente teórico, que permite analizar las actitudes, expresiones y comportamientos tendientes en algunos casos a desigualdades que se manifiestan en la realidad social. Lo que ha despertado gran interés en las disciplinas humanísticas.

En la vida de los sujetos³⁹ el coeficiente material -de bienes y servicios- y el simbólico -de conocimientos, información, imágenes, entretenimiento, iconos- visibilizan lo que Veblen alertó en sus teorías, el consumo vistoso “(...) esgrimido como arma para la competencia social, resaltando que los bienes son empleados simbólicamente como elementos constitutivos de posición y de estatus”. Baudrillard con otra mirada propone que “(...) el consumo se fundará no sobre una teoría de las necesidades y de su satisfacción, sino sobre una teoría de la prestación social y de la significación”⁴⁰. No obstante, para él los propios agentes generan con sus prácticas un espacio de diferenciación que no se halla solo sometido a continuas operaciones de distinción, sino que les permite significar y resignificar el lugar que ocupan en el mundo. Por tanto, las actividades que los sitúa en este tipo de espacio los obliga a participar en una lucha por las clasificaciones sociales conforme a las cuales el lugar que cada quien ocupa en el contexto en que se desenvuelve propicia la imposición de principios

³⁹ Las relaciones grupales están mediadas por el acceso al disfrute de las prácticas culturales que se dan en espacios de consumo cultural o comunicación social, en los cuales se da una tendencia a marcar una distinción social porque participan de estos escenarios sujetos que requieren determinados ingresos. Estos sujetos en muchas de las ocasiones están asociados a un elevado desarrollo educativo, que les posibilita adquirir respeto y reconocimiento contribuyendo con la formación o enriquecimiento de una elevada autoestima.

⁴⁰ J. Baudrillard. *La sociedad de consumo*. Barcelona: Plaza & Janes, 1974, p. 44

de visión y de división del ambiente en que operan a través de estas prácticas. De ahí que algunos autores concuerdan con que el consumo legitima el escenario de la desigualdad social, al colocar en ventaja o desventaja a unos con respecto a otros, acentuando así la configuración de identidades colectivas o de clase.

El consumo inserto en esta situación de los imaginarios posee una carga estética en la cual se evoca en parte la emotividad de las relaciones sociales. Digamos la imagen que se crea el individuo de sí mismo, de su vida familiar o de su relación con los amigos de escuela, vecinos, etc.

Bourdieu es uno de los autores que ha profundizado en los estudios de consumo como una práctica social estratificada, resultado de las preferencias estéticas de un esquema de percepción más o menos inconsciente. En su texto, *La distinción...*⁴¹, siguiendo la idea que defendió Veblen donde afirmó: “en la mayor parte de los casos, el motivo consciente del comprador o portador de atavíos ostensiblemente costosos es la necesidad de conformarse al uso establecido y de vivir con arreglo a los patrones acreditados de gasto y reputación”⁴², sostiene que los diferentes tipos de relaciones que se instauran entre clases sociales y culturales, se reflejan, justamente, “mediante la naturaleza de los bienes consumidos y la manera de consumirlos”⁴³.

Para Bourdieu el consumidor que distingue para distinguirse no deja él mismo de ser distinguido, incluido o excluido, según sus propias distinciones. Para este autor el consumo representa el modo en que los individuos y grupos de individuos se apropian de ciertos elementos materiales que les posibilitan distinguirse del resto de los sujetos en el espacio social, convirtiendo las prácticas de consumo en prácticas distintivas como reflejo de la condición social que se ocupa o que se quiere ocupar en el entramado social. Bourdieu sostiene su teoría sobre la distinción social en la teoría del habitus. Al respecto, considera que el consumo como práctica viene determinado por un conjunto de disposiciones de acción, percepción y apreciación.

⁴¹ Pierre Bourdieu. *Ob. cit.*

⁴² T. Veblen. *Ob. cit.*

⁴³ Pierre Bourdieu. *Ob. cit.*

Estos calificativos son el resultado de los procesos de incorporación en los individuos, de las condiciones objetivas bajo las cuales estos se encuentran en el mundo social, y que da lugar a condicionamientos sociales que producen dichas disposiciones organizadas en términos de *habitus*. De este modo, lo que habría tras las diferencias observables en el espacio de los estilos de vida en una sociedad serían las diferencias existentes en los *habitus* de los que los individuos son portadores y que determinan, a través del gusto socialmente adquirido, el tipo de consumo que define el estilo de vida de las clases y los grupos.

Entonces, la teoría defendida por este estudioso, opuesta a la explicada por Baudrillard, descuella por una práctica del consumo que se materializa más allá del intercambio de signos y símbolos. En este sentido, la noción de *habitus* será de utilidad para no recurrir al esencialismo biológico. Pues este, al instaurarse en los sujetos, se convierte en un mecanismo inconsciente aunque adaptable, que condiciona su comportamiento frente a los objetos, frente a sí mismo y frente a los demás.

En ese sentido, el gusto como realización subjetiva del mecanismo del *habitus* y pieza clave en su estudio, será definido no solo como la “*facultad de juzgar los valores estéticos de manera inmediata e intuitiva*”⁴⁴ sino, también, como capital cultural que remarca las diferencias de identidad entre las clases sociales y, dentro de ellas, la de los propios individuos, lo que favorece el surgimiento de estilos de vida singulares. Perspectiva que lo lleva a defender la idea de que mientras las clases populares adoptan una estética funcional con referencias morales, solo las clases superiores valoran lo bello sin función. Pues, solo estas son las que, alejadas de las necesidades económicas, pueden acceder a una estilización de la vida. Así, escribe: “por eso, la disposición estética es una dimensión de una relación distante y segura con el mundo y con los otros, que a su vez supone la seguridad y la distancia objetivas”. “Los gustos - esto es, las preferencias manifestadas- son la afirmación práctica de una diferencia inevitable”⁴⁵.

⁴⁴ Pierre Bourdieu. *Ob. cit.*

⁴⁵ Pierre Bourdieu. *Ob. cit.*

Como se observa, Bourdieu yuxtapone al habitus una visión jerárquica y lineal de la estructura social y de las relaciones que se establecen entre esta y la estructuración de los gustos. Existe, pues, una homología entre el gusto individual y el de clase, definido por los capitales económico y cultural. De esta manera, reconduce el consumo a una lógica distintiva de reproducción de la posición social, que hace que quienes ostentan un capital económico y cultural elevado, sean quienes finalmente se configuren como árbitros del buen gusto. Pues, son estos los que promoviendo su propio habitus acaban por naturalizarlo. Dejando a los nuevos ricos solo la capacidad de imitarles y a las clases menos favorecidas, un rol residual.

Así, la insistencia en la distinción parece proponer una versión que por refinada, parece negar a la esfera del consumo aquella relativa autonomía que le hace ser un campo capaz de generar clasificaciones y estilos. Jesús Martín Barbero enfoca el tema desde el desarrollo de una concepción no reproductiva observada desde el consumo. La que permite una comprensión de los modos de apropiación cultural y los usos sociales de la comunicación.

El empleo de actividades con las cuales las personas llenan de sentido sus vidas son consideradas por Barbero como producción de sentido. Al respecto plantea que: “*el consumo no es solo reproducción de fuerza sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales*”⁴⁶. Desde otra óptica el estudioso la supone como una concepción de los procesos de comunicación como espacios de constitución de identidades y de conformación de identidades⁴⁷. Las personas consumen a escalas diferentes y con lógicas diferentes.

Por tanto, no son las necesidades individuales las encargadas de determinar qué, cómo y quiénes consumen. En las sociedades actuales, la racionalidad de las relaciones sociales es construida

⁴⁶ Jesús Martín Barbero. *De los medios a las mediaciones*, Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1987, p. 231.

⁴⁷ Guillermo Sunkel. *Ob. Cit.* p. 26.

en parte con la intención de apropiarse de los medios de distinción simbólica. Bourdieu⁴⁸ estima que el consumo conlleva símbolos, signos, ideas y valores y todos ellos son el producto de los condicionamientos de clase y de los hábitos, o sea, de las estructuras mentales a través de las cuales se aprehenden el mundo social y orientan las prácticas. Los diferentes objetos de consumo funcionan como signos distintivos y como símbolos de distinción.

García Canclini⁴⁹ defiende la existencia de un receptor como sujeto activo y constructor de significados. Sostiene que “es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”. Este autor considera dicha categoría científica como una práctica específica frente a una práctica más extendida del consumo, considerando que se justifica por la parcial independencia alcanzada por los campos artísticos y culturales de la modernidad⁵⁰. Agrega, además que este se constituiría como una práctica específica por el carácter particular de los bienes culturales⁵¹.

En palabras de José Miguel Marinas y como se ha demostrado en este acápite, el consumo se caracteriza por cuatro aspectos⁵²:

- No es la compra por más que sea la práctica común. Es un hecho social total, se manifiesta en la totalidad de nuestra vida y abarca nuestras experiencias (Marcel Mauss). A finales del siglo XIX los procesos de internacionalización de la economía generan sistemas de inclusión y exclusión (G. Simmel) que deja millones de personas fuera. Se fortalece el sistema político-cultural capitalista que genera la cultura del consumo. Se produce un vaciamiento de lo político en el acto del consumo, ausencia de sentido que incluye la compra, el despilfarro, cada individuo pone por delante sus

⁴⁸ Pierre Bourdieu. *Cosas dichas*. Editorial Gedisa. Barcelona, 1996, p. 134

⁴⁹ García Canclini, Néstor. *La globalización imaginada*. Editorial Paidós. México, 1993, p.34.

⁵⁰ Guillermo Sunkel. *El consumo cultural en América Latina*. Segunda edición ampliada y revisada. Convenio Andrés Bello, 2006, p.25.

⁵¹ Guillermo Sunkel. *Ob. cit.*

⁵² Conferencia del Dr. José Miguel Marinas. Profesor de la Cátedra de Sociología. Universidad Complutense, Madrid. **Consumo cultural y prensa escrita**. Dictada el 19 de febrero 2010 en el Departamento de Sociología de la Universidad de La Habana.

intereses. Se ha desarrollado la sociedad de consumo a partir de estándares de vida y de trabajo que se refuerzan en la época de entre guerras. Después de 1958 se establece un consumo de lujo y el esplendor de la moda. Ya a finales del siglo XIX (Walter Benjamín) plantea que se universaliza el consumo, aparecen las grandes ferias, los bazares americanos, aparece la mercancía como espectáculo.

- El consumo como necesidad para satisfacer diferentes aspectos de la vida cotidiana.
- Como lógica del deseo, representando nuestra forma de ser, nuestra lógica, no solo coste- beneficio.
- Como las formas de identificación, lo identitario que tiene que ver con los modelos a los que nos adscribimos que no son del todo voluntarios.

Por tanto, el desarrollo cultural y social posibilita la construcción de relaciones sociales. Sus instituciones contribuyen con la adquisición y desenvolvimiento de las identidades sociales, tomando como apoyo los medios y espacios apropiados para la creación, desempeño y difusión del conocimiento cultural. Los actores son los encargados de accionar los mecanismos que permiten la construcción de esos espacios sociales. Por consiguiente, el consumo cultural constituye el conjunto de elementos y prácticas socioculturales que permite su apropiación a partir de su valor simbólico, más que de su valor de uso. De esta manera, el consumo determina el modo de acción y tributa significativamente en la construcción de relaciones sociales, en la identidad social y al tiempo actúa o favorece el elemento de la distinción.

Como sujetos poseemos actitudes, esperanzas, aspiraciones y metas propuestas, por lo que es bastante poco probable que nuestros gastos estén en función exclusiva del ingreso, bienes, edad, y factores comúnmente denominados como "objetivos". Eso sí, nuestras actitudes como consumidores representan motivaciones independientes que refuerzan la formación de procesos económicos.

En la década de los noventa, los resultados alcanzados en el desarrollo social de Cuba comienzan a sufrir un notable deterioro, lo que constituye un retroceso en la política social cubana implementada hasta el momento. Disminuye considerablemente el nivel de vida de la población, comienza a observarse un empobrecimiento en muchos de los sectores laborales y se evidencian cambios significativos en la estructura social, los cuales se acentúan con un carácter diferenciador al

interior de los sujetos. Se establecieron distancias sociales notables, con la aparición de pequeños grupos incongruentes del consumo típico de ciertos mercados.

La población cubana obtiene los ingresos fundamentalmente a través del salario y otras fuentes de entrada de dinero en moneda nacional y extranjera. No obstante, esto último, el salario sigue siendo determinante para un segmento mayoritario de la población que tributa a sectores estatales. A pesar de ello, la entrada de ingresos que no se obtiene por concepto del salario marca diferencias al interior de diferentes grupos sociales, específicamente jóvenes, adultos jóvenes, estudiantes, es decir, de la población en sentido general. Estos elementos denotan diferencias porque, aunque a través del salario desde el punto de vista estatal se percibe una redistribución más equitativa, el hecho de que unos perciban y otros no entradas de dinero en moneda nacional y extranjera crea diferencias que se manifiestan al interior de los diferentes grupos que son objeto de estudio, sea o no, de trabajadores. De ahí que salten a la vista las diferencias entre jóvenes que reciben moneda extranjera y los que no, familias completas que reciben o no.

La variable ingreso de la población depende directamente de la demanda. De ahí que el consumo en los diferentes mercados constituye un referente para determinar la posición de los individuos hacia uno u otro estrato social. Estos se componen de los integrados por las remuneraciones por el trabajo estatal y los ingresos no laborales (remesas, giros, herencias, entre otros), los cuales constituyen indicadores de acceso a recursos que se reflejan en el comportamiento de los sujetos y favorecen la desigualdad social en cuanto a oportunidades.

Marx escribió en su libro *El Capital* “[...] el salario debe constituir la fuente para la satisfacción de las necesidades básicas de los que lo perciben, además de los medios de vida de su familia”⁵³. Sin embargo, por desgracia para muchos en nuestra realidad el salario no satisface por sí solo el acceso al consumo de los bienes y servicios y en ocasiones ni los básicos.

⁵³ C. Marx: El dinero o la circulación de mercancías. En: *El Capital*, tomo I. Siglo XXI editores. p.134.

El consumo no solo depende del deseo, la necesidad, la cultura, o el gusto del individuo. Otros elementos son los encargados de hacer posible este acto, uno de ellos se sustenta en la disponibilidad de ingresos de los consumidores, elemento a tener en cuenta en este análisis. Las relaciones ingreso-consumo generalmente se dan de manera paralela, si existe un aumento de los ingresos estos tienden a corresponderse con incrementos en el consumo. Relacionando, entonces, estos procesos y tomando en consideración a los consumidores, no son menos importantes los factores que se vinculan estrechamente con la educación, la distinción de grupos, aspectos axiológicos, emocionales, la moda, entre otros. El consumo y el ingreso se hallan relacionados con aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad, de manera que la lógica que rige la apropiación de los bienes no es exclusivamente la satisfacción de necesidades.

1.7 Importancia del estudio

Al realizar un estudio que indague en las relaciones grupales y su conexión con el consumo -entre aspectos sociológicos y otros, como es el consumo, más bien tratados por la economía-, con ello solo contribuiremos con un tipo de información que habrá de interesar a estas áreas y también al resto de las ciencias humanísticas. Para la Sociología puede resultar interesante el hecho de adoptar conceptos nacidos en su seno a ámbitos más bien surgidos en otras disciplinas, tal es el caso del consumo, proveniente de la economía. De esta forma ampliaría su campo de estudio a un área distinta a las ya consideradas -educación, familia, religión-, como es el Consumo. Por consiguiente, además de generar conocimientos acordes, es factible esta investigación más bien orientada al consumo de cierto tipo de relaciones en las cuales media un producto cultural.

Este tema también tiene gran importancia teórica y empírica. Con él se tiene como propósito contribuir al enriquecimiento de los estudios concernientes al jazz, desde el punto de vista social, así como tributar a los estudios de percepción en esta área. Su importancia empírica se encuentra además en diagnosticar y reflejar el fenómeno de la construcción de las relaciones grupales y la identificación de estas a través del consumo en espacios de comunicación social -en este caso de jazz-. Tomo como matriz referencial estos elementos pues en una sociedad cimentada sobre la igualdad, se ha comenzado

a dar un *desideratum* con un signo de distinción, pues ese 'consumo' es un reflejo y un medidor de la realidad a la que hoy algunos estamos expuestos.

El tema que se aborda fue seleccionado por el interés que reviste el estudio de las relaciones grupales en espacios específicos de prácticas culturales, específicamente las presentaciones de jazz en vivo. Interrogantes como: ¿por qué existe un público que escoge estos espacios para la construcción de relaciones sociales en torno a esta práctica?, ¿qué motivación tienen para la búsqueda de estos espacios?, ¿cómo los grupos a través de esquemas que se construyen mediante prácticas específicas fijan conductas socialmente aprobadas por ellos? y ¿el acceso a estos espacios genera un ambiente determinado para los sujetos sociales que de ellos participan? Son algunas de las preguntas que han estimulado y orientado la realización de esta investigación. La búsqueda de respuestas a estas inquietudes, desde la perspectiva cultural, ayuda a la comprensión del tipo de relaciones que se establecen, y de las diferencias sociales que, en cierto modo, se engendran entre los grupos.

Un esfuerzo por comprender cómo las relaciones grupales, que se estructuran a través de elementos económicos y simbólicos en el espectro cultural, estimulan la diferenciación social, es otro de los elementos a tener en cuenta. La construcción de un escenario simbólico, donde el consumo económico y cultural juega un rol determinante, acentúa características diferenciadoras en agentes sociales que se remiten a espacios particulares.

Los espacios de consumo de las presentaciones de jazz en vivo fueron abordados desde diferentes puntos de vistas. Por tanto, el tema a investigar se centró en un estudio de recepción dirigido al público circunscrito o motivado por esta música -considerado por unos como *un estilo intelectualizado; culto y hasta elitista*- de una impresionante historia que se sitúa desde finales del siglo XIX. Este constituye una historia que se resiste a ser abordada desde fuera de su propio universo. En nuestros días, aunque el jazz es un género minoritario, por sus características no es hegemónico en nuestro ámbito musical. Pese a ello, ha logrado atraer un público que, en cierta manera, se ha consolidado en sus espacios a través del gusto *-entendido como valor de uso de los bienes culturales-*.

La diferenciación social⁵⁴ ha ganado en espacio en relación con el desbalance de oportunidades para todos, en gran parte de las esferas de la vida social. En el caso de este estudio es a partir del pretendido gusto por algo - manifestado en torno a las relaciones grupales gestadas alrededor de la práctica cultural del jazz - que se aborda en el desarrollo de esta temática, la que atravesada por el consumo de escenarios de presentaciones en vivo de jazz constituye la afirmación práctica de una diferencia inevitable⁵⁵. Para ello se tuvo en cuenta los rasgos que caracterizan a los consumidores.

En la década de los ochenta se sientan en la capital los precedentes del resurgimiento y consolidación del jazz en Cuba. En estos años se inauguran los festivales jazz Plaza (1980) – evento de gran connotación en el país–. En la década de 1990 se reabre el club nocturno de jazz “La Zorra y el Cuervo” en 1997, y se crea el club “jazz- Café”, en 1999; además surge una nueva generación de jazz en Cuba, los Jojazz. En poco tiempo, la nueva ola jazzística alcanzó reconocimientos no solo a escala nacional sino mundial, unido a las exigencias de un público conocedor. Estos elementos fueron tomados en cuenta para ubicar dicho estudio a partir del año 2000. La investigación se realizó con carácter retrospectivo y para esta se consultó al público, teniendo en cuenta la permanencia del mismo en los centros – asistencia a estos espacios, frecuencia y motivos de sus visitas, entre otros aspectos - además de las estadísticas que existen sobre estos eventos y su historia. Fue muy importante el criterio de los músicos y expertos, quienes contribuyeron de manera significativa a esclarecer muchas de las dudas.

Este tipo de investigación es de utilidad y provecho para los centros de estudios con un enfoque dirigido al campo musicológico, institutos de investigación e investigadores, así como para especialistas y otros ámbitos. De igual modo, permitirá confrontar, sintetizar y evaluar de forma crítica

⁵⁴ Utilizo este término porque en los autores cubanos se aborda el fenómeno con este nombre y no con el de distinción social.

⁵⁵ “(...) el gusto une y separa, al ser producto de unos condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia (une a todos los que son productos de condiciones semejantes, pero distinguiéndolo de todo lo demás, y en todo lo que tienen de más esencial). Ya que el gusto es en principio todo lo que se tiene, personas, cosas, y de todo lo que es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que lo clasifican”. Ver: Pierre Bourdieu. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Editorial Taurus, 1988, p.53.

cualquier resultado logrado en la producción intelectual en este campo de estudio. También los resultados alcanzados posibilitarán detallar, identificar y exponer cuestionamientos que conduzcan a análisis posteriores que tributen al enriquecimiento del tema, además de estimular ideas y contenidos valorativos que inciten nuevos proyectos de investigación dentro de esta área.

Capítulo 2. Estrategia Metodológica.

2.1 Abordaje metodológico

Dentro de los aspectos metodológicos a implementar, partimos del supuesto de que no existen datos que den cuenta de la relación entre la estructura de relaciones grupales y las estructuras del consumo de los espacios sociales de presentaciones de jazz con los que se trabajó.

Se centró este estudio en los espacios de *prácticas de jazz en vivo*, con el propósito de desarrollar un análisis detallado, comprensivo y en profundidad del tema y, por tanto, del público de estas prácticas culturales. Así con la intención de responder a los objetivos propuestos, es que la presente investigación es considerada un estudio de caso. Esto tiene como propósito despertar el interés de los investigadores de nuestras disciplinas en este tema, con la intención de hacer extensivo el análisis a otros ámbitos, en materia de públicos y presentaciones en vivo.

En los años noventa comienza una creciente utilización de los estudios de caso, motivada por la insatisfacción generada por otro tipo de investigaciones realizadas anteriormente, como las encuestas. El estudio de caso es considerado una técnica o método de investigación que tiene por objeto vislumbrar las conductas sociales por medio de la observación en profundidad, ya sea de agrupaciones, de individuos concretos o de parte o partes de una organización y tiene una gran importancia en el desarrollo de las ciencias sociales. Su mayor ventaja está en la capacidad de suministrar una aproximación entre la teoría y la práctica.

Los estudios de caso, definidos por Martens, 2005, y Williams, son considerados como un tipo de diseño. Sin embargo, para Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2003, representa una forma de muestreo. Según Yin, 2005 es un método.

La autora de esta tesis se adscribe a los anteriores puntos de vista y en especial a la conceptualización que ofrece Robert Yin, pues como método en sí mismo incorpora un conjunto de procedimientos y formas de diseño atendiendo a si es de caso individual o de casos múltiples.

Para Yin⁵⁶ el estudio de caso es una estrategia de investigación que se caracteriza por estudiar los fenómenos en su propio contexto, utilizando múltiples fuentes de evidencia, con el fin de poder explicar el fenómeno observado de forma global y teniendo en cuenta toda su complejidad, y afronta preguntas relacionadas con el “cómo y el por qué” se producen los fenómenos analizados. Constituye un método que permite estudiar la mayoría de las variables relevantes de una realidad concreta, al tiempo que considera el contexto como parte esencial del fenómeno bajo análisis⁵⁷. Puede ser usado tanto para la conceptualización teórica de un fenómeno nuevo - por ejemplo, la investigación de las nuevas técnicas que surgen en los nuevos entornos productivos contemporáneos- como para la contrastación de teorías previamente formuladas.

Los estudios de caso se caracterizan por el análisis en profundidad de la unidad a investigar, empleando para ello las estrategias metodológicas cuantitativa, cualitativa o ambas perspectivas integradas, para analizar individuos, grupos, hechos y organizaciones seleccionados para el estudio.

Esta investigación tiene un carácter exploratorio descriptivo y correlacional porque busca analizar y valorar una realidad poco conocida a través de la asociación e integración de cada una de las variables, conceptos, contextos y fenómenos objeto de estudio.

Por una serie de características –relativas al hecho de analizar en su contexto real un fenómeno contemporáneo cuyas barreras no están claramente delimitadas- se deben utilizar múltiples fuentes de evidencias, ya sean estas entrevistas, observación participante como técnica fundamental para la recogida de datos o verificación de entrevistas. El uso de este método es pertinente cuando se trata de estudiar formas del poder y las redes - de solidaridad, de amistad, de base profesional, sexual, étnica, -

⁵⁶ R. Yin: “*Case Study Research. Design and Methods*”. Ed. Sage. Publications. London, 1994, p. 50- 70.

⁵⁷ *Ibidem*

es en general lo que Bourdieu llama capital social⁵⁸. Por tanto, su uso permite que se pueda aplicar tanto métodos cualitativos como cuantitativos.

El estudio de caso se realiza en Ciudad de La Habana a partir de diferentes contextos, espacios donde se escucha la música de jazz tocada en vivo en la capital.

El diseño metodológico que a continuación se presenta tiene como intención posibilitar la búsqueda de una información que fundamente los objetivos que se reflejan.

2.2 Diseño metodológico

Problema de investigación:

¿Cómo el consumo de los espacios de las presentaciones de jazz en vivo influyen en la construcción de relaciones grupales?

Objetivo general:

Valorar la influencia del consumo de los espacios de jazz en la construcción de relaciones grupales.

Objetivos específicos:

- ✓ Sistematizar las corrientes teóricas que abordan el consumo cultural y las relaciones grupales haciendo énfasis en la distinción social.
- ✓ Caracterizar sociodemográficamente la muestra seleccionada para el estudio.
- ✓ Analizar los usos sociales de los espacios de las presentaciones de jazz en vivo.

⁵⁸ Jean- Claude Combessie. *El método en sociología*. Colección Enjeux. Ferreyra. Editor, 2005. p.78.

- ✓ Determinar el empleo de estos espacios como mecanismo de distinción/ diferenciación social.
- ✓ Valorar las características de las relaciones grupales que se construyen en los espacios donde se realizan presentaciones de jazz en vivo.

Objeto de estudio

En esta investigación se efectuó un análisis de la influencia del consumo de los espacios donde se llevan a cabo las presentaciones de jazz en vivo, en busca de la construcción de las relaciones grupales que allí se producen y cómo estas inciden en la dinámica social habanera.

Preguntas de apoyo al problema de investigación

- ¿Cómo se manifiestan los usos sociales de los espacios de las presentaciones de jazz en vivo?
- ¿Qué tipo de público asiste a esta práctica cultural y qué significado le atribuye a las presentaciones de jazz en vivo?
- ¿Cuáles son las características de las relaciones grupales que se construyen en estos espacios y cómo se manifiestan las diferencias/ distinción social?

2.3 Definición conceptual

Distinción social⁵⁹: fenómeno que ocurre en grupos o entramados sociales organizados y semiorganizados -los cuales se dividen y estructuran- que manifiestan a partir del gusto sus preferencias. Está dada como una conformación caótica, arbitraria, que enmarca en su interior disímiles procesos que favorecen o no de manera continua la reproducción social. Mediante esta, el individuo se asocia o vincula en grupos –proceso que se da a lo largo de la vida- que producen nuevos significados en la trayectoria social, perciben y construyen su mundo artístico, -en este caso las relaciones sociales

⁵⁹ Este concepto se desarrolla en Argelia poscolonial que pretendía salir del colonialismo Francés. Se elabora en un material empírico que Bourdieu realiza a partir del estudio que llevó a cabo en esta región. El surgimiento de este concepto está inscrito en el período en que se daba una reevaluación del marxismo clásico.

que se establecen alrededor de la práctica cultural del jazz, como representación viva del sistema cultural donde se evidencia las distinciones a partir del gusto- y le permiten enmarcarse o adoptar una posición, a través de la cual manifiesta un modo o estilo de vida, que puede o no estar preconcebido implementando distancias sociales o poniendo en práctica una diferenciación social.

Relaciones grupales: fenómeno que se refleja en el ámbito social haciéndose evidentes en grupos de personas, orientadas casi siempre por normas políticas, sociales y culturales. Estas influyen unas sobre otras debido a los intereses sociales que los agrupan. Se encuentran guiados por el estatus y los roles, por tanto se manifiestan como formas de interpretación y simbolización de los aspectos de la experiencia humana de los actores sociales en su participación en la vida social; las relaciones con otros sujetos en torno a un fin común, ya sean de amistad, conflicto, trabajo. A su vez se gestan e inciden en las formas de comprender el mundo social, así como interpretar la realidad circundante. Orientan las maneras de actuar, es decir, las prácticas sociales de los entes, las que inciden en el modo de percibir el universo social, pues la práctica que desarrolla cada individuo va a estar condicionada y a su vez va a condicionar el contexto social y junto a ellas las relaciones con otros agentes; así como con otros actores habrán de interactuar, y en qué circunstancias.

Estilos de vida: fenómeno que se expresa en formas de vida específicas de los grupos. Constituyen una muestra de diferenciación. En este trabajo se hará uso de la diferenciación cultural, fundamentada en los gustos y preferencias donde los productos y las actividades juegan un papel simbólico. Agrupa las formas de pensar, sentir y actuar en el mundo material de un colectivo determinado perteneciente a un entorno específico en el cual desarrollan un conjunto de hábitos que les permiten diferenciar y diferenciarse de otros grupos. Es decir, el estilo de vida establece un universo social personal y diferenciado favorecido por un hábitat concreto y es influenciado al mismo tiempo por la acción consciente y coparticipada de los sujetos que componen ese contexto.

Jazz: género musical, surgido en los Estados Unidos de América, como resultado del encuentro del negro con la música blanca⁶⁰. Constituye el resultado de la mezcla de la música militar, popular

⁶⁰ Ernst Beredt Joachin. *El jazz. Su origen y desarrollo*. Fondo de cultura económica. México- Buenos Aires, 1962, Pp. 421.

européa y la música popular afro-americana. Se considera una palabra neutral en términos de música, que proviene del lenguaje vulgar y cotidiano angloamericano.

Público: suele designar al conjunto simple y físico de personas que asisten a un espectáculo, visitan un museo, frecuentan una biblioteca, *compran y escuchan ciertos discos de música*, sintonizan estación de radio o canal de televisión, *leen algún tipo de autor periódico*, autor o género literario⁶¹. Canclini brinda otra definición de público, conceptualizándolo como: “una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos en el mercado. Sobre todo en las sociedades complejas, donde la oferta cultural es muy heterogénea. Coexisten en varios estilos de recepción y comprensión, formados en relaciones dispares con bienes procedentes de tradiciones cultas, populares y masivas. Esta heterogeneidad se acentúa en las sociedades latinoamericanas por la convivencia de temporalidades históricas distintas.”⁶²

Espacio social: Espacio de diferencias, de distinciones entre posiciones sociales -susceptibles de ser caracterizadas por nombres de categorías profesionales definidas-, que se expresa, se traduce, se manifiesta, se proyecta, de distinciones simbólicas, que hacen que la *sociedad* en su conjunto funcione como un lenguaje. El análisis sociológico, a través de las intuiciones del *habitus*, como sistema de esquemas de percepción y de apreciación, permite relacionar un acento, o un traje, o una práctica alimentaria, con una posición social y al mismo tiempo, que le confiere un cierto valor, positivo o negativo.

Según la óptica bouerdiana, ningún grupo social parecería estar a salvo de este tipo de diferencias y distinciones, desigualdades marcadas y reproducidas en el espacio social.

⁶¹ Coelho Texeira. Diccionario de *Políticas Culturales: cultura e imaginario*, p. 419.

⁶² Nestor García Canclini. “*Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.*” En: Revista Telos # 19, 1989, p. 22.

La autora de este trabajo suscribe algunas de las definiciones que aparecen en la elaboración de conceptos y las restantes son de elaboración propia a partir de la lectura y examen crítico de los aspectos que encierran las propias definiciones tratadas por otros autores y de la teoría que se aborda.

Este es un estudio descriptivo- analítico en función de valorar, explicar, argumentar como se dan determinados procesos alrededor del consumo musical del jazz y cómo estos inciden en la construcción de relaciones grupales. Por tratarse de un estudio pionero, en el cual un grupo específico, íntimo o se relaciona, en un espacio determinado, en función de una práctica artística, buscar elementos que permitan elaborar hipótesis, que con certeza puedan corroborarse o no, resulta difícil. El desarrollo de este tema está centrado en las relaciones grupales, las cuales se construyen y se deconstruyen en la medida que favorece o no el ambiente en que se erigen, además de satisfacer o reemplazar las expectativas de los consumidores. También hay un número considerable de turistas que visitan estos clubes, y pueden o no beneficiar este contexto en cuanto al establecimiento y fortalecimiento de estas relaciones grupales.

Para la selección de la muestra se empleará el método de los sondeos razonados. Se agrupa bajo este nombre una serie de procedimientos de muestreo que pretenden garantizar la representatividad de la muestra, adaptando su estructura a las características de la población y siendo directamente proporcional al número, a la fiabilidad -exactitud- y a la precisión y pertinencia -adaptación a los objetivos de la investigación- de las informaciones disponibles sobre el conjunto de la población de referencia, que se denomina población matriz⁶³. Posteriormente se reforzará el uso de la técnica con la aplicación Bola de Nieve.

Criterio para la selección de la muestra

La muestra seleccionada es intencional porque obedece a la búsqueda de elementos que contribuyan a esclarecer el problema propuesto, además de dirigir la atención de manera directa a las personas que frecuentan estos espacios. Se hará énfasis en la frecuencia de visitas a los lugares antes

⁶³ Íbidem. p.75

mencionados, teniendo en cuenta las unidades de observación. Es una muestra que se identificará a partir del muestreo que se conoce como Bola de Nieve⁶⁴, compuesta por sujetos que visiten continuamente estos espacios, con la intención de disfrutar de esta práctica y establecer determinadas relaciones, que le permitan adquirir rasgos distintivos al interior de la sociedad.

Marco muestral

Los clubes de jazz: La Zorra y el Cuervo y el Jazz-Café, algunos conciertos en vivo en la sala de teatro del Museo de Bellas Artes y en el teatro Auditorium Amadeo Roldán, los Jardines del Mella, los festivales de jazz Plaza y Jojazzy otros espacios.

⁶⁴ Se aplica fundamentalmente en las investigaciones cualitativas, y específicamente para los estudios de caso por la peculiaridad que tiene esta técnica, y la complejidad del tema que se investiga. Esta técnica se emplea cuando el investigador no tiene forma alguna de acceder a determinada información, o de construir una muestra que le permita recopilar información sobre la cuestión de estudio. Por tanto, el investigador en caso de que no exista un registro o un lugar donde pueda seleccionar una muestra debe remitirse a un informante determinado y lo identifica. Este informante debe dominar elementos sobre el tema que se trabaja, o ser un protagonista del fenómeno que se estudia, para que se refiera a otros sujetos que se encuentren involucrados en el objeto de estudio. En este caso el investigador decide cuándo parar, cuándo ha conseguido las personas que puedan aportar a su investigación -determina qué cantidad de sujetos conformarán su muestra- lo que es considerado criterio de sentido común. La selección no se hará de forma arbitraria, por eso se establecerán criterios de selección o características del género, es decir, se realizará un control de variables que permitan construir una muestra adecuada y factible para el desarrollo de la investigación, tales como: lugar de residencia, edad, sexo, entre otros. Es decir, la idea central es que cada individuo en la población puede nominar a otros individuos en la población, los cuales tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, lo que constituye la *red social* con la cual se contactan. A los individuos que son escogidos se les pide nominar a otras personas. Para adquirir un grupo de estudio que se aproxime a una muestra aleatoria, una condición muy importante es que el primer grupo de encuestados (en la etapa cero) debe ser seleccionado aleatoriamente. Es un método eficiente en los casos donde se tiene una población de escasos elementos o donde cierto grado de confianza es requerido para que estén dispuestos a participar en la investigación. Permite la creación de un marco de muestra cuando este no existía per se. Todos los individuos entrevistados son del conjunto de la población objetivo. Sommer, R. Y Somer, B.B.: "Sampling". En *A Practical Guide to Behavioral Research*. Nueva York, Oxford University Press, 1980. El supuesto subyacente es que, los miembros de la población escondida no viven en completo aislamiento, es decir, tienen por lo menos una "red social" con la cual es posible contactarlos.

2.4 Métodos y Técnicas de recolección de información

Las ciencias sociales poseen un conjunto de métodos para el estudio de los fenómenos. Su uso debe realizarse en forma alternativa⁶⁵ y complementaria o pluralista⁶⁶; partiendo de la dimensión o particularidad del objeto de estudio⁶⁷. Por tanto, se empleará el uso del estudio de caso: “método de aprendizaje acerca de una situación compleja; se basa en el entendimiento comprensivo de dicha situación, el cual se obtiene a través de la descripción y análisis de la situación la cual es tomada como un conjunto y dentro de su contexto”⁶⁸.

En el pensamiento social cubano una definición de estudio de caso podría ser la reconstrucción o acompañamiento del complejo y peculiar tejido de interacciones humanas que se gesta en un proceso innovativo socialmente relevante, basado en incertidumbres, intereses, valores, controversias, conflictos, consensos.

También se apela al empleo de las metodologías cualitativa y cuantitativa, conservando a su vez el carácter integrador del objeto de estudio seleccionado, con el propósito de encontrar elementos que se consideren relevantes para el conocimiento.

El uso de la metodología cuantitativa para el desarrollo de este tema es importante y necesario para la recopilación, interpretación y análisis de datos objetivos que permitan caracterizar el contexto en que tiene lugar el trabajo realizado. Es útil para la obtención de datos numéricos que puedan establecerse como indicadores que posibiliten el curso de la investigación. Otros datos que contribuyan a la obtención de información se obtendrán a través de fuentes previamente elaboradas por especialistas

⁶⁵ Beltrán 1988. Articulación concreta, y en general de los enfoques y técnicas cuantitativas y cualitativas (...). En: Giner, Salvador, Lamo, Espinosa Emilio. *Diccionario de Sociología*. Alianza Editorial, Madrid S.A. 2001. P. 399

⁶⁶ *Ibidem*. Pp. 486

⁶⁷ Wrigth Mills, Charles (1966), *La imaginación sociológica*, La Habana, Edición Revolucionaria, 1966, pp. 135-136.

⁶⁸ Entre ellos puede consultarse el trabajo elaborado por el Departamento de Evaluación de Operaciones del Banco Mundial en www.worldbank.org/html/oed. Carlos A. Sandoval Casilimas. Investigación cualitativa. Instituto Colombiano Para Fomento de la Educación Superior, ICFES. Bogotá, Colombia. COPYRIGHT: ICFES 1996

de áreas diversas, informes de investigación, documentos historiográficos, y mediante la recopilación de datos por medio de la aplicación de técnicas de investigación en las que se apoyó este tema para su desarrollo.

La metodología cualitativa es esencial en el análisis de fenómenos de esta naturaleza, por su flexibilidad y su carácter inductivo, además de estar circunscrita en función del cambio que se produce en la realidad que se investiga. Por ello, teniendo en cuenta que la realidad, pese a ser objetiva y concreta, es resultado de toda una construcción social, compuesta por los propios sujetos que la integran y construyen, se utiliza también esta metodología. Cada sujeto tiene su propia interpretación de la realidad y cree la verdad que se ha construido; a través de una serie de elementos que ha interiorizado durante el proceso de socialización, como la cultura, educación, estatus económico, político, creencias religiosas y otras.

La selección de la metodología cualitativa se le confiere al examen directo de la realidad, es decir, se basa en el entendimiento de los significados, las nociones y las expectativas que poseen los actores sociales que se van a estudiar a partir de sus manifestaciones en estos espacios.

Con la intención de arribar a fructíferos resultados y teniendo en cuenta los objetivos plasmados en el diseño los métodos y técnicas con que se abordó este trabajo y que fueron aplicadas a la muestra obtenida:

- **Observación no participante:** la observación ha sido importante para esta investigación pues fue la guía utilizada con el fin de identificar los diferentes sujetos y grupos a estudiar y de igual modo poder captar los usos del espacio y las prácticas simbólicas a partir de las cuales los sujetos se apropian de estos.
- **Entrevista en Profundidad al público que asiste:** herramienta de investigación que se utiliza para construir el sentido que se le atribuye a la conducta individual y social mediante la recogida de saberes privados. Se utiliza porque no busca tendencias, sino diferencias expresadas en los comportamientos sociales e individuales. Se escogió esta técnica porque se elabora con el propósito de encontrar

centralidad en el relato del sujeto. En esta el sujeto no entrega un discurso construido, más bien lo realiza sobre el desarrollo de esta espontáneamente.

- **Entrevista a Expertos:** aplicable a sujetos que estén bien informados sobre el tema en cuestión. Es decir, a expertos en el tema, investigadores, músicos en Cuba; así como a funcionarios del MINCULT.

Estas se realizarán de modo riguroso tanto a personal especializado como a sujetos participantes y actores sociales –público asistente-. También se aplicó guías semi-estructuradas que facilitaron y puntualizaron las cuestiones a indagar.

- **Documentación de fuentes secundarias:** la consulta y análisis de estudios, investigaciones, documentos y datos estadísticos relacionados con el tema, en especial, publicaciones del CIDMUC, Museo de la Música, de la UNESCO, entre otros organismos e instituciones nacionales e internacionales, entre otros⁶⁹.
- **Registro de tiempo:** Con el fin de puntualizar elementos cronológica y contextualmente, claves para entender el objeto de estudio propuesto.

2.5 Plan de análisis

Para ello nos apoyaremos en el método de la triangulación o coalición de las metodologías cualitativas y cuantitativas. Para Cowman, se define como el uso de múltiples técnicas en el estudio de un mismo objeto, con la intención de abordar de manera más elocuente el fenómeno que se investiga. A su vez consiste en obtener evidencias de más de una fuente, que converjan sobre los mismos hechos, es decir, se recogen múltiples medidas sobre el mismo fenómeno. Se utiliza como principio que aporta racionalidad y ayuda a conseguir la validez interna de la investigación. Según Patton⁷⁰ existen al menos tres maneras generales de triangular: 1) la referida a datos, 2) a las teorías y 3) a las técnicas.

⁶⁹ Colectivo de autores. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*, Madrid, Alianza, Editorial, S. A., 1998.

⁷⁰ M.Q. Patton: *How to use qualitative methods in evaluation*. Newbury Park, C.A., Sage, 1987.

La triangulación de datos, presenta como ventaja el desarrollo de líneas de consultas convergentes sobre una misma cuestión investigada. Su lógica se apoya en dos funciones principales, diferentes pero relacionadas entre sí. La primera proviene del enriquecimiento -validez interna- que una investigación recibe cuando, a la recogida inicial de datos y a su posterior interpretación, se aplican diferentes técnicas-. La segunda proviene del aumento de la confiabilidad -validez externa- que dicha interpretación experimenta cuando las afirmaciones del investigador vienen corroboradas por las de otros colegas o por la contrastación empírica con otra serie similar de datos⁷¹. El uso combinado de estas metodologías contribuye con la validez de las investigaciones orientadas a la realidad. Los datos cuantitativos en su mayoría se basan en juicios cualitativos y cualquier dato cualitativo puede describirse y manipularse matemáticamente. La información cualitativa puede convertirse además en cuantitativa y al hacerlo mejoramos el análisis de la información. Los dos tipos de técnicas se necesitan mutuamente en muchas de las investigaciones, aunque también se reconoce que las técnicas cualitativas son apropiadas para responder ciertas preguntas y las cuantitativas para otras. Por tanto, su uso posibilita la realización de un análisis multivariable que permitirá la elaboración de teorías fundamentadas, a partir de cómo cada una de las personas entrevistadas fueron respondiendo en función de las variables que los actores se crearon.

2.6 Resultados esperados

A partir del análisis implementado a los resultados obtenidos de las diferentes técnicas y métodos aplicados durante la investigación, se pretende:

- ✓ Se explicará las características del público asociado al jazz, así como las significaciones con las que trata, además de intentar un acercamiento a la percepción que en este sentido tienen ellos de sí mismos.

- ✓ Se indagará en la desigualdad que manifiestan a través de cierto tipo de consumo - solo asequible a unas minorías-

⁷¹ J. I Ruiz Olabuenaga: *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto, 1996. Bilbao.

- ✓ El análisis de los espacios donde se realiza esta práctica cultural y se reúne este público nos permitirá:
 - Una profundización en el significado que tiene esta confluencia –público y práctica- en este contexto en que ellos interactúan.

- ✓ Con el análisis de los resultados obtenidos se:
 - Ofrecerá una fundamentación de forma lógica del tipo de relación que se establece entre este público en los diferentes espacios donde se lleva a cabo la práctica.
 - Una tesis de Maestría que contribuya a los estudios de recepción -público- y jazz realizados.
 - El estudio brindará información sobre las características sociales/ económicas/ culturales/ identitarias/ o no, desarrolladas por este público, así como los significados construidos, establecidos y deconstruidos por él en este sentido. Estos elementos nos permitirán percibir de manera más clara y precisa el modo en que se dan las diferentes relaciones de grupo en este ámbito, combinadas con el gusto.

2.7 Operacionalización

Variables	Dimensiones	Indicadores.
Jazz como bien cultural y de consumo	Definición	Historia Desarrollo Características Estilo Complemento musical
	Como manifestación cultural	Opción cultural Opción musical Entretención Disfrute Diversión Compartir, intercambiar, escuchar Gusto. Preferencia placer
	Como representación social.	Significado individual. ¿Qué te identifica con esta música? Información y conocimiento musical. Tradición familiar, amigos, conocidos. Para la formación profesional Para consolidar estudios de música. Su incidencia en la música popular.

Variables	Dimensiones	Indicadores
Consumo del espacio físico y social	Como espacio físico	Ubicación Inmobiliario Ventilación Venta de bebidas y alimentos Posibilidades de acceso Tamaño de locales, cerrados o espacios abiertos, amplitud, acústica. Vallas, fotos, carteles Disposición de los músicos y el público
	Consumo musical	Música grabado Música en vivo Motivación Satisfacción Necesidades Intereses Placer Intimidad entre el público y el músico
	Consumo como Espacio social Y de comunicación	Formato de los grupos musicales Número de público aproximado Grupos etéreos Color de la piel Formas de agrupación Vestuario y accesorios Formas de consumo Modos de sociabilidad Tipos de relaciones ↙ ↘ grupos formales e informales espontáneas o Permanentes ¿Cómo se vuelven permanentes para hacer proyectos? Características Espacios de encuentro Imitación

Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>Construcción de relaciones grupales y de distinción social</p>		<p>Asociados al gusto. Asociados a la preferencia. En torno al prestigio Fortalecidos por el intercambio y reconocimiento. Generadores de estilos de vida. Crea redes de amigo y desarrolla el conocimiento cultural Información cultural y participación cultural. Ingresos Posibilidades del acceso a bienes materiales y de servicio Desarrollo educativo y cultural Respeto, prestigio, reconocimiento Realización personal, elevada autoestima Capacidades como consumidor cultural Aumento de entrada de grupos de personas Si se manifiesta sistemáticamente en una faceta de la vida cotidiana y contribuye con el desarrollo espiritual, humano y social</p>

Capítulo 3. Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo

Una mirada al conjunto de los resultados

*“Cada vez más,
la gente organiza sus significados
no alrededor de lo que hacen,
sino en base a lo que son, o creen que son”.*

Manuel Castells.⁷²

Las investigaciones sociales sobre consumo cultural han sido fundamentalmente abordadas desde la academia internacional a partir de los presupuestos de las teorías que lo identifican específicamente con el área urbana, en la cual lo asocian a la estructura socioclasista. En América Latina el tratamiento ha sido diferente. Autores como Jesús Martín Barbero, Marcelino Bismal, Valerio Fuenzalida y, específicamente en México, Nestor García Canclini, Mabel Piccini y Ana Rosas Mantecón, se han dedicado a explicar el comportamiento de los consumidores en las distintas áreas de consumo cultural. Algunos lo abordan a partir de la correlación que se da entre los ingresos con la participación en los escenarios de consumo cultural y, otros, lo analizan a partir de la adquisición de nuevos rasgos identitarios y distintivos que se alzan sobre lo tradicional.

En el capítulo anterior, se presentó el contenido principal de la estrategia metodológica, así como su implementación para la presente investigación. En este, se exponen los principales resultados de la puesta en práctica de los métodos y técnicas referenciados que tributan a ambas metodologías. Con ellos se realizó una valoración integral de los resultados obtenidos correspondientes al análisis del fenómeno. Dicha intención tuvo como propósito realizar algunas reflexiones teóricas que tributen a una representación del consumo de espacios culturales de presentaciones de jazz en vivo desde la

⁷² Manuel Castells. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. 2a edición, 2000. Malden, Oxford: Blackwell.

perspectiva explicativa de las desigualdades, en un público escogido al azar en el cual median el consumo y la recepción de bienes culturales en un proceso de (de) construcción de relaciones grupales.

El consumo es un fenómeno cultural, que incide significativamente en las relaciones socioculturales que se establecen entre las personas. En la actualidad la construcción de estas relaciones, específicamente las socio-grupales, se encuentran mediadas por las dinámicas propias de este proceso. Ello se debe en parte, a que muchos de los referentes identitarios y diferenciadores en los que se basan estas asociaciones grupales se consolidan desde el mismo. Por tanto, son importantes para la fundamentación de este acápite no solo, el consumo visto desde las marcas de moda o de productos que identifican o diferencian unos grupos de otros. Sino desde su representación en los contextos específicos de relación y actividad en los que se desarrollan un grupo de personas en interacción, y que se apoyan para establecer sus conexiones sociales en la mayoría de los casos, en el consumo de ropas, comidas, bebidas y en otros casos, de espacios, lugares que requieren del pago de entradas.

3.1 Caracterización de los espacios de presentaciones de jazz en vivo

Los espacios sociales o de interacción, a lo largo de la historia, han sido reconocidos como el lugar donde determinados sujetos sociales se reúnen para dialogar y compartir con amigos y conocidos, también para establecer relaciones de intercambio, alianza, ensayos sociales de proyectos políticos propios, contacto social, visualización social o visibilidad social propia - conocer y darse a conocer a otros-, entre otras muchas razones. Su evolución ha posibilitado la adquisición de un carácter social que permite observarnos a nosotros como entes constituyentes de la sociedad y la cultura que nos aglutina.

Permite también tener una visión más ajustada de la estructura social y de la estratificación social, de cara a calibrar mejor las opciones propias dentro de ella, cercana de los diferentes grupos sociales que conforman dicha estructura, teniendo como referentes la ocupación, la edad, el nivel cultural, el sexo, entre otras categorías sociales o a afianzar o intentar elevar la propia posición, entre

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

otras variantes, por el carácter polifacético y socializador en todos y cada uno de los ámbitos que lo conforman.

De este modo, se convierten en escenarios que dan lugar a la construcción de la identidad y también a la des-identidad, es decir, alianza y oposición, quién queda dentro y fuera del *nosotros*, etc., tanto individual como social, contribuyendo a que cierto número de sujetos se integren a espacios y en grupos, en los cuales busquen elementos afines con el propósito de asociarse, reconocerse en ellos y definirse como grupo.

La obra de Bourdieu refleja cómo se da la integración social de los grupos humanos, la manera en que estos se conciben y construyen su hábitat, que representa la expresión simbólica del comportamiento de un grupo determinado. Se establecen, así, un conjunto de normas sociales, costumbres y tradiciones culturales colectivas, que se transforman en características que definen, vinculan y diferencian estos grupos.

El desarrollo de la investigación enfatiza en las diferencias que se generan al interior de los escenarios estudiados. Se hace referencia al cómo se manifiestan y comportan los actores sociales que participan de ellos, haciendo uso particular de los componentes culturales y los espacios, a partir del significado que le atribuyen, resultando un elemento constituyente de las diferencias en cuanto a las oportunidades.

Los espacios son un vehículo importante para la comprensión del fenómeno que se aborda. Su caracterización es importante al enfocar el análisis del consumo, específicamente, cuando se realizan presentaciones de jazz en vivo. Por tanto, se presenta una construcción descriptiva, resultado de la observación de estos, que son enriquecidos por la propia práctica o trabajo de campo. Los escenarios escogidos -clubes La Zorra y el Cuervo y el Jazz Café, y el Teatro del Museo del Bellas Artes- fueron objeto de atención permanente por la constancia en sus presentaciones. También se visitaron no de manera sistemática, los Jardines del Mella, los distintos conciertos realizados en el Teatro Amadeo Roldán, la Casa de la Cultura de Plaza, la Peña de Alexis Bosch y los festivales Jazz Plaza, los Jojazz.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

Los contextos seleccionados para el estudio poseen un carácter social que les otorga dinamismo y relevancia simbólica. Las presentaciones en los Jardines del Mella, la Peña de Alexis Bosch y otras algunos de los espectáculos en los festivales Jazz Plaza, los Jojazz fueron realizadas al aire libre, con un carácter más socializador, más masivo e informal. En los clubes, los teatro y la Casa de la Cultura de Plaza se caracterizan por ser espacios cerrados, con una estructura diferente a los antes mencionados, proporcionando un mayor grado de formalidad, de encuentro y participación grupal.

La observación en los clubes se realizó en los meses de diciembre a mayo de los años 2008 y 2009. En los teatros, en el caso de Bellas Artes, se escogió principalmente, el mes de diciembre porque en este, durante los 31 días se realiza una programación especial diaria para funciones de jazz, además de las presentaciones pertinentes en los meses posteriores. En cuanto al teatro Auditorium Amadeo Roldán en las fechas de espectáculos desde julio hasta diciembre 2008 y en otras ocasiones. Los Jardines de Mella, de septiembre 2008 a febrero 2009, los jueves. Y los festivales el Jazz Plaza en febrero 2009 y Jojazz, en noviembre 2008 y 2009.

En el período de observación se precisó la gran cantidad de consumidores que se acercan a este tipo de música para su disfrute. Se pudo constatar que en la mayoría de estas presentaciones se cobra una tarifa por la entrada. En el caso de los clubes el valor es de 10.00 CUC, lo que limita la participación si se compara con el resto de los escenarios en que se presenta este tipo de música. No obstante, a pesar del costo y el tipo de moneda en que se exige el pago, hay una buena representación. Estos clubes son visitados por alrededor de 60 ó 70 personas y en ocasiones un poco más, sobre todo los fines de semana, en dependencia de los músicos que se presenten.

Son climatizados, pequeños y acogedores, con una acústica perfecta y una iluminación tenue que reviste cierta privacidad en el público presente, al cargarlo de romanticismo e intimidad. Las mesas adornadas, algunas acomodadas para parejas y otras para grupos de amigos, están cercanas a la barra y al escenario de presentación de la música, lo que posibilita una mayor interacción entre el músico con el público y dentro de los propios asistentes.

Los símbolos expuestos representan al jazz -fotografías de artistas, instrumentos, obras de arte, esculturas, lo que reafirma los propósitos del espacio, a lo cual contribuye además la música de fondo. Estas condiciones favorecen la satisfacción de los grupos que los visitan.

Al interior de los clubes también hay diferencias, por ejemplo, en la Zorra y el Cuervo, solo se ofertan bebidas alcohólicas y refrescos, desde los tragos tradicionales preparados por la propia casa, licores y cervezas nacionales e importadas.

En opinión del musicólogo José Reyes Fortún (Pepe Reyes), se corrobora la apreciación antes mencionada:

“En estos momentos, en los clubes de jazz de nuestra capital, existe un alto consumo de *wisky*. El gobierno está importando mucho *wisky* de Brasil y de diferentes países, incluso de EE.UU. y de Inglaterra. El consumo de esta bebida depende en gran medida del poder adquisitivo de muchos y entonces prefieren al *whisky* por el ron. El consumo de whisky no está prohibido, este se vende dondequiera y a diferentes precios, desde \$4.00 hasta \$55.00 CUC. Eso también forma parte del comportamiento de los asistentes y denota de cierto modo una entrada favorable de ingresos”⁷³.

Por tanto, los expertos y músicos consideran que el público que allí asiste es mucho más preparado que el que visita el el Jazz Café. En este club existe una presencia gastronómica. Se ofertan bebidas alcohólicas, refrescos y alimentos que son altamente demandados por el público asistente, un auditorio que muestra solvencia económica no solo por lo que consume, sino además por las conductas que ponen de manifiesto a través de rasgos de ostentación, los comentarios sobre la moda, los accesorios que llevan y que inciden en la forma de querer hacer vida social, más que vida cultural y demostrar posibilidades de recursos. Los individuos que los frecuentan se componen de espectadores que consideran estar al tanto de “la farándula, sus modas y modos”.

⁷³ Entrevista realizada por la autora. Martes 8 de diciembre 2009.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

En ambos el horario de apertura entre las 8:00 pm y las 9:00pm, con un cierre alrededor de la 1:00 am ó 2:00 am en correspondencia con el artista que se presente. En principio se escucha música grabada de fondo y se mantiene hasta alrededor de las 10:30 pm ó las 11:00 pm, que es cuando el músico realiza su presentación, que puede durar como promedio 2 horas; este es el horario más concurrido.

La forma de vestir en ambos clubes también es diferente. En la Zorra y el Cuervo, la vestimenta es más elegante, muy formal, con prendas, zapatos y accesorios caros, de forma más presumida con marcas como Benetton, Dolce- Gabanna, Enzo y Raiban de espejuelos, por mencionar algunas. Las mujeres asisten muy elegantes, en cuanto a vestuario y accesorios; los zapatos muy altos, con un uso desmedido del maquillaje, con peinados bien llamativos y los perfumes notoriamente caros por su olor, fijador y permanencia en el local. Los hombres vestidos con la ropa de última hora, zapatos puntifinos, espejuelos. El jazz Café, raramente es concurrido por sujetos muy bien vestidos; mayoritariamente es frecuentado por jóvenes con un vestuario más deportivo, más cómodo, con más desenfadado.

Se constató en el proceso de entrevistas que algunos de los consumidores poseen un conocimiento muy acertado del género y que en su mayoría es resultado de la herencia familiar, son descendientes de personas que tuvieron afinidad con el jazz de algún modo. También se comprobó que otra parte del público se encuentra integrado por miembros de las familias, parientes y allegados del músico en cuestión. Además de sujetos que van en compañía de su familia, mientras otros van con amigos o en busca de establecer amistad. De igual modo, salta a la vista un grupo de jóvenes cuya intención, además del consumo espacial y musical, está dirigida a establecer vínculos de amistad con extranjeros allí presentes.

Los clubes son espacios visitados por sectores poblacionales que tienen amplio acceso al CUC. Es decir, van los individuos que se mueven en los mundos gerenciales, las empresas mixtas o en la economía informal con ingresos en divisas, digamos, los cuentapropistas, los chapisteros, es decir, individuos con oficios bien remunerados dentro de la economía cubana, sujetos con altos estándares de

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

vida. A decir de Pedro de la Hoz, “va un público pudiente, con posibilidades de recursos, con muy buen nivel de vida”⁷⁴. En palabras de Simmel, “el dinero solo pregunta por aquello que le es común a todos, por el valor de cambio que nivela toda cualidad y toda peculiaridad sobre la base de la pregunta por el mero cuánto”⁷⁵. La conformación de estilos de vida en estos grupos o sujetos se debe en gran medida, al poder adquisitivo o ingreso, concordando con Simmel: en que es esos detalles reside su valor; que, en estos contextos se condensa en el necesario acompañamiento de la música, por una profusa serie de objetos como la gastronomía, la exhibición de la moda y otros accesorios que los sitúa en una escala social de reconocimiento y prestigio.

Se concluye entonces, diciendo que la ocupación y el salario, automáticamente, y de forma absoluta, no son representativos de las posibilidades que puedan o no tener las personas en el acceso al CUC, ni al consumo cultural en sentido general, estos espacios son consumidos en dependencia de los ingresos que reciben los actores que asisten a ellos. Esta aseveración incluye desde el estudiante, que por ser un sujeto joven que además estudie, el trabajador social, aún cuando tenga un técnico medio o está estudiando una carrera en Trabajo Social o en artes y recibe una mesada en ocasiones la pone en función del gusto por consumir el género jazz. De igual modo, aunque no puedan vincularse instintivamente en el caso de la presente investigación, se constató un sector minoritario al cual la ocupación, los ingresos personales y otros ingresos y el nivel cultural, les facilita el acceso y consumo de los espacios más ostentosos de la música jazzística.

Los teatros de Bellas Artes y Amadeo Roldán, poseen un carácter más socializador. En ambos el público es sumamente heterogéneo y masivo, a estos asisten en su mayoría intelectuales. En el primero de ellos, el auditorio llega a ser de 240 personas sentadas y en ocasiones es sobrepasada esta cantidad. Asisten personas de diferentes rangos de edades, aunque predominan los jóvenes. El público que acude viene a ver jazz, lo entiende y tiene conciencia de lo que hace el músico, pese a considerarse que el estilo es difícil. La interacción es mayor dentro de los propios consumidores, en su mayoría con

⁷⁴ Entrevista realizada por la autora. Martes 1 de diciembre 2009.

⁷⁵ Georg Simmel. “Las grandes urbes y la vida del espíritu”, 1996. En Simmel, Georg, *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, p.249.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

los más jóvenes, quienes en ocasiones mantienen estrecho vínculo con los músicos y buscan estar cerca de estos. Estos asistentes tienden a agruparse por afinidad para frecuentar los espacios. De manera que su conexión no solo está en el espacio sino desde la planificación para visitarlo y las previas coordinaciones que se realizan en algunas ocasiones cuando es necesario adquirir entradas y por consenso uno de los representantes es el encargado de comprarlas, lo que permite la llegada al lugar de disfrute en parejas o grupos de amigos, buscando de esta manera mantener el grupo dentro y fuera del local.

El vestuario varía en dependencia de la edad. Los jóvenes tienden al uso de jeans, pullovers ajustados al cuerpo, ropa cómoda, que de cierto modo se identifica con el modo de vestir del intérprete y las personas que son más recurrentes a exponer en su ropa el arte. En el teatro Auditorium Amadeo Roldán, el público se asemeja al antes descrito, con la diferencia en las formas de vestirse, la cual se destaca por ser más elegante, aunque se observan en su minoría, fundamentalmente, jóvenes que visten de manera deportiva.

El diseño de los Jardines del Mella, por encontrarse al aire libre, es más sencillo y está en correspondencia con el gusto del músico que presenta, lo cual incentiva la motivación de los participantes en el espectáculo y recrea un entorno acogedor. A este concurren los aficionados, los curiosos, los gustosos y otros sectores distinguibles que no disponen de un acceso a la moneda CUC, al menos para destinarla al acceso a los clubes.

En los festivales de jazz – Jazz Plaza y Jojazz- es mayor la concurrencia, coincidiendo con un público que efectivamente gusta del género, tiene mucha afinidad, una conciencia de lo que va a escuchar y se identifica como auditorio con la manifestación cultural, con el espacio al que concurren y con los músicos que se presentan, así como con el resto de las personas que los visitan.

El horario de presentación, por la composición del lugar y su ubicación, comienza a partir de las 5:00 pm con música grabada de jazz; los músicos hacen presencia después de las 6:30 pm con una hora y media de espectáculo aproximadamente.

Otro elemento que evidencia la diferenciación social se aprecia al concluir las presentaciones, donde se ponen de manifiesto o se reflejan actitudes y otros comportamientos que se expresan al interior del espacio y que son perceptibles también. Este fenómeno denota que el recurso monetario no tiene como único fin la entrada y el consumo cultural, sino el regreso una vez concluida la presentación. Para los espacios como los teatros Amadeo Roldán, Bellas Artes, los Jardines del Mella y los festivales Jazz Plaza y Jojazz -estos últimos anuales- así como el horario de algunas peñas, se tiene en cuenta el horario para el desplazamiento de los sujetos de un lugar y otro, principalmente en el caso de las presentaciones especiales. Pues quien sale de madrugada de la Zorra y el Cuervo o el Jazz Café puede hacerlo porque cuenta con el dinero o un medio para transportarse o tiene otros modos de llegar a su casa.

La observación mostró, además, la gran cantidad de público de diferentes edades, sexos en los diferentes espacios y con predominio de la raza blanca en los clubes. Por tanto, el público asistente es heterogéneo en cuanto a las variables antes mencionadas, siendo mayor la presencia de blancos.

3.1 Caracterización sociodemográfica

Para conformar la muestra se hizo una selección de consumidores del género musical en los diferentes espacios donde se realizan presentaciones de jazz en vivo. Es decir, sujetos que gustan de esta música, que derivó posteriormente en un muestreo de Bola de Nieve, del cual se obtuvieron las 20 personas que se han ubicado en este estudio. Los criterios para la inclusión se conformaron de personas cubanas, con una frecuencia de visitas relativamente estable, consumidores habituales, sistemáticos, de los diferentes espacios donde se toca la música jazz en vivo. Y el elemento excluyente fue que las personas fueran extranjeras o que no fueran asiduas y permanentes consumidoras de los espacios de propuesta jazzística.

La muestra escogida mantiene una diversidad en cuanto a ocupaciones, edad y conformación genérica. Se constató un diapasón que agrupa desde el cuentapropista, el obrero, el técnico medio,

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

pasando por una amplia representación universitaria, hasta llegar al profesor, al periodista y otras profesiones, lo que refleja el gusto y la aceptación que ha mantenido y mantiene la música jazzística. Acuden también al lugar por los mismos motivos otras personas con un menor nivel de escolaridad.

Es necesario destacar que la muestra no se realizó de manera intencional en busca de representatividad.

Aun cuando no fue propósito de este estudio en el proceso de selección al azar se observa una diversidad en cuanto a niveles culturales, color de la piel, edad, ocupaciones, ingresos, o sea, desde los grupos étnicos hasta la composición de los diferentes grupos armonizan, se integran y forman el grupo de entes que realmente disfruta en cualquiera de los espacios de música jazzística.

Por tanto, se logró una representación de grupos étnicos, de ambos sexos, de diferentes niveles educacionales, y cuya procedencia de los municipios es diversa, lo que le otorgó diferentes matices a la hora de evaluar a los sujetos encuestados.

El 55 % de los encuestados son hombres y el 45 % mujeres. De ellos el 45 % son negros, el 35 % blancos y un 20 % mestizos. Elementos que nos muestran una fuerte presencia masculina en estos espacios de consumo de prácticas de jazz en vivo. En cuanto a la edad se puede afirmar que de los entrevistados el 25 % pertenece al rango de edad de los jóvenes (19 a 29 años), de los cuales solo al 5 % no le gusta el jazz, con una composición de un 5 % negro y femenino y un 20 % blancos de los cuales el 5 % es masculino. El 0 % es negro y masculino. Como se muestra en el gráfico que a continuación se expone.

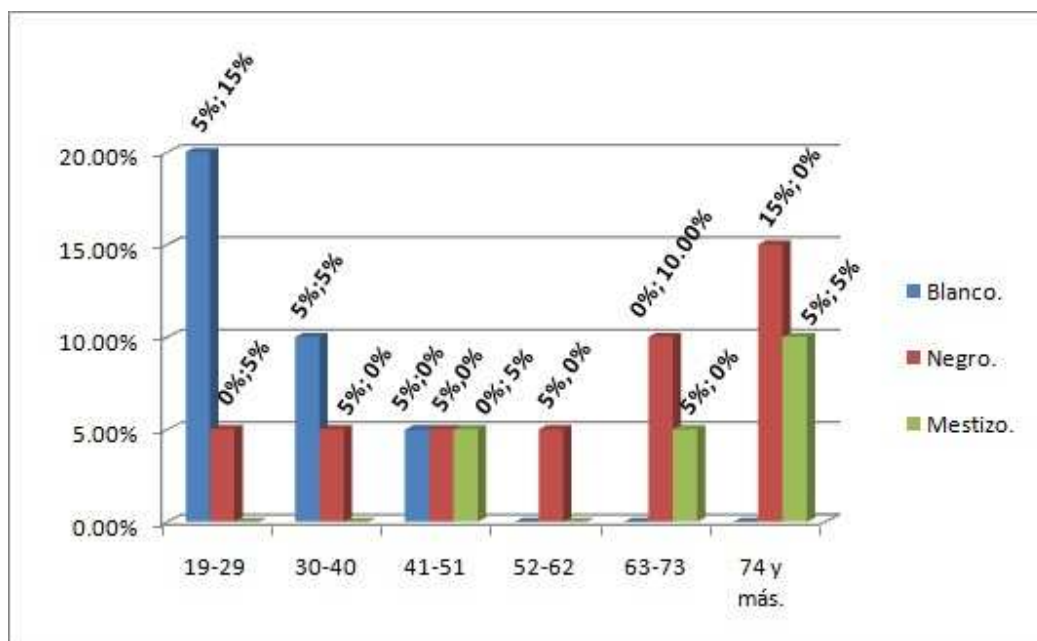


Gráfico 1. Estructura Poblacional de la Muestra.

El nivel de escolaridad en el grupo de jóvenes de 19- 29 años se compone de un 15 % universitario y un 10 % técnico medio. En su mayoría frecuentan los espacios como los Jardines del Mella, el Teatro Amadeo Roldán, el teatro de Bellas Artes y los Festivales jazz Plaza y Jojazz, en algunas peñas y en casas de parejas y amigos. Solo un 10 % presencia espectáculos en espacios cerrados -los clubes-, del cual solo el 5 % que labora como cuentapropista y asiste de manera estable. Seguido por el rango de adultos jóvenes (30 a 40 años) compuesto por un 10 % de blancos y un 5 % de negros para un 15 % de total. De estos el 10 % es masculino, del cual un 5 % es universitario, negro y Especialista de casas de cultura, que consume la música jazz en privado, en su casa. Otro 5 % blanco y graduado de politécnico, que se desempeña como mecánico particular y un 5 % femenino y blanco corresponde a la relacionista pública del Hotel Plaza. Los adultos representan el 15 %, todos universitarios, de los cuales solo el 15 % pertenece al género femenino y mestiza. El resto está compuesto por un 5 % negro que es asiduo al Teatro de Bellas Artes -espacio cerrado- pues como promotor cultural sus ingresos solo le permiten visitar este escenario, el restante 5 % es blanco. El 10 % de esta selección se compone de cuentapropistas que visitan los clubes de jazz de manera permanente y algún que otro espacio de presentación preferiblemente cerrado. Los adultos mayores

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de **Rosilín Bayona Mojena** presentaciones de jazz en vivo

representan el 5 %, con un nivel de estudio de secundaria básica y disfrutaban de la música jazz en diferentes espacios⁷⁶.

“Como me gusta tanto el jazz me las arreglo para disfrutarlo. Tengo un grupo de amigos con los cuales comparto el gusto por este género musical. En la mayoría de las ocasiones nos reunimos en sus casas porque algunos de ellos tienen muchas grabaciones, videos, revistas, no solo de la época sino actualizadas. Yo me quedé un poco atrás en eso pues no tengo con quien conseguirlas. También me gusta compartir con ellos esos momentos porque como conocedores del tema siempre hay algo que aprender, soy de los que piensa que todos los días es una escuela. Aquí donde me encuentro hoy, es uno de los pocos lugares públicos a donde voy -La Zorra y el Cuervo-, vengo alguna que otra vez porque el CUC me lo impide. A veces me hago el joven y chulo y vengo, porque me gusta el lugar, la gente y sobre todo lo que me atrae y es por lo que estoy aquí, la música. También me gusta ir a la UNEAC los segundos jueves de cada mes porque ese día se reúnen los bailadores de Santa Amalia quienes constituyen una familia de amigos y con los que se pasa muy bien. Es maravilloso para mí compartir con ellos”.

Otra parte asidua y bien representada en la muestra se compone del público más antiguo de jazz en Cuba: *Los bailadores de Santa Amalia*, muy conocidos por su rica historia y por su tradición de mantener en el género la cualidad de bailarlo, a pesar de que los jóvenes músicos o los más actuales consideran que es una música para escuchar y no para bailar. En su mayoría se componen de negros y mestizos, con una edad promedio de 75 años. Tienen diferentes niveles educacionales y ámbitos laborales. Disfrutaban del jazz en una Peña que fundaron desde 1947 en Santa Amalia, conocida como *la Peña de los bailadores de Santa Amalia*. La cual han diseñado y recreado a su gusto convirtiéndolo más que en su espacio en un espacio de todos, que imita a los clubes jazzísticos de su época, años '50, con un rincón dedicado a las grandes personalidades del jazz en Cuba. La procedencia de los integrantes que componen la muestra es diversa.

⁷⁶ Entrevista realizada a Roberto Díaz, sábado 19 de marzo 2009. La Zorra y el Cuervo.

Al hacer un agregado de los grupos de edad se puede concluir que la presencia de actores jóvenes en espacios donde se consumen prácticas de jazz en vivo se corresponde con la presencia de personas de los grupos de mayor edad pero consumen espacios diferentes.

El 90 % de los entrevistados respondió en lo referido a los grupos poblacionales que concurren a estos espacios de propuesta jazzística, que la elección del lugar para disfrute de la música está en correspondencia con el ingreso que se reciba, luego por el gusto y el conocimiento, que se tenga de la música. Lo que es corroborado por expertos y músicos quienes manifiestan que la frecuencia de visitas a los distintos sitios se encuentra determinada por los ingresos, como se refleja en la Tabla 2 Ocupación, Ingresos y Frecuencia de visita a los espacios. Y luego por el gusto y el conocimiento que se tenga del género.

Las personas escogidas, casi en su totalidad, les gusta el jazz y poseen un alto nivel de información que le ha posibilitado elaborar sus gustos y preferencias específicas por este género. Se precisó la presencia de un público mayoritariamente joven que se ha ido especializando y que va en aumento en cuanto al criterio de expertos. Otros, en menor cuantía estiman que el público no es heterogéneo y que está vinculado a las escuelas musicales y muchos músicos de otras músicas. El 85 % de la muestra de los músicos entrevistados valora al público como conocedor, inteligente y de buen gusto estético por el género, con códigos comunes que le permite apreciar esta música de manera semejante. Sin embargo, aunque en sentido minoritario, un 15 % solo piensan en exponer su obra, en encontrar su satisfacción y apenas pueden emitir criterio alguno sobre el público. Otros se sienten muy contentos de tener seguidores.

“Aunque no de manera general puedo decir que el público cubano me gusta mucho, saben mucho. Y no porque sean mejores que los que no conocen del jazz, es que no podemos descartar que vengan con la educación que reciben desde niños. Creo que aquí puede crecer pero todavía tiene que pasar unos cuantos años y sensibilizar a aquellos que diseñan la programación musical de la televisión cubana. No dejo de

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

reconocer que hemos tenido logros, la radio tiene espacios donde se socializa el género pero el horario no es cómodo para niños e incluso hasta para adultos”.⁷⁷

En virtud de las peculiaridades que estos escenarios poseen y el carácter grato que reflejan, los actores participan de ellos sin quererlo, propiciando de este modo el proceso de socialización; se encuentran, se ven, se saludan e interactúan, dándole una gran significación al lugar. Son contextos que facilitan la interacción entre los miembros del público, unido a las necesidades particulares que tienen los actores que los frecuentan, en su mayoría asociadas al gusto por la música, no siendo así en otros casos cuyo propósito se fundamenta en mostrar o demostrar una posible vida ostentosa como recurso de superioridad, para acaparar la atención, mostrarse en público y exhibirse.

El ingreso se analizó a partir de las diferencias que marca en término de lugares, de frecuencia de visitas, tipo de música que se consume, apoyo tecnológico para escuchar este tipo de músico fuera de los lugares de donde se consume, - en la casa o en otros lugares-. Posibilidades de trasladarse que permitan acceder a otras prácticas con otro tipo de consumo, en dependencia de los recursos y las posibilidades para asistir.

En busca de las características que dan valor al espacio público se toman en consideración el significado, la posibilidad de acceso y la respuesta efectiva a las necesidades de sus visitantes. Es importante visualizar el vínculo que se establece entre la vida de las personas y el espacio público, en el cual se relaciona el contexto social en el medio físico construido, a través de la ocupación que hace el sujeto del espacio. La posibilidad de acceso fue valorada a partir de la oportunidad igualitaria o no de visitar libremente estos escenarios sin restricciones. La respuesta efectiva de cierto modo está representada en el diseño del lugar, en correspondencia con las necesidades de confort, satisfacción y bienestar de los actores que lo visitan.

⁷⁷ Entrevista realizada por la autora a Alexis Bosch el 20 de julio, 2009.

3.2 El consumo asociado a los espacios sociales y de comunicación de jazz.

Los espacios sociales en el devenir histórico han experimentado un constante proceso de especialización. Las propias características de las diferentes manifestaciones culturales y con ello las musicales han contribuido con esto. De este modo han fomentado la conformación de estilos de vida sobre rasgos identitarios de grupos e individuos en función de las necesidades que cada uno de ellos tiende a satisfacer, en correspondencia con espacio social que se ha diseñado. La relación del jazz con el consumo de sus espacios sociales está fundamentada a partir de las propias dinámicas sociales en que este se desarrolla. Por sus características, es necesario resaltar la importancia de poseer determinadas nociones culturales, acumulación de conocimientos del género, y condiciones sociales y económicas para su disfrute.

En estos escenarios, se constató la permanente persistencia de asimetrías en lo concerniente a experiencias y resultados culturales. Los espacios de propuesta jazzística se integran en su mayoría por sujetos que poseen rasgos culturales relativamente estables. Individuos que poseen un caudal cultural con respecto a la manifestación muy sólido a partir de una información acumulada, que es resultado de todo un proceso de selección y acopio del jazz como estilo musical. Es importante resaltar que la educación familiar del individuo contribuye de cierto modo con la (de) construcción de su cultura personal. Lo que ayuda en la orientación de estos, en virtud de buscar su medio o espacio social de interacción y disfrute. Así cada individuo, desde su identidad, orienta su selectividad cultural -en este caso el jazz- hacia aspectos específicos de la realidad social, sobre la base del gusto.

A través de los espacios de consumo cultural los individuos construyen y reconstruyen los entornos inmediatos propios. Las prácticas sociales entendidas como prácticas culturales permiten a los individuos identificarse y constituirse como grupo, a la vez que se asocian a prácticas de consumo que promueven de manera continua el disfrute simbólico de la cultura. En este ámbito, de manera voluntaria, los sujetos se vinculan a grupos con intereses compartidos. La pertenencia a estos contribuye con la formación de rasgos identitarios influyen en el modo en que los individuos se reconocen como sujetos, es decir, piensan de sí mismos y se preocupan en el cómo otros piensan de

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

ellos. Los agrupamientos sobre la base de las expectativas que los interconecta y que los une les permiten funcionar como grupo y mantener su identidad, o manifestar una des-identidad a partir de la condición que los convierte en grupo. Su reflejo se manifiesta en el modo de asociación que realizan de manera formal o informal.

Las formas de agrupación son diversas, tanto en los espacios abiertos como cerrados. Se precisó también la existencia de relaciones espontáneas que están dadas por la afinidad y el disfrute del género musical y otras que son resultado del encuentro en los diferentes lugares alcanzado un grado alto de familiaridad. Elementos que favorecen la construcción de vínculos permanentes y duraderos en algunos de los casos, haciéndolos extensivos a otros contextos.

Al interior de estos escenarios cerrados los actores comparten de manera ocasional, el trato se remite a los intereses del momento, solo se observa la proximidad en los grupos que llegan juntos, parejas y, familiares. El servicio que se brinda en estos locales es de primera categoría. La oferta gastronómica -comidas⁷⁸ y bebidas diversas - concluye cuando cierra el lugar y trasmite comodidad para el consumo del propio espacio y la música, lo que hace más placentera la satisfacción de las necesidades. Se sirve a la mesa, se da la posibilidad de leer una carta. La casa se caracteriza por ofrecer lo mejor para la noche, las mesas adornadas, una luz que proporciona intimidad, con una música suave de fondo.

En los espacios abiertos, las personas comparten de manera más sincera, son más amistosas, más comunicadoras, son más explícitas las relaciones que establecen, hay más sociabilidad. Tienden en su mayoría a vestir de manera más sencilla, adecuada al lugar y de cierto modo va en correspondencia con el horario. Son minoritarios los sujetos que se visten de manera elegante. El predominio de jóvenes le confiere un carácter juvenil al contexto. Es notorio el vestuario deportivo, el uso de tenis, sandalias, tanto en muchachas como muchachos, y estos últimos usan de manera significativa pullover ajustados al cuerpo en su mayoría, jeans, shorts largos y gorras, y los grupos que interactúan constantemente se igualan en la forma de vestirse, que en espacios abiertos se corresponde con la del músico. El peinado,

⁷⁸ En el caso de La Zorra y el Cuervo.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

en el caso de las mujeres, es más sencillo y menos llamativo, incluso a veces no hay presencia de este. El uso de prendas y accesorios es muy discreto.

La ropa y accesorios que usan, las marcas, el maquillaje, el peinado, se han convertido en objetos de consumo simbólico. Y es precisamente el significado cultural y el valor que le atribuyen los sujetos en el intercambio simbólico lo que pasa a constituirse como uno de los elementos importantes en la construcción de los procesos de distinción. De este modo, construyen representaciones que se manifiestan en estereotipos sobre los que buscan reafirmar su pertenencia al grupo y subrayar diferencias que los ubican por encima del resto.

Las formas de consumir alimentos en su mayoría están asociadas a la búsqueda que hacen los entes que frecuentan estos lugares. No en todos los lugares hay presencia de centros gastronómicos, los que en su generalidad son en divisa, con poca variedad en la oferta comestible y de bebidas y cierran muy temprano, en muchas de las ocasiones antes que concluya el espectáculo. Algunos compran los alimentos y bebidas a consumir antes de llegar o después de salir. La calidad al servicio es diferente a la de los espacios cerrados.

Los expertos y músicos estiman que la atención al público no es igual que en los espacios cerrados, por el valor de la entrada y la oferta a consumir, además de que la propina es mayor. En los espacios abiertos, a pesar de que las ofertas gastronómicas igual se paga en CUC, son los lugares cotidianos que brindan el servicio a cualquier cliente y si se suma el valor de la entrada, en moneda nacional, estos son atenuantes que restan importancia al servicio que se le ofrece al expectante.

Se constató que las visitas a los distintos espacios y las formas de consumo en estos están asociadas directamente al ingreso y otros tipos de ingreso, estos últimos en la mayoría de los casos no son declarados por los miembros de la muestra. El gráfico 2 evidencia dicho planteamiento. Como se representa a continuación los cuentapropia son las personas que pueden disfrutar de los más espacios privilegiados pero además destinar presupuesto al consumo de la oferta que se brinda en ellos.

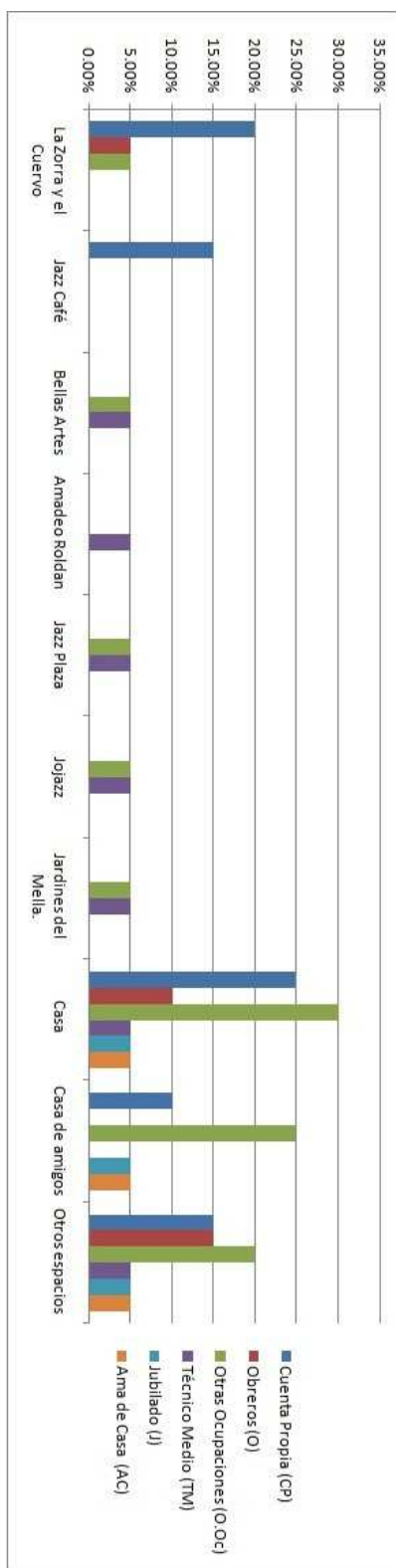




Gráfico 3. Ocupación y frecuencia de visitas en clubes

Como se evidencia en el gráfico 3 los cuentapropistas son las personas que frecuentan en mayor medida los clubes, representando la mayor parte de la muestra. Este elemento muestra una arista más de las distinciones, pues como reflejan los gráficos 4 y 5 el resto de los espacios es visitado por el sector de menor acceso a recursos. Lo que denota que los cuentapropia poseen una economía solventada que les permite además de satisfacer sus necesidades básicas destinar recursos para asistir sistemáticamente a espacios de presentaciones culturales con un presupuesto de entrada y consumo en CUC.



Gráfico 4. Ocupación y frecuencia de visitas en los teatros Bellas Artes, festivales Jazz Plaza y Jojazz.

El teatro de Bellas Artes no se encuentra representado en este gráfico porque la frecuencia de visitas a este se corresponde con el 100 % de la muestra seleccionada.

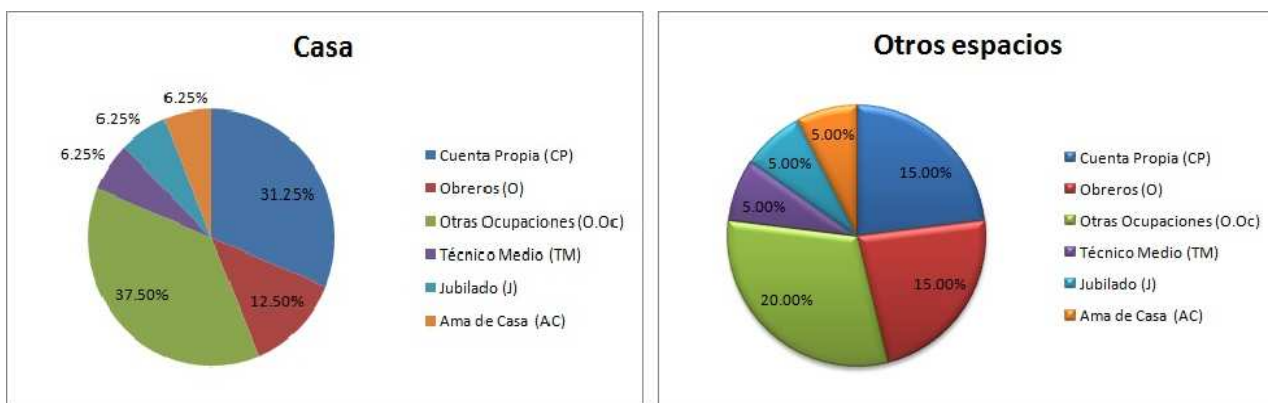


Gráfico 5. Ocupación y frecuencia de visitas en casas y otros espacios.

A pesar de los inconvenientes de los espacios menos privilegiados y la diferencia de estos con clubes, el público de las presentaciones de jazz en vivo está creciendo. Lo que he podido precisar desde mi visión, como un miembro más. Además del gusto musical de los actores, la buena música que se hace en los espectáculos, el clima y el ambiente agradable que se disfruta favorece el criterio de los espacios y motiva el deseo de ser parte de algunas de estas ocasiones. Estas son algunas de las cuestiones que posibilitan que el público encuentre un motivo para asistir a los conciertos, a los clubes a los teatros con el fin de disfrutar el jazz.

3.3 Público y jazz en Ciudad de La Habana

“A la jerarquía socialmente reconocida de las artes corresponde la jerarquía social de los consumidores, lo cual hace que los gustos funcionen como indicadores de clase”⁷⁹.

El gusto por el jazz, establece un patrón cultural propio que se visualiza en sus espacios de presentación y escucha, ya sea en vivo o música grabada, en los distintos escenarios o en los diferentes dispositivos tecnológicos que se posean. Digamos, MP-3, MP- 4, IPOOD, DVD, entre otros medios o recursos que se utilizan para disfrute y recreo del género.

Existe entre los entrevistados la percepción de que el gusto por consumir la música jazz ha aumentado, lo que coincide con el hecho de que ellos manifiestan un mayor interés en este. En muchos casos la motivación está dada por la herencia familiar - en cuanto al conocimiento e identificación con el género- y amigos -conocidos de siempre o nuevos amigos-.

A su vez en los entrevistados también se encuentran estudiantes provenientes de las escuelas de música, que a través del acercamiento a profesionales en el jazz se han motivado por formarse como jazzistas. Esto se traduce que en Cuba estudian y se gradúan cada vez más jóvenes interesados en ser jazzistas, además de los que de manera autodidacta se presentan en el Jojazz, en comparación a lo que sucedía años atrás, según plantean los músicos de mayor experiencia.

Se aseveró la presencia elementos negativos que atentan contra el bienestar y desarrollo del género. La inconformidad reiterada por parte de los jóvenes y otros participantes que en calidad de público disfrutan de esta expresión cultural, quienes de manera repetida señalan que en nuestro país aún no existen los espacios suficientes para difundir y promover trabajo a todos estos nuevos

⁷⁹ Pierre Bourdieu. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus, 1988. p. 2

profesionales⁸⁰. Así como el poco énfasis que se ha puesto en la promoción y divulgación del género en general por parte de las autoridades y los medios de difusión. Igualmente se repite que en la mayoría de los casos el acceso para el disfrute del jazz, para gran parte de la población que gusta de él, están obligados a realizarlo en las peñas y grandes eventos -Festivales Jazz Plaza y Jojazz - porque estos son los espacios a los que tienen mayor acceso la mayoría de las personas, -fundamentalmente los jóvenes- porque son más asequibles económicamente. Esta deficiencia se justifica con el aprovechamiento de la ocasión para disfrutar del momento, reunirse con amigos, conocedores del género y pasarla bien.

El planteamiento de expertos y algunos músicos corrobora lo anterior. La carencia de divulgación y promoción de este género, impide la presencia de un mayor conglomerado de público en otros espacios de presentación. Manifiestan la existencia de varias peñas, con precios moderados e incluso hasta gratis, donde las personas que gustan del jazz y sus espacios pueden acudir, pero no se conoce de ellas. El poco interés que se atribuye al género también se refleja en significativa la carencia de una divulgación especializada y no especializada, que con respecto al mismo se evidencia. Se pudiera contar con un mayor público pero este obstáculo no lo posibilita, de cierto modo. La socialización de estos pequeños espacios está dada en la propia red de amigos que participan de ellos, que son los encargados de avisarse unos a otros.

A pesar de estas debilidades el jazz aumenta en público y se hace más preponderante. Pero aún faltan cosas por realizar, sobre todo el diseño de espacios como los clubes, que no se corresponda solo con las exigencias del mercado del turismo.

3.3.1 Jazz como opción cultural y como opción musical

A las 20 personas encuestadas, que constituyen el 100 % de la muestra y que participan como espectadores en los espacios de consumo de presentaciones de jazz, se les preguntó si accedían a estos lugares en busca del género como opción cultural. El 5 % contestó que sí, lo cual refleja un bajo nivel

⁸⁰ Se refiere a la promoción de los jóvenes Jojazz.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

de asociatividad con el jazz en estos escenarios. Si se toma en cuenta que el vínculo a grupos secundarios de los sujetos representa un indicador de la existencia de relaciones sociales con grupos diferentes a los primarios (familia) y que esto genera un nuevo engranaje en el tejido social, podríamos afirmar que esta personas forma parte de un espacio social pródigo en relaciones sociales, afines con la manifestación cultural.

Lo expuesto anteriormente toma sentido cuando se aprecia que el número de sujetos que gustan del jazz como opción musical constituye el 95 % y con ello supera el número de personas que se acercan al jazz como opción cultural o como un espacio donde compartir con un nuevo grupo o un viejo grupo de amigos. Es decir, que aunque minoritario representan una muestra del uso del espacio en la construcción de relaciones grupales.

El 100 % de los encuestados alega que se sienten motivados por frecuentar estos espacios en busca de compartir e intercambiar con sus amigos, de los cuales 10 % también hace referencia a compartir y disfrutar de la compañía de sus parejas. Pese a ello, un 75 % manifestó que esta música en determinados espacios les produce placer, disfrute y diversión, mientras que un 25 % manifiesta su interés solo por la escucha.

En el grupo de los más jóvenes (19- 29) el 95 % de los encuestados afirmaron su gusto y preferencia por la música jazz, lo que incita al consumo de los espacios donde este se presenta. Uno de ellos afirma que le motiva frecuentar los espacios donde se hace jazz porque:

“Me gusta mucho venir a lugares como este porque las personas que los visitan, aquí se componen de una calidad humana muy diferente a la de otros espacios. Son muy educadas. He apreciado que el uso de palabras como permiso, discúlpame, me permite, que ya no escuchas en ninguna parte. Pero además para mí ha sido sorprendente cómo mi gusto hacia el género ha crecido desde que comencé a frecuentar estos lugares. Es fascinante todo lo que he aprendido sobre el jazz, su historia, su evolución y hasta cómo los músicos han llegado a ese mundo. He

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

aprendido y continúo aprendiendo y creo que esta interrelación, esto que vivo aquí, solo se da aquí, en lugares como estos. Creo que me encontré”⁸¹.

Por su parte de 30- 40 años el 100 % respondió su gusto preferencia por la música jazz y el consumo de los espacios donde esta se realiza. Además consideraron muy importante compartir y disfrutar con los amigos como parte del entramado social y de relaciones que se genera en este ambiente. La diversión, el placer, disfrute, el intercambio y la escucha la consideraron parte del ambiente que se respira en el medio jazzístico, aunque este sea el privado.

“El jazz me gusta tanto que lo disfruto todo.

El jazz genera diferentes estados de ánimo y diferentes ambientes. Yo disfruto la música pero a su vez los demás componentes, me gustan todos los tipos de jazz y el ambiente que se crea alrededor. Como tal me es difícil precisar que me acerca o me aleja de él. El jazz influye mucho en mi actuar cotidiano, en mi cultura personal”⁸².

En el rango de edad de 41- 51 el 100 % de sus integrantes estiman que las peculiaridades del jazz provocan o posibilitan estimarlo como un agente transmisor del gusto. Su exclusividad y la mezcla rítmica y de sonidos que posee incentiva el interés por conocerlo, por profundizar en él e intentar penetrar en su mundo. De igual modo despierta y motiva el deseo en los actores, de sentirlo, de experimentar el placer y el disfrute que propicia, disfrutarlo, así como compartir con otros el sentimiento que trasmite, y que de cierto modo existe un elemento que los agrupa, los une. Este segmento poblacional lo considera una música para estrechar vínculos y plasmar sobre ellos sentimientos placenteros de amistad duraderos.

⁸¹ Entrevista realizada por la autora el sábado 6 de febrero, 2010.

⁸² Entrevista realizada por la autora a David López Ximeno.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

“Lo anterior se evidencia en la frase que copió en la portada de un libro que me envió un amigo extranjero, conocido en uno de los espacios de presentaciones de jazz: *Lo que el jazz unió que no lo separe el Pacífico*”⁸³

Y los que conforman el público más antiguo de jazz en Cuba, los Bailadores de Santa Amalia, plantean que es más que gusto. Y que para ellos constituye un canal para intercambiar con sus conocidos, y encontrar nuevos amigos, recordar, vivir, sentir, disfrutar y divertirse mucho, porque ya a sus años qué otra cosa hacer. El jazz es para ellos la vida, como opción de entretenimiento.

El gusto por la expresión cultural se encuentra en el 95 % de la muestra seleccionada. Igualmente se identificó cómo el disfrute, la diversión, el compartir, el intercambio, la escucha y el placer son elementos constituyentes del mismo, que unido a la preferencia por el jazz contribuyen con la construcción de relaciones grupales.

También es meritorio resaltar la visión positiva de la mayoría de los expertos y músicos en este aspecto. Los primeros elaboran distintos criterios del público de jazz y plantean que dentro de este hay fenómenos bien interesantes. Para un 60 % de los expertos existe un sector minoritario que tiene el goce estético y sociológico de escucharlo e introducirse en él, lo que representa una de las múltiples motivaciones que puede tener un ser humano para aproximarse a esta manifestación artística.

“El jazz como manifestación cultural constituye un fenómeno muy interesante al interior de nuestra sociedad, desde su surgimiento. El acercamiento al mismo está dado por múltiples motivaciones, tan amplias como el deseo de vivir que tengan los propios sujetos que del mismo disfruta. En su mayoría, esto sucede a mí entender principalmente cuando se posee el goce estético y sociológico para desentrañar lo que se trasmite. Y eso, solo suele suceder cuando el conocimiento por el género tuvo como raíz el hogar o familiares allegados, quizás también pero en menor medida cuando de pequeño, de manera accidental pudiéramos decir, como fue el caso de Glenn Miller,

⁸³ Entrevista realizada por la autora a René Simón.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

pero en sentido contrario, este como músico, comienza la familiaridad con el jazz por el acercamiento de manera intrusa o no a lugares donde se escucha esta música, desde la casa de un conocido hasta las grandes presentaciones de cualquier otra género musical donde tiene un intermedio con elementos jazzísticos.”⁸⁴

Un 25 %, lo ven atado al ejercicio de dominación de determinadas culturas. Algunas personas consideran que escucharlo significa ser “desarrollado y culto” porque viene de un “mundo desarrollado”, y de pronto, estos, entienden que consumirlo le da cierto nivel cultural y prestigio. Un grupo minoritario que representa un 10 % estima que el público receptor tributa al jazz como opción cultural y musical. Estos plantean que la audiencia del jazz no es solo conocedora de esta música sino de determinados aspectos del arte musical y de la cultura artística en general, de ahí que se resalte la presencia de músicos, críticos e investigadores. De igual modo hacen referencia a un público que más que como bien cultural y musical lo ven con un sentido de identidad. Y un 5 % estima que no importa la procedencia social para elegir a esta expresión cultural como manifestación musical.

“Yo conozco personas de muy humilde procedencia que son movidos por el género y que poseen un dominio sobre este muy grande, tanto como aquellos que son considerados sectores de la población ilustrada. Para mí, son personas que aunque de procedencia humilde tienen un nivel de ilustración muy alto”⁸⁵.

Los músicos por otra parte, lo ven como el resultado de la herencia familiar en algunas personas, otros lo fueron descubriendo, ya sea, por el contacto con conocedores o por el incentivo que les despertó el propio género. Y un sector no despreciable que ha comenzado a interesarse por el mismo de manera espontánea. Es decir que dentro de las trayectorias personales de los encuestados se precisó que son actores que se interesan por el jazz, por un problema de preferencia, de gusto, de selección de lo que realmente va a consumir. Es un auditorium que ha visto siempre al jazz como algo muy propio y muy natural. Igualmente se le añade un carácter social pues los entes además de

⁸⁴ Entrevista realizada por la autora a Alberto Faya, el martes 1 de diciembre, 2009.

⁸⁵ Entrevista realizada por la autora a José Dos Santos, 31 de julio, 2009.

escuchar, disfrutar del espacio y el espectáculo también gozan de las personas con quien van y de las que encuentran allí, resultando de estos encuentros amistades duraderas y formales.

3.3.2 Las representaciones en torno al significado de la música jazzística en los espacios

El estudio y comprensión de las representaciones sociales, las necesidades y motivaciones en los sujetos sociales, constituyen variables de difícil comprensión. Con vista a encontrar resultados positivos en este estudio se redactaron preguntas en las cuales los actores explicitaran los motivos que los llevan a consumir bienes culturales -específicamente jazz-. En el análisis de las respuestas se precisó que predomina el gusto, sobre el cual se fundamentan sus intereses y en torno al cual giran sus necesidades, sumado al estilo de vida que se construyen, factores que potencian o tributan a un cierto grado de distinción o diferenciación social.

La entrevista reflejó una serie de preguntas dirigidas a la representación social del jazz, en virtud de realizar un análisis del significado individual que tiene para ellos esta expresión cultural. La identificación con este tipo de música, el nivel de información, el conocimiento y el acercamiento está dado por la existencia o no de tradición familiar, amigos, conocidos, si tiene por finalidad la formación profesional o si se pretende consolidar estudios de música con vista a analizar su incidencia en la música popular.

En cómo surgió el interés de los encuestados por los espacios de presentaciones de jazz el panorama ha sido diferente en mucho de los casos. En el componente más joven (19- 29 años) de la muestra, el 90 % respondió que el gusto por la música los incitó a buscar dónde disfrutarla, sentirla, vivirla y un 5 % añade como causa interesarse por los estudios musicales y otro 5 % degusta del jazz. Los menos jóvenes (30- 40) comparten que el gusto creó en ellos la necesidad de remitirse a lugares, en aras de satisfacer su deseo, aunque las relaciones de parentesco - abuelos y padres- tuvieron un peso importante y determinante en algunos de ellos. La incidencia de otros agentes de socialización que no son ni la familia ni la escuela, jugaron un rol decisivo en la formación de algunos. El 15 % de los

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

pertenecientes a la edad de 41- 51 plantean que la necesidad y el deseo que les incentivó la música los conllevó a indagar por los espacios de propuesta jazzística, a diferencia de los bailadores de Santa Amalia, quienes se motivaron fundamentalmente por el cine de la época y la entrada de los discos más actuales de música jazz. Es decir, tenían un vínculo primario con personas que venían del extranjero, en este caso, amigos que les traían de los Estados Unidos la música del momento.

No podemos olvidar que en la década del '50 los norteamericanos utilizaban a Cuba para promover sus espacios de producción y moda. El cine constituyó la vía esencial de incentivo del jazz en este grupo. A su vez, les tocó vivir el periodo de consolidación del proceso revolucionario, etapa en la cual se prohibió el desarrollo de esta música y, de cierto modo, con la intención de mantener un espacio jazzístico se vieron obligados a establecer su propio sitio de escucha y disfrute de la música.

Luego de analizar cada una de las entrevistas de los actores no se pudo identificar una regularidad a la hora valorar esta variable. Sin embargo es de destacar que casi la totalidad de la muestra seleccionada se identifica plenamente con esta manifestación de la cultura musical, que ha despertado el interés de ellos por adquirir conocimientos sobre el tema y en, algunos casos, el interés en profundizar los ha obligado a la búsqueda de información.

El acercamiento está dado de diversas maneras, pero el más significativo viene a través de la tradición familiar. Luego, los amigos, conocidos y parejas no son menos importantes y también han sido promotores del gusto por el jazz y el consumo de sus espacios. Se detectó un caso que reflejó su intención de formarse profesionalmente en este ámbito, no encontrando ningún interesado por argumentar la incidencia jazzística en la música popular. Todo lo antes expuesto atribuye un significado individual por el género, que se fortalece en estos medios de interacción.

Referido a este punto uno de los entrevistados plantea:

“Para mí es algo que pasa por gustos que tienen que ver con mi vida y con mi estilo de vida, aunque no tengo un estilo de música definido. El gusto va evolucionando desde que escucha y repercute en los sentimientos en determinados momentos”.

Otro nos dice:

“Mi interés por aprender nuevas cosas, eso me motiva mucho. Siento un gran interés por lo humanista – artístico, y creo que las manifestaciones culturales son una gran oportunidad para aprender de una forma más dinámica y entretenida. Además involucran a las emociones, lo que creo que va con mi edad”

Otro refiere:

“Mi interés por el jazz surge prácticamente de niño porque mi mamá trabajaba en la Biblioteca Nacional, donde hay una sala de música. Cuando yo iba con ella a su trabajo para que estuviera tranquilo me dejaba en la sala de música y los especialistas me ponían distintos discos. Desde la música clásica, que la escucha comenzó en mi casa porque a mi mamá le gustaba en correspondencia con la música jazz, fundamentalmente norteamericana, los llamados Standard. Mi estancia en la sala de música motivó todo el gusto intelectual que hoy tengo por ese tipo de género musical”⁸⁶.

Siguiendo el criterio de los expertos en los consumidores de jazz el interés por el género se evidencia por el gusto estético hacia este, la apreciación de la música y la búsqueda de placer. A la pregunta de cuáles son los recursos culturales, económicos y sociales que necesitas para acceder a estos

⁸⁶ Entrevista realizada por la autora a David López Ximeno.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

espacios, el 100 % de los jóvenes asegura que los económicos son sumamente decisivos para ser público de cualquiera de los espacios de propuesta jazzística, aunque este sea en Moneda Nacional. El 10 % considera que el complemento social se compone del disfrute del lugar y la unión de las variables económicas y culturales, mientras que un 15 % asegura que el matiz cultural es muy importante porque repercute sobre el gusto. Requiere de conocimientos para la comprensión de la música y de percibir lo que sucede en el espacio de presentación. Interés por conocer en qué consiste el jazz y qué se esconde en su contexto. Así mismo, el 100 % de los adultos jóvenes reafirma la importancia del presupuesto económico para frecuentar los espacios de presentaciones de jazz, también de manera conjunta le confieren gran valor al conocimiento del género, aunque un 5 % le atribuye un carácter social muy significativo y lo refleja al decir:

“El jazz es una música que te mejora como persona, mejora tus sentimientos humanos. Proporciona crecimiento espiritual. Sentimientos de placer, la renovación personal y disfrutar de la música. En mi caso yo lo convierto en maneras de vivir. Un sentimiento de crecimiento espiritual, de encantamiento”⁸⁷.

El 15 % de los adultos coloca en primer orden el gusto por el género, luego el conocimiento por este, aunque un 5 % estima que el consumo como complemento hace más agradable la estancia en el lugar. A esto se suma que el 70 % de los bailadores de Santa Amalia considera como un atractivo más del jazz consumir el espacio, además de la música, que constituye la principal motivación. La autora llama la atención sobre ello, pues a lo largo de las entrevistas realizadas, en la mayoría primó la afirmación que solo les interesaba el disfrute y goce del género. Es importante señalar que todos los grupos están relacionados con los espacios de acuerdo a su nivel de vida pero que el presupuesto es determinante para ellos; este es el que les permite interconectar música, espacio y consumo de bebidas.

El 40 % de los expertos señalan como elemento negativo la existencia de algunos espacios de jazz, cuyo acceso es en divisa. Es importante no obviar que los clubes o los espacios en divisa han sido diseñados para el área turística como un paquete más que se oferta a este, y ello limita el acceso de

⁸⁷ Entrevista realizada por la autora a David López Ximeno.

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

cubanos. Se sugiere, entonces, valorar la posibilidad de que pongan en práctica estrategias que de cierto modo permitan que de estos contextos participen otros sujetos que no sean solo los que poseen un elevado nivel de vida. Quizás poner en práctica el mecanismo que se aplica en los museos, a los cuales los cubanos pueden acceder con su moneda por un precio asequible. Aunque museos y clubes de jazz no son comparables en cuanto a tamaño, ni propósitos, igual se pudiera pensar en la propuesta en aras de fomentar el acceso al propio espacio, aunque la capacidad que se oferte sea pequeña. El otro 35 % alega que, salvando la barrera económica, el recurso cultural es sumamente importante pues en la población que gusta del jazz hay mucho conocimiento y avidez y muchos deseos de aprender sobre este tipo de música. Un 25 % plantea que el género es seguido por un público con una formación, con una cultura y con la pretensión de encontrar cosas novedosas en las propuestas artísticas. Con esto concuerdan en su mayoría los músicos, pues expresan que si el receptor no está preparado no goza del jazz porque le resulta carente de sentido.

En estas afirmaciones se evidencian de manera distinta en las personas sus intereses y motivaciones, así como las representaciones que se hacen del género en el espacio social que consumen, que también son diferentes. Estas denotan que sus sentimientos y emociones nacen como necesidades, donde el jazz alcanza un gran valor para ellas y, de cierto modo, genera una satisfacción espiritual. Esto no es otra cosa que saciar la necesidad generada por las expectativas que estos agentes llevan en su interior, cuya satisfacción es buscada de diferentes formas, para llenar una necesidad espiritual.

3.3.3 Las necesidades y estilos de vida en los espacios de música seleccionados

Las necesidades de las personas en torno al proceso de consumo cultural del jazz coinciden con los intereses de cada uno de ellos. Se apreció del igual modo que el gusto por esta manifestación cultural en la mayoría de los casos entrevistados se ha venido desarrollado a lo largo del proceso de socialización, ya sea a través de la familia, principalmente, y amigos o la escuela en el caso de los estudiantes de música. A esta óptica se ajusta en parte la teoría de Bourdieu, quien se refirió al

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

desarrollo de ciertas disposiciones que permiten normarnos dentro de un contexto sociocultural y que tenemos internalizadas como resultado del proceso de socialización del que somos parte, en torno a los diversos ámbitos culturales artísticos que se ofrecen en la realidad y que se traducen en el gusto.

La motivación y el placer en el 95 % de los entes que conforman la muestra están dados por el gusto hacia el jazz. La necesidad y el interés están en buscar dónde satisfacer ese deseo. Y la satisfacción está en el lugar que se escoge para la complacencia musical. El 5 % de la muestra comprendida entre los 19 y 29 años afirmó escoger para asistir al disfrute del género a los clubes y festivales, otro 10 % es asiduo a teatros y a los Jardines del Mella y un 25 % a otros espacios. De ahí que las variables antes mencionadas en este grupo estén estrechamente ligadas al ingreso.

Por otro lado, se observa que en los adultos jóvenes (30- 40 años) el 10 % de los encuestados manifiesta disfrutar del jazz en los clubes, y un 5 % en el espacio privado, a partir de lo cual podríamos plantear que denota un ejemplo de distinción por el consumo de la música. En el caso de los adultos (41- 51 años) el 10 % de la muestra consume jazz en los clubes; es notorio resaltar que son trabajadores por cuenta propia. Solo el 5 % restante goza del jazz en los festivales y en el teatro de Bellas Artes. Los bailadores de Santa Amalia, que representan el 35 %, tienen su propio espacio diseñado a gusto, e igual consumen otros espacios. Y un 5 % que disfruta de muchos espacios incluyendo en ocasiones el club.

Los encuestados expusieron diferentes tipos de razones que argumentan el porqué de la motivación, cómo buscan alimentar su satisfacción, sobre qué necesidades se apoyan, cuáles son sus intereses y cómo consiguen el placer, entre otras actitudes que manifiestan ante el género musical, específicamente como consumidores de este y del espacio en que se presenta. Así mismo, los expertos consideran que es preciso divulgar algunos de los espacios en aras de contribuir a la satisfacción de quienes buscan socializar en lugares donde media el jazz como componente cultural.

3.4 La distinción o las desigualdades en el consumo de los espacios de presentaciones de jazz en Ciudad de La Habana

Este acápite tiene como objetivo reflejar cómo el consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo se convierte en un elemento decisivo y a tener en cuenta en el proceso de construcción de relaciones grupales, rasgos identitarios y diferencias de algunos grupos en el contexto urbano capitalino y en espacios de intercambios de bienes materiales y simbólicos.

Existen desigualdades preestablecidas en algunos sujetos de los que conforman la muestra. Las mismas están dadas por la procedencia familiar que tienen, por el modo de vida que han adquirido o aprendido y en cierto modo por el contexto en que se desarrolla la persona como proceso de imitación. Con la observación se apreció que los grupos que se han consolidado en este sentido lo hacen a partir de las relaciones que establecen tomando en cuenta referentes asociados a estos escenarios, y atribuyen importancia al uso de símbolos compartidos a través de los cuales se identifican y se diferencian de otros grupos. Es notorio en dichos segmentos la definición o la conformación de sus estilos de vida, desde el consumo de ciertos bienes a los cuales le atribuyen sentido, valor y significado y sobre los que se apoyan para construir referentes identitarios o distintivos.

La complejidad de las dinámicas contemporáneas ha implicado cambios significativos en el modo de acceder a la cultura, lo que incide en los distintos procesos de construcción de relaciones sociales, grupales, estilos de vida, formas de consumo, construcción de identidades y diferencias. Los espacios, el tiempo del que se dispone, las formas de intercambio en que los sujetos se apoyaban para construir sus identidades y diferencias han sido objeto de transformación.

La aproximación a los procesos de consumo cultural en la capital ha revelado que el acceso a estos espacios de propuesta jazzística ha adquirido una enorme importancia en las prácticas, hábitos, usos y apropiaciones de los diferentes segmentos sociodemográficos y culturales que los visitan. En consecuencia, se observó la adopción de nuevas conductas sociales que definen nuevos parámetros de

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

participación social en estos espacios, lo que constituye, a nuestro parecer, un nuevo mercado cultural donde el espacio social juega un rol determinante y, a su vez, se encuentra fragmentado.

La diferenciación en estos espacios no solo se debe al curso que tomó la economía cubana luego de los años noventa. Existe una presencia de lugares en los cuales se conserva una herencia, donde hay una transmisión generacional en los públicos jazzísticos, aunque no mayoritaria; tal es el caso de Santa Amalia y Cayo Hueso, por mencionar los más conocidos. Cada espacio con su público y estos, a su vez, con características muy específicas; sobre todo en Santa Amalia se puede apreciar que son personas que provienen de sectores populares afrodescendientes que tuvieron y tienen mucha afinidad con el jazz, en los cuales han incidido de manera directa los problemas de identidad racial anteriores al triunfo de la revolución y que aún en nuestros días se mantienen.

Lo espacios de presentaciones de jazz en vivo se han convertido en escenarios de socialidad y al interior de estos los clubes son privilegiados por algunos segmentos, para la interacción, consumo de bienes y símbolos a partir de los cuales construyen sus identidades como grupo. En estos se legitiman o no y establecen o no sus diferencias como grupos con respecto a otros que participan del mismo contexto o de otros. Estos lugares son dinamizadores de relaciones grupales que se establecen, a partir de las representaciones que se hacen los individuos de la manifestación artística del jazz, práctica simbólica mediante la cual se conforman como grupo a través de las relaciones que construyen y que son un canal para diferenciarse de otros.

Las relaciones que se establecen en los espacios de consumo de música jazz se hallan asociadas fundamentalmente al gusto por el género. Estos vínculos que realzan los entes que consumen estos espacios se constituyen al interior de ellos sobre la base de significados que cohesionan a los sujetos involucrados. Estos sienten que el jazz es un catalizador cultural que favorece la construcción de relaciones grupales a partir de la conformación de un estilo propio e identitario como grupo, que, a su vez, les permite diferenciarse. De este modo, se evidencia cómo se establecen las semejanzas y diferencias entre estos actores cuando presentan interacciones con sus pares, comparten los espacios, prácticas y conocimientos que dotan de sentido y significado a las relaciones que se construyen en los

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

espacios de propuesta jazzística. La cohesión y fortaleza de estos vínculos se da, entonces, en torno al contexto, género musical y consumo de ellos.

Las prácticas sociales de estos actores se hallan directamente entrelazadas con las prácticas de consumo, que a su vez actúan como mediadoras de las relaciones que se legitiman al interior de ellos como agrupación en un contexto socializador más amplio.

Este estudio propició situar a los sujetos en los espacios de presentaciones de jazz, como protagonistas de la relación que crean, y como portadores de un discurso que les facilita establecer un intercambio sobre el cual fortalecen las relaciones sociogrupales que se legitiman en dichos escenarios.

El conocimiento del género fortalece y favorece estos vínculos, los cuales constituyen prácticas que se manifiestan en los espacios de consumo de música jazz, sobre la base de las representaciones sociales que subyacen en estas relaciones, contribuyendo con la formación de procesos diferenciadores al interior de estos grupos.

Los actores que consumen estas relaciones, a las cuales el conocimiento otorga sentido y significado, solidifican la cohesión grupal que se establece sobre la base de un consumo compartido, lo que representa para ellos nuevas experiencias, la adquisición de nuevas amistades, el intercambio que posibilita un reconocimiento que les confiere prestigio grupal, que contribuye al propio desarrollo de las relaciones sociales a las que se adscriben y con las que consolidan la construcción de un nuevo conocimiento cultural y la conformación de un estilo de vida diferente.

La obtención de información cultural y, con ello, la elevación del saber, además de contribuir a la formación de sujetos conocedores, hace que estos se vuelvan parte de un entorno social con la intención de encontrar y mantener un lugar donde buscar formas de relación, como medio de encontrar otras alternativas de disfrute y comunicación, compartir estados de ánimo y, de cierto modo, encontrar un espacio donde representarse y conseguir reconocimiento. Los ingresos son determinantes y significantes ya que contribuyen de manera directa a consolidar el prestigio social, sin importar otros

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

elementos que en la vida social son importantes, como el nivel educacional, institucional, el sentido de humanidad.

Se constató que los grupos que se forman en los lugares abiertos, motivados por el jazz, han construido un medio con un sentido identitario propio, peculiar -extendiendo las relaciones más allá de ese contexto- que los distingue de otros grupos que se conforman en este tipo de espacio y en espacios diferentes. La construcción de relaciones y el consumo de estos escenarios se convierte para estos sujetos -actores en una práctica con un alto grado significativo que los motiva a establecer una norma social que versa sobre la relación construida en estos espacios, que va más allá del contexto de las prácticas de consumo de estos-.

A su vez se aseveró que la fortaleza de las relaciones de los sujetos que consumen el jazz en vivo favorece la propia dinámica relacional que acontece en el consumo de estos espacios. La mayoría de los sujetos que conforman la muestra manifiestan que su integración a este tipo de relaciones se halla en el gusto por el género y los identifica el interés por consumirlo. El hecho de compartir gustos e intereses configura referentes que se consolidan en la legitimación de relaciones sociales.

El carácter constitutivo de las relaciones no puede verse por sí solo o en abstracto sino inmerso en la interacción social en la que se constituye y en los contextos en que adquiere significancia. Es necesario tener en cuenta que los vínculos que establecen los sujetos no se hallan asociados a un solo ámbito relacional, sino en diversos, por lo que es posible establecer relaciones en diferentes espacios y sentidos de pertenencia. Es importante no perder de vista que a través de su práctica y el consumo simbólico tienden a diferenciarse. Las distinciones a las que se hace referencia se plantean a partir de la participación en espacios de consumo de un género específico -el jazz- y de las relaciones que en ellos establecen.

El jazz en este caso es el elemento determinante. Alrededor de este se articulan prácticas de asociación y disfrute que favorecen el aumento de grupos en sus espacios de presentaciones. La participación de los espacios de consumo y las relaciones que se establecen están determinadas por el

Capítulo 3: Claves socioestructurales del consumo de espacios de presentaciones de jazz en vivo **Rosilín Bayona Mojena**

sentido de pertenencia al grupo, lo que condiciona un desarrollo espiritual, humano y social. La preferencia por compartir estos espacios implica en los actores ser parte de prácticas compartidas en su tiempo libre, específicamente, que contribuyen con su desarrollo cultural y social marcando un estilo de vida que los hace diferentes. El jazz es una música que te crece como persona, educa tu parecer. Desarrolla sentimientos de amistad, hermandad, empatía.

Se ha constatado también que las experiencias sociales de estos actores se expresan en su mayoría mediante la construcción de relaciones grupales basadas en estilos culturales distintivos, localizados principalmente en el consumo de los espacios de encuentro.

El consumo de estos escenarios aparece como una apropiación simbólica diferencial ante el consumo de determinadas prácticas culturales y materiales, que se consolidan y se perfeccionan en el tejido social con disposiciones estéticas, coherentes y significantes, que estructuran pertenencia y distinción como categorías relevantes en las relaciones establecidas. De este modo, el consumo media en el proceso de construcción de relaciones grupales y se presenta como una herramienta de sociabilidad configurando los vínculos que se establecen entre los consumidores.

Por las características que conforman al jazz como género musical, los entes que participan del consumo de sus espacios incorporan mediante ello rasgos distintivos. Del mismo modo configuran conexiones que posibilitan la adherencia de un conjunto de categorías sociales que se reflejan en sus gustos musicales, comportamientos, vestimentas, accesorios, intercambio cultural extendido a otros ámbitos, y las representaciones que del espacio se hacen, en las cuales las preferencias son ubicadas en orden de importancia para dotarlas de significado.

Con la entrevista se puede constatar que los encuentros en los espacios de propuesta jazzística se han convertido en una cita imprescindible para un segmento minoritario de los sujetos que los frecuentan. Estos escenarios se han caracterizado por ser fructíferos y oportunos para la construcción de relaciones grupales duraderas, no circunscritas solo a ellos sino extensivas a otros ámbitos de la vida social. Esto denota que nos son meros espacios de consumo y disfrute sino que se refuerzan como

puntos de encuentro para el comienzo de nuevas relaciones. Más allá del gusto y la preferencia, las interacciones que se logran en ellos incentivan el consumo de estos espacios y aumentan el acercamiento no solo al contexto sino al propio género.

Una entrevista comenta⁸⁸:

“Cuando comencé a visitar los espacios donde se hace jazz en vivo, solo lo hacía con mi novio. Poco a poco comenzamos a crecer y ya hoy somos un grupito. Hemos conocido a muchos, con los cuales nos llevamos muy bien y cuando nos encontramos compartimos y disfrutamos del encuentro y de lo que nos brinda el momento porque tenemos un interés común, el gusto por el jazz. Fuera de este marco seguimos siendo amigos, como si nos hubiésemos conocido de toda la vida. Somos ahora siete y más que compartir el jazz también somos parte de otros momentos. Nos visitamos, de manera estable, hacemos descarguitas, planificamos campismos, en las vacaciones pasadas le dimos la vuelta a Cuba y otras cosas más, además de tenernos presentes en nuestros días de cumpleaños y otras fechas significativas. Estos espacios me han servido para identificarme con jóvenes no solo afines a una misma música, sino que de cierto modo nos comportamos de manera similar y eso hace grato nuestros momentos de encuentro y estoy contenta de conocerlos y ojalá siempre sea así”.

⁸⁸ Entrevista realizada por la autora a uno de los miembros del público.

Consideraciones Finales

Las presentes conclusiones fueron redactadas a partir del análisis e interpretación de una serie de resultados que se obtuvieron en esta investigación. Este trabajo apunta el consumo del ambiente artístico y social de los espacios culturales de presentaciones de jazz.

La utilización de la dotación y terminología teóricas de autores han permitido su análisis en este estudio y su reflejo al hablar de “consumo” cultural en general, de “consumo” musical en concreto y también de “consumo” de espacios. Pese al uso que se realiza de ellos, la autora no pierde de vista que no son términos extrapolables a cualquier tipo de sociedad y que su análisis se enfoca hacia las sociedades de mercado. Por ello, el jazz, la cultura o los espacios, además de ser representados en un ámbito de “consumo”, se disfrutan o no, se aprovechan o no para fortalecer los recursos sociales o culturales, sin obviar la presencia de recursos políticos y de identidad. Es necesario resaltar el uso de estos para la prestancia y visibilidad social y la acumulación de oportunidades de vida en general, el estar cerca de determinados grupos, acercarse a ciertos “nosotros” o, por el contrario, huir de otros o de lo que uno no quiere ser y reniega, por citar un ejemplo.

El ambiente sociocultural de los espacios de consumo de presentaciones de jazz en vivo se construye a partir de procesos de apropiación y recepción que realizan los sujetos que acceden a ellos. El consumo de estos espacios se fundamenta sobre la base del gusto por el jazz como expresión cultural y musical. El gusto por el jazz es el agente a través del cual los sujetos se sociabilizan, interaccionan, consumen las representaciones que de estos espacios se hacen. Las interacciones e intercambios que se realizan se convierten en simbólicos y se ponen en práctica durante el surgimiento de las relaciones -grupales o sociales-, y son resultado de la construcción de sentidos en los cuales hacen visibles sus rasgos diferenciadores a partir de su constitución como grupo. A pesar de que la muestra que se seleccionó se compone de un grupo minoritario, se denotó el uso del espacio como eje posibilitador de la construcción de relaciones grupales.

El jazz, catalogado como música de públicos selectos, incita a significar su presencia en el contexto cultural y social actual, como elemento que le ataña al desarrollo sociocultural. De ahí que se haga necesario desde la academia profundizar en el entramado social que genera. Es importante explicar el estrechamiento que se deriva a partir del cómo se relaciona este género con las distintas dinámicas de consumo, en los espacios sociales que dan resultado a elementos diferenciadores al interior del público asistente en los distintos escenarios.

El género en la capital para su presentación posee dos lugares exclusivos permanentes, la creación de nuevos espacios para presentaciones esporádicas -semanales, mensuales y anuales, como es el caso de los festivales- pauta un rasgo diferenciador, por dos cuestiones. Una de ellas se debe a que el género musical es propio de Ciudad de La Habana, pues a pesar de que otras provincias del país, como Pinar del Río, Villa Clara, Holguín, Santiago de Cuba, por mencionar algunas, han hecho énfasis en diseñar espacios que respondan al desarrollo de este, no ha sido posible. La otra cuestión se debe a que en la propia capital no existen correspondencia o semejanzas en los distintos espacios de propuesta jazzística.

Una de las diferencias entre los grupos se da a partir de los lugares que frecuentan, las características de estos y el tipo de ambiente que se genera en sus escenarios de interacción, que son los de mayor confort, cerrados, que tienen una mayor tarifa para la entrada donde se consumen los artículos con más calidad y también con más alto precio.

En los clubes hay un grupo selecto, que está por encima y que marca una distinción y denota un “prestigio social” dado no a partir del conocimiento, el gusto, o la trayectoria musical que tengan muchos de los consumidores, que sí son indicadores que atraviesan a los grupos que van a todos los lugares, pero la diferencia está dada a partir fundamentalmente de posibilidades económicas. A diferencias del resto de los espacios en los que se trabajó.

La disponibilidad económica durante el proceso de entrevistas demostró ser una variable significativa para el acceso a los distintos espacios de propuesta jazzística. El 100 % de la muestra

acepta que el costo de la entrada tiene mucha importancia porque en dependencia de los recursos económicos con que se cuenta podrá ser escogido el lugar a visitar, así como el disfrute de la oferta que este brinda. Por tanto, las posibilidades económicas y el medio del que proceden, teniendo en cuenta la ocupación y los ingresos, son tomados en cuenta como factores determinantes, más que la comprensión y la escucha de la propia música. De ahí que no solo van a consumir la música, sino que consumen altamente los productos que oferta la gastronomía, todo lo que les brinda el espacio. Se comportan en estos sitios de manera diferente a como se conducen -ellos mismos- en otros lugares, motivados allí por el afán de hacerse notar, de ser el centro, para lo que promueven y desarrollan conductas y modos de hacer que los destacan por encima de los demás. Todo ello a partir de exhibir la manera en que se visten, modos en que se relacionan con los músicos, los accesorios que llevan, incluso accesorios musicales que han incorporado -instrumentos musicales con los que a veces se presentan allí-.

Es decir, hay un grupo de personas que cuentan con grandes posibilidades económicas. Se encuentran lo mismo profesionales, obreros calificados, u otros que tienen nivel de secundaria. En ellos se denota y hay presencia de un afán clasificador, diferenciador, que no está tan arraigado por la música, por el gusto y la comprensión pero que sí está atravesado por el ingreso, el afán de lucro, la ostentación, el interés en llamar la atención, y que se manifiesta en un grupo amplio de personas, que tienen evidentemente diferentes niveles culturales, edades o color de la piel.

En los grupos que asisten a las presentaciones jazzísticas existen diferencias que están marcadas por indicadores que interactúan de forma conjunta. En este sentido, las agrupaciones de sujetos se realizan desde el consumo de sus espacios, estos pueden encontrarse desde el contexto privado -la casa- o el contexto público -clubes, teatros, peñas-. Dichos espacios son mediadores de las relaciones o vínculos que se establecen y que a su vez se representan con un carácter distintivo, lo que hace que los sujetos que se adhieran a ellos adopten posturas diferenciadoras.

En las entrevistas a los expertos se apreció de igual modo que hay diferencias, ya marcadas, en los grupos que participan de estos espacios, que se reproducen con distintos matices y que se generan inicialmente por el uso de los espacios y que comienzan a ser significativas por el costo que tiene la

entrada. A estos acude un público que se caracteriza por tener una presencia más ajustada a los patrones. En dependencia del escenario el vestuario es menos informal, más clásico, con prendas y accesorios abundantes, que tienen una estrecha relación con los músicos y el contexto del que se forma parte.

La marca en la ropa es muy importante. Representa una de las formas manifestar el estar a la moda, lo cual denota una cierta independencia del gusto. El exhibirse en estos espacios con un vestuario y accesorios muy costosos supone aprobación social, resultado del buen gusto y representación de un buen poder adquisitivo. Las prendas de marca original tienen un precio muy alto en nuestras tiendas y en el mercado informal, con lo cual solo las personas con una buena remuneración económica realizan su compra para lucirlas, lo que evidencia una estrategia de diferenciación. El consumo de prendas caras atribuye estatus, conocimiento de estilos y tendencias en la moda y con ello conformaciones grupales.

Estos consumidores buscan ser centro de atención en el marco de la actividad que se está realizando, a partir de determinados comportamientos como caminar varias veces por el local, ir a visitar a otros grupos, ir a otras mesas, hablar en voz alta, saludar a los amigos. Hay una pugna porque se resalten determinados síntomas de exclusividad, reforzados por la tenencia de mejores recursos económicos -ingresos-, lo que se evidencia de muchas formas, no solo por lo que pagan para acceder a estos espacios -clubes-, sino de la forma en que llegan a estos, cómo se trasladan, en taxi o en vehículos propios o de familiares.

Se constató la existencia de una trayectoria por la música en los entrevistados. A partir del estudio con los grupos etáreos más jóvenes, se pudo apreciar que inclinación por el jazz tiene que ver fundamentalmente con la tradición familiar lo que favorece su reproducción en los sectores descendientes. En esta la adolescencia y el inicio de la juventud han sido determinantes en la elección de dicha música y el gusto por ella. Se aseveró en las entrevistas que fue la etapa en que se ha generado en los encuestados el interés por el jazz. De ahí que la motivación esté dada por la elección del espacio en correspondencia con los recursos culturales, económicos y sociales de los cuales se disponga, lo que

evidencia un indicador de diferencias o desigualdades, ya no solo en este grupo sino en la casi totalidad de la muestra.

El gusto, el conocimiento y el disfrute de este género musical en sus distintos espacios favorece un reconocimiento social reflejado en el comportamiento y estilo de vida que va adquiriendo cada sujeto participante en correspondencia con el grupo al que pertenece. Igualmente, se constató que las relaciones que establecen los individuos a partir de su gusto por el jazz están determinadas por el propio contexto social de este género musical, lo que hace que el gusto por el género quede condicionado socialmente y que propicie, a su vez, el surgimiento de grupos definidos a través de la construcción de relaciones que se canalizan en los distintos espacios.

La manera de ‘distinguirse’ ha sido buscada, y esa ‘distinción’ ha sido utilizada para expresar “soy de los tuyos” o, al menos, “quiero ser de los tuyos, ¿me permites serlo?”. Elementos con los que determinados actores reniegan de sus orígenes o atributos sociales o/y socioidentitarios para intentar ser como otros; o para ‘marcar’ estatus social, que les sirva de trampolín social, económico, cultural o político, en busca de reconocimiento social en amplia escala, y lograr ese estatus que ahora no tienen.

Pero también el “reconocimiento social” ha sido buscado en pequeña escala: “para que se me quiera” –“para que alguien me quiera”-, para encontrar reconocimiento del yo o acompañamiento de la soledad. La ‘distinción’ real o imaginada y, en todo caso, buscada, es usada simplemente para conquistar a otra persona, o para rodearse de una especie de carisma o autoridad sin la cual no podría manifestarse, etc.

En las tesis de Marx se evidencia una lógica de representación fundamental, que podríamos hacer extensiva a los ámbitos sociales, partiendo desde la transmisión del estilo por contagio y las distintas extrapolaciones de sentido que realizan los sujetos de un contexto simbólico a otro. Los espacios y, con ellos, los elementos que lo condensan, permiten la conformación o no de relaciones sociales de inclusión, exclusión, jerarquías, estatus y referentes de identidad o distinción grupal. Estas relaciones en muchos de los casos son susceptibles de operar con una economía bien remunerada que

manifiesta diferencias en las relaciones sociales. Las relaciones en torno al jazz se encuentran en correspondencia con el espacio; en los clubes generalmente se impone el consumo por encima del disfrute, mientras que en el resto de los espacios las relaciones se elaboran en torno al gusto, al conocimiento, al disfrute, lo formativo en cuanto al género.

Recomendaciones

En consideración al análisis realizado en la presente Tesis de Maestría se estima importante y se propone valorar los siguientes elementos:

- ✓ Propiciar un mayor acercamiento a los estudios de recepción musical, desde la perspectiva social, por nuestros investigadores en la academia cubana, así como ampliar desde la perspectiva teórica los estudios de este género musical.
- ✓ Se sugiere a las instituciones académicas y científicas continuar desarrollando sistemáticamente desde la perspectiva sociológica estudios en profundidad que enfoquen el contexto social, grupal o individual, tomando en cuenta los diferentes modos de comportamiento de los sujetos en escenarios específicos.
- ✓ Se recomienda a los medios de comunicación especializados en la información cultural, elevar la difusión o divulgación de las actividades de presentación de la música de jazz.
- ✓ Se sugiere a las instituciones estatales buscar vías o alternativas para la creación de espacios de propuesta jazzística con una presentación tan sistemática como la de los clubes con precios asociados al nivel de ingreso de la media poblacional.

Bibliografía

1. Acosta, Leonardo. **Los inicios del jazz en la isla de Cuba**. *La revista que suena*. No 20, p. 32-35.
2. ----- . **Interfluencias y confluencias entre las músicas de Cuba y los Estados Unidos**. En: *Mirar el Niágara. Huellas culturales entre Cuba y los Estados Unidos*. Compilador, Rafael Hernández.
3. ----- . **Descarga cubana: el jazz en Cuba 1900- 1950**. Ediciones Unión, 2000.
4. ----- . **Descarga número dos el jazz en Cuba 1950- 2000**. Ediciones Unión, 2002.
5. Adorno, Th. W. **Moda atemporal. Sobre el jazz**. En: *Critica de la cultura y la sociedad. I*. Editorial AKAL, S.A, 2008, Madrid, España, p. 109- 120.
6. Alonso, Luis Enrique. “**La era del consumo**”. Siglo XXI Madrid, España, 2005.
7. Araya Umaña, Sandra. **Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión**. <http://www.flacso.or.cr>
8. Bachs, M. **Representaciones sociales: pertinencia de su estudio y posibilidades de su aplicación**, 1991, p. 13. En: Bachs, M. Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. Papers on social representations, 2000. Threads of discussion, Electronic Version, 8 Peer Reviewed Online Journal, p. 1- 15.
Consultado en: www.swp.unilinz.ac.at/content/psr/psrindex.htm79. Acceso 8 de abril de 2009.
9. Bajoit, Guy. **La renovación de la sociología contemporánea**. En: *Cultura y representaciones sociales. Un espacio para el dialogo interdisciplinario*. Año 3, número 5, septiembre de 2008. <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num5/Bajoit.html>. Consultado 18 de septiembre 2008.
10. Barbero, Jesús Martín . **De los medios a las mediaciones**. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1987, p. 231. Versión digital.
11. Barthes, Roland. **La cocina del sentido**. En: *Selección de lecturas de Sociología de la Cultura*. Editorial Félix Varela. La Habana. Tomo I, primera parte, 2004, p.3-5.
12. Basaíl, Alaín. **Consumos culturales e identidades deterioradas. Políticas culturales y lo social cubano invisible**. En: *Sociedad Cubana Hoy. Ensayos de Sociología Joven*. Editorial

- Ciencias Sociales, La Habana, 2006, p. 233-252.
13. Baudrillard, J. **La sociedad de consumo**. Barcelona: Plaza & Janes, 1974.
 14. ----- . **El sistema de los objetos**. Madrid Siglo XXI, 1988 (1-edición 1969).
 15. Berger, Peter L, Thomas Luckmann. **La construcción social de la realidad**. Amorrutu editores, Buenos Aires. Versión digital.
 16. Biernacki P, Waldorf D. “**Snowball sampling**”. *Sociol Meth Res* 1981; p.41-63.
 17. Bourdieu, Pierre. **La distinción. Criterios y bases sociales del gusto**. Editorial Taurus, 1988.
 18. ----- . **Sociología y Cultura**. Traducido por: Martha Pou. Editorial Grijalbo. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes México, D.F, 1990.
 19. ----- . **Cosas dichas**. Editorial Gedisa. Barcelona, 1996, p. 134.
 20. ----- . **El origen y la evolución de las especies de melómanos**. En: *Cuestiones de Sociología*, Madrid, Istmo, 2000, p. 154-161.
 21. Bratus, B. S. y M. Febles “**El problema de las peculiaridades de las necesidades en el hombre**”, 1982. En: Colectivo de Autores *Algunas cuestiones teóricas y metodológicas sobre el estudio de la personalidad*, La Habana: editorial pueblo y educación.
 22. Cassirer. E. **Las ciencias de la cultura**. México, F.C.E., 1982.
 23. Castell, Manuel. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. 2a edición, 2000. Malden, Oxford: Blackwell.
 24. Coelho, Texeiras. Diccionario de **Políticas Culturales: cultura e imaginario**. Editorial Pandora, Jalisco 2000, p. 119.
 25. Colectivo de Autores. **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**, Madrid, Alianza Editorial, S. A, 1998.
 26. Combessie Jean- Claude. **El método en Sociología**. Colección Enjeux. Ferreyra Editor. La Découverte, 2003, p. 76 y 77.
 27. Conferencia del Dr. José Miguel Marinas. Profesor de la Cátedra de Sociología. Universidad Complutense, Madrid. **Consumo cultural y prensa escrita**. Dictada el 19 de febrero 2010 en el Departamento de Sociología de la Universidad de La Habana.
 28. De Cambra Bassols, Jordi. **Desarrollo y subdesarrollo del concepto de desarrollo: elementos para una reconceptualización**. Versión digital.

29. De Certeau, Michel **“Prácticas cotidianas”**, 1979. En: *Selección de lecturas de Sociología de la Cultura*. Editorial Félix Varela. La Habana. Tomo 1
30. Dos Santos, José. **Jazz en Cuba**. En: *Revolución y Cultura*. No 5/1994, p. 10-13.
31. U, Eco. **Tratado de Semiótica general**. Barcelona, España, 1992: Lumen IBOPE AGB Ratings TV: IBOPE AGB. Revista electrónica NEO, 2005, p. 51.
Consultado en <http://www.revistaneoe.com/base/superratingtv.asp>, el 15 de enero 2009.
32. Espina, Mayra, y otros. CIPS. **Aproximación al análisis de los cambios en la estructura social cubana**. En: Menéndez, M. (compilador) *Los cambios en la estructura socioclasista en Cuba*. Ciencias Sociales, La Habana.
33. ----- CIPS. **“Política social en Cuba. Equidad y movilidad”**. Ponencia presentada al Seminario Internacional: “Equity and Social Mobility: Theory and Methodology with Applications to Bolivia, Brazil, Cuba, and South Africa”, co- auspiciado por el PNUD/IPC y el David Rockefeller Center for Latin American Studies (DRCLAS) de Harvard University, 2007.
34. Espinoza, Vicente. **“La movilidad ocupacional en el Conosur. Acerca de las raíces estructurales de la desigualdad social”**. Instituto de Estudios Avanzados, de Santiago de Chile, 2002.
Consultado en:
http://www.asesoriaparaeldesarrollo.cl/secciones/documentos/movilidad_ocupacional_en_el_conosur.pdf.
35. Ferriol, Ángela. **Reforma económica y población en riesgo en Ciudad de la Habana**, INIE, CEPDE/ONE, 2004
36. García Canclini, Nestor. **Desigualdad cultural y poder simbólico**. Prólogo. En: *Pierre Bourdieu. Sociología y Cultura. Introducción: La Sociología de la Cultura*. Versión Digital
37. ----- . **“Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.”** En: *Revista Telos* # 19, 1989, p. 22.
38. ----- . **El consumo cultural en México**, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1992.
39. ----- . **Cultura y pospolítica**. México, UAM-Azcapozalco-CONACULTA, 1995, p. 29.

40. ----- . **Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.** México, Editorial Grijalbo.1995.
41. García, Vázquez Francisco. **P. Bourdieu. La sociología como crítica de la razón.** Editorial Montesinos, España. Biblioteca de divulgación temática, 2002, p. 111
42. Geertz, Clifford. “**Descripción densa: Hacia una teoría interpretativa de la cultura**”. En: **Sociología de la Cultura.** Editorial Félix Varela, La Habana. Tomo I, primera parte, 2004, p. 49.
43. Hopenhayn, Martín “**¿Integrarse o subordinarse? nuevos cruces entre política y cultura**”. En Mato Daniel (comp.) *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización* (Buenos Aires: CLACSO, 2001).
44. Joachin,Ernst Beredt. **El jazz. Su origen y desarrollo.** Fondo de cultura económica. México-Buenos Aires, 1962.
45. Jodelet Denise. **El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales.** En: *Cultura y representaciones sociales.* Disponible en: <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num5/jODELEt.html>. Consultado en noviembre 2008.
46. Khan, J. (comp.). “**La ciencia de la cultura**”. En: *El concepto de cultura.* Barcelona, Anagrama, 1986.
47. La cultura como arte: Agnes Heller en México. Entrevista realizada por Pablo Rodriguez el martes 6 de junio 2000 con motivo de una visita de Heller en ese país. Disponible en: http://www.feeye.uncu.edu.ar/web/epistemologia/Lineadetiempo/Documentos/Entrevista_%20a%20la_%20Soci%C3%B3loga%20Agnes%20Heller/entr-heller.htm. Consultado el 10 de marzo 2008.
48. Linares, C., Rivero, Y. y Moras, Pedro E. **Participación y Consumo Cultural en Cuba.** 2008, ICIC Juan Marinello.
49. López Ximeno, David. “**Newyorker's jazz**”. Poesía. Editorial Letras Cubanas, 2007.
50. Marx, C. **La ideología alemana,** Cap I. En: *Marx C., Engels F. Obras Escogidas.* Tomo I. Moscú, Editorial Progreso, 1983.
51. ----- . El dinero o la circulación de mercancías. En: *El Capital,* tomo I. Siglo XXI editores. p.134.

52. Masjuán, Ernesto. **Un sorbo de jazz y otro de cubana. Club la zorra y el cuervo.** Revista *Salsa Cubana*. No 4/1998. Pp. 14-15
53. Megías, I. y Rodríguez, E. **Jóvenes entre sonidos: Hábitos, gustos y referentes musicales.** Madrid, INJUVE, 2002, p. 12.
54. Mora, Martín. **La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici.** Athenea Digital, 2002. Disponible en <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf>. Consultado 18 de septiembre 2008.
55. Neufeld, Rosa María. **Crisis y vigencia de un concepto. La cultura en la óptica de la antropología.** En: *Selección de lecturas de Sociología de la Cultura*. Editorial Félix Varela. La Habana. Tomo I, primera parte, 2004, p.6- 35
56. Ortiz, Fernando. **Los factores humanos de la cubanidad.** En: *Fernando Ortiz y la cubanidad*. Selección de Norma Suárez. Colección de fuente viva. Ediciones Unión. Ciudad de La Habana, 1996, p. 8
57. Patton, M.Q.: **How to use qualitative methods in evaluation.** Newbury Park, C.A., Sage, 1987.
58. Piccini, Mabel, Ana Rosa Mantecón y Graciela Schmilchuk. **Recepción artística y consumo cultural. Prólogo.** Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Instituto Nacional de Bellas Artes, p. 11- 21.
59. Piqueras Infantes, Andrés. **A vueltas con la cultura y la identidad. Su significado en el capitalismo mundializado.** En: *Capital, Migraciones e identidades*. Universidad Jaume I. Castellón, 2007. Versión digital.
60. Pogolotti, Graziella. “La cultura fue conformando la imagen del cubano”. http://www.cubaminrex.cu/Mirar_Cuba/Entrevistas/cultura_entrevista_Entrevista_%20a%20Graziella_%20Pogolotti.htm. Consultado 08/06/2009
61. Ritzer,G. 1994 **Teoría Sociológica contemporánea.** México: Mcgraw- Hill. 1997.
62. Ruiz de Olabuenaga, J.L. **Estilos de vida e investigación social.** Biblioteca Fomento Social. Bilbao 1984. Ediciones Mensajera, p. 9- 69 y 263- 294.
63. -----. **Metodología de la investigación cualitativa.** Universidad de

- Deusto, 1996. Bilbao.
64. Rivero Baxter, Yisel. **Cuba: ¿Diferenciación cultural o desigualdad social?** En: *Sociedad Cubana Hoy. Ensayos de Sociología Joven*. Coordinador Alaín Basaíl Rodríguez. Editorial Ciencias Sociales, La Habana, 2006, p. 206- 232.
65. Salvador, Giner, Emilio Lamo espinosa, Cristóbal Torres. (eds). **Diccionario de Sociología**. Alianza editorial.
66. Sandoval Casilimas. Carlos A. **Investigación cualitativa**. Instituto Colombiano Para Fomento de la Educación Superior, ICFES. Bogotá, Colombia. COPYRIGHT: ICFES, 1996
67. Stuart, A.: "Encuestas por muestreo: II. Muestreo no probabilístico". En SILLS, D. (ED.): Enciclopedia internacional de las ciencias sociales. Madrid, Aguilar, 1975, vol. IV, p. 235-238.
68. Schmilchuk Graciela. **Venturas y desventuras de los estudios de público**. En Cuicuilco, nueva época, v.3, núm.7, mayo- agosto. p. 31- 57.
69. Schücking, Levin I. **Sociología del gusto literario**. Cuadernos de arte y sociedad. Instituto del libro, La Habana, 1969.
70. Simmel, Georg. **“Las grandes urbes y la vida del espíritu”**. En Simmel, Georg, *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 1996, p.249.
71. Somer, B.B.: “Sampling”. En **A Practical Guide to Behavioral Research**. Nueva York, Oxford University Press, 1980.
72. Sunkel, Guillermo. **El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación**. Segunda edición ampliada y revisada. Convenio Andrés Bello. Bogotá, D.C., Colombia, 2006. Consultado en:
http://books.google.com.cu/books?id=js9eKdJbyREC&pg=PA90&lpg=PA90&dq=Ingreso+consumo+cultural+%E2%80%93heterogeneidad+y+distinci%C3%B3n+social.&source=bl&ots=X9hG2gioFc&sig=Z6up93qPjAwjSciCYIU0jBJfDxM&hl=es&ei=P2VGS_GJOMqjIAei2cQF&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CBAQ6AEwAg#v=onepage&q=&f=false
73. Vázquez, J.M. Y López Rivas, P.: **“El muestreo”**. En **La investigación social**. Madrid, O.P.E., 1962.
74. Veblen, Thorstein. **Teoría de la clase ociosa**. 1988. Disponible en: www.elaleph.com. p. 371.

75. Viola, Andrés. **“La crisis del desarrollo y el surgimiento de la antropología del desarrollo.”**
En: *Andrés Viola (comp.). Antropología del desarrollo*. Editorial Piados, Barcelona, 2000, p.11.
76. Visauta, B.: **“El muestreo: Concepto y tipos”**. En *Técnicas de investigación social. I. Recogida de datos*. Barcelona, P.P.U., 1989, p. 143-164.
77. Visauta, B. Y Batalle, P.: **“Concepto y tipos de muestreo” y “Teoría elemental del muestreo”**. En: *Métodos estadísticos aplicados*. Barcelona, P.P.U., 1986, Tomo I, p. 14-22 y Tomo II p. 3-39.
78. Veblen, Thorstein, **Teoría de la clase ociosa**, 2000. Ediciones elaleph.com. – Copyright www.elaleph.com
79. Wegener, Robert H. **jazzstudie 06’Internet, eine Chance oder eine Gefahr für den jazz? Eine quantitative Studie zu den Interessen, Kauf- und Hörgewohnheiten sowie Zugangsbarrieren der jazzliebhaber der Festivals Willisau und jazzonze+**. 2006. Tomado de Internet. Fecha de acceso, 24/12/07
80. Williams Raymond. **“Cultura”**. En: **Sociología de la Cultura**. Selección de Lecturas. Editorial Félix Varela, La Habana, Tomo I, primera parte, 2004, p.36.
81. ----- . **“Hacia una sociología de la cultura”**. En: *Sociología de la Cultura*. Traducido por: Graziella Baravalle. Ediciones Paidós Ibérica, S.A, 1992, p. 9-30.
82. Willians, R.: **“Probability Sampling in the Field”**. En *Public Opinion Quaterly*, nº 14, 1950, p. 316-330.
83. Wriqth Mills, Charles, **La imaginación sociológica**, La Habana, Edición Revolucionaria, 1966.
84. Yin, R.: **“Case Study Research. Desing and Methods”**. Ed. Sage. Publications. London, 1994.

Anexos

Anexo 1 Guía de Observación.

- ✓ Espacio o evento. (Horario de las visitas)
 - Festival, Club, Peña.
- ✓ Características físicas de los espacios donde se realizan las presentaciones de jazz en vivo.
- ✓ (Amplitud del local, si es espacio abierto, la iluminación, la acústica (paisaje sonoro), ubicación, mobiliario, venta de bebidas y alimentos).
- ✓ Número aproximado de personas que lo ocupan.
 - Características de las personas.
 - Rango de edades.
 - Color de la piel.
 - Formas de agruparse.
 - Prendas y accesorios (vestido, calzado, aretes, pixels, dientes de oro)
- ✓ Hora de apertura y hora de cierre. Horario de mayor concurrencia.
- ✓ Horario de música en vivo.
- ✓ Horario de música grabada.
- ✓ Tipos de relaciones que se establecen entre el público que concurre.
 - Público – músico. (imitación, admiración, respeto, afecto.)
 - Al interior del público. (imitación, respeto, afecto, búsqueda en otro u otro para relacionarse)
- ✓ Características de las relaciones.
 - Existencia de subgrupos.
 - Aislamiento individual o grupal.
 - Distinción social.
- ✓ Formas de consumo.
 - Tipos de comidas, bebidas, cigarros.
 - Vestir a la moda, calidad, accesorios.
- ✓ Formas de consumo del hecho cultural.
 - Escucha permanente.
 - Transmite placer, gusto.
 - Palabras de admiración y elogio.
 - Si las personas se exhiben, se pavonean en el espacio.

- Personas con mala conducta, alcohólicos
- ✓ Características como espacios de encuentro y relaciones.
- ✓ Si existe o no un amplio estado de satisfacción espiritual, un disfrute pleno, agradecimiento total, de encuentros previstos o causales.

Anexo 2 Entrevista a Expertos.

1. Edad
2. ¿Dónde se formó? Escuelas
3. ¿En qué fecha?
4. ¿Qué tiempo lleva dedicándose a interpretar esta música?
5. ¿Dónde toca?
6. ¿Qué importancia le concede al surgimiento del jazz como expresión cultural musical en Cuba?
7. ¿Cómo valora usted la incidencia de la referencia jazzística en el acontecer de la música popular cubana?
8. ¿Qué segmento o grupo poblacional concurre a este espacio de propuesta jazzística? ¿Por qué?
, ¿Qué caracteriza a este público?
9. ¿Qué significado estima usted que le atribuyen las personas a este tipo de música?
10. ¿Cuáles son los recursos que utilizan los espectadores para asistir a los espectáculos donde se toca en vivo el jazz?
11. ¿Considera que acceder a espacios determinados conforma un público específico? ¿Por qué?
12. ¿Ha existido en usted la necesidad de buscar un público o crear su público? ¿Por qué?
13. ¿Considera usted que con su género, habitúa el público?
14. Puede agregar algo más.

Expertos entrevistados

1. Alberto Faya. Ex cantante del Grupo Moncada.
2. Alexis Vázquez. Presidente del Comité Organizador de Jojazz.
3. José Dos Santos. Cronista de jazz.
4. Inés Martiatu. Escritora.
5. José Reyes Fortún. Musicólogo.
6. Pedro de la Hoz. Crítico de jazz.
7. Carlos Fornés. Especialista en Jazzrock.
8. César Portillo de la Luz. Músico e interprete.
9. Ismael Rensoly. Locutor radial.
10. Maritza García. Socióloga, especialista en temas musicales.
11. Mery Córdova. Musicóloga.
12. Antonio Pinelli. Investigador.
13. Rosa Marquetti. Investigadora.
14. Leonardo Acosta. Músico e investigador.
15. Radamé Girot. Investigador.

Anexo 3 Entrevista a músicos.

1. Edad
2. ¿Dónde se formó? Escuelas
3. ¿En qué fecha?
4. ¿Qué tiempo lleva dedicándose a interpretar esta música?
5. ¿Dónde toca? o ¿Dónde tocó?
6. ¿Puedes contarme alguna anécdota de la historia del Jazz en Cuba?
7. ¿Qué motivaron sus primeros contactos con el Jazz?
8. ¿Cómo eran los espacios de Jazz en los cuales era protagonista?
9. ¿Para la realización de tus presentaciones tienes en cuenta el espacio, el público u otros elementos? ¿Por qué?
10. ¿Cómo describiría al público de las primeras presentaciones de Jazz que realizó?
11. ¿En la medida que se fue haciendo popular pudo observar alguna variación en su público?
12. ¿Qué representa el público en la presentación del artista? ¿Qué le aporta el público? ¿Qué esperas del público?
13. ¿Qué es lo que más le gusta al público de sus espectáculos?
14. ¿En sus presentaciones se ha fijado usted en la composición del público que asiste? ¿Cómo está conformado?
15. ¿Qué diferencia y que semejanzas encuentra en el tipo de audiencia que asiste a las presentaciones de Jazz y la audiencia de otros tipos de música?
16. ¿Compones para todo tipo de público o para uno determinado? ¿Cuál? Descríbame sus principales características -las características que percibe-.
17. ¿Has notado si las personas disfrutaban de tu música?

Músicos entrevistados

1. Alejandro Vargas
2. Alexis Bosch
3. Amadito Valdés
4. Bobby Carcassés
5. Roberto Julio Carcassés
6. Enrique Plá
7. José Iglesias
8. Pedro Jústiz
9. Virgilio López
10. Yasék Manzano
11. Tamara Castañeda
12. Carlos Emilio Morales
13. Ernán López Nussa
14. Harold López Nussa
15. Gastón Joyas
16. Orlando Sánchez

Anexo 4 Entrevista al público.

Datos Sociodemográficos:

Edad.....

Sexo.....

- ✓ Nivel educacional.....
 - ¿Dónde estudias?.....

- ✓ Ocupación.....
 - ¿Dónde trabajas?.....

- ✓ Ingresos
 - Salario mensual.....
 - Otros ingresos.....

- ✓ Lugar de procedencia.....
- ✓ Color de la piel

1. ¿Le gusta el Jazz?
2. ¿En qué espacios disfrutas del Jazz?
3. ¿Puede describirme los centros donde se escucha música Jazz?
4. ¿Cómo surgió su interés por estos espacios?
5. ¿Con qué frecuencia los visitas?
6. ¿Cuáles son los recursos culturales, económicos y sociales que necesitas para acceder a esta música? ¿Cuál o cuáles?
7. ¿Cómo valoras el ambiente que se crea en los espacios que disfrutas de la música Jazz?

8. ¿Las personas con que usted comparte en estos espacios son sus amigos comunes o son amistades que has construido aquí?
9. ¿Qué es lo que más disfruta usted de este espacio/medio: la música o el entorno que se genera?
10. ¿Consideras que el gusto por este género en un determinado público puede generar un estilo de vida diferente? ¿Cuál?
11. ¿Te consideras un promotor de esta música? ¿A quién o quiénes has motivado? ¿Por qué vía?
12. ¿Disfrutas de otros géneros? ¿Cuáles?
13. ¿Qué significa para usted acceder a los espacios donde se realizan presentaciones de Jazz?
14. ¿Qué le incentiva a disfrutar o formar parte de esta ocasión?

Anexo 5 Representación de la muestra

Edad	Sexo	Nivel educacional. ¿Dónde estudias?	Ocupación. ¿Dónde trabajas?	Lugar de procedencia.	Color de la piel.	Ingresos.	
						Salario	Otros
50	M	Universitario/ psicólogo.	Cuenta propia.	Playa, La Habana	Blanca	1000 MN	cuc
28	M	Universitario/Graduado de cultura física.	Cuenta propia en un gimnasio del Vedado.	Miramar, La Habana.	Blanca	+ 700 MN	cuc
80	M	Tecnológico.	Constructor.	Barrio Atarés.	Negra	315 MN	
73	F	Graduada de la Makarenko.	Maestra.	Víbora.	Negra	445 MN	
77	M	Universitario.	Actor.	Vedado.	Negra	450 MN	cuc
75	M	Universitario.	Obrero calificado. (laqueador, barnizador y dorador de muebles)	Santo Suárez.	Negra	430 MN	cuc
70	F	Universitaria.	Jubilada de la especialidad de Radio telegrafía	Santa Amalia.	Negra	312 MN	
77	F	Secundaria.	Trabajo doméstico	Centro Habana.	Mestiza	Ama de casa	
72	M	No	Oficio de sastre	Santa Amalia.	Mestizo	310 MN	Otros ingresos
72	M	Universitario.	INDER	10 de octubre	Mestizo	445 MN	Otros ingresos
61	M	Secundaria.	Obrero	San Miguel del Padrón.	Negro	265 MN	Otros ingresos
47	F	Universitaria.	Técnico medio en diseño promocional.	Habana del Este.	Mestiza	cuc	Otros ingresos

35	M	Politécnicos.	Mecánico particular.	Habana del Este.	Blanco.	cuc	cuc
24	F	Universitaria.	Soy profesora de de Piano en esta escuela.	Vedado.	Blanca	600 MN	Otros ingresos
42	M	Universitario.	Promotor cultural.	Habana Vieja.	Negra	500 MN	
24	F	Universitaria.	Periodista.	Guanabacoa.	Blanca	365 MN	Otros ingresos
38	M	Universitario.	Especialista de la casa de cultura de Playa.	Playa.	Negro	525 MN	Otros ingresos
30	F	Universitaria.	Relaciones públicas en el Hotel Plaza.	Víbora,	Blanca	465 MN	cuc
20	F	Técnico medio	Instructor de arte	Centro Habana	Negra	330M N	
20	F	Técnico medio	Trabajador Social	Santo Suárez.	Blanca	475 MN	

Anexo 6 Estructura poblacional de la muestra

Grupo de edades.	Blanco.		Negro.		Mestizo.	
	Masculino.	Femenino.	Masculino.	Femenino.	Masculino.	Femenino.
19-29	5.00%	15.00%		5.00%		
30-40	5.00%	5.00%	5.00%			
41-51	5.00%		5.00%			5.00%
52-62			5.00%			
63-73				10.00%	5.00%	
74 y más.			15.00%		5.00%	5.00%
Totales.	15.00%	20.00%	30.00%	15.00%	10.00%	10.00%
	35.00%		45.00%		20.00%	

Tabla 1 Estructura poblacional de la muestra

Anexo 7 Ocupación, Ingresos y Frecuencia de visita a los espacios.

Ocupaciones	Ingresos	Otros ingresos	Clubes		Teatros		Festivales Jazz Plaza y Jojazz.	Jardines del Mella.	Casas	Casas de amigos	Otros espacios.
			Zorra y el Cuervo	Jazz Cafe	Bellas Artes	Amadeo Roldán					
Universitario (Cuenta Propia)	1000 MN	cuc	S	S	N	N	N	N	S	N	N
Gimnasio (Propia)	700 MN	cuc	S	S	N	N	N	N	S	N	N
Diseño Promocional (Cuenta Propia)	cuc	Otros ingresos.	S	N	N	N	N	N	S	S	A
Mecánico Particular (Cuenta Propia)	cuc	cuc	S	S	N	N	N	N	S	N	S
Laqueador (Cuenta propia)	430 MN	cuc	N	N	N	N	N	N	S	N	S
Relaciones Públicas en el Hotel Plaza.	465 MN	cuc	N	A	N	N	N	N	S	N	S
Constructor (Obrero)	315 MN		N	N	N	N	N	N	S	S	S
Sastre (Obrero)	310 MN	Otros ingresos.	N	N	N	N	N	N	S	S	S
Obrero	265 MN	Otros ingresos.	A	N	N	N	N	N	S	S	S
Instructor de arte (Técnico medio)	330 MN		N	N	S	S	N	N	N	N	S
Trabajador Social (Técnico medio)	475 MN		N	N	N	N	S	S	S	N	N
Maestra (Universitario)	445 MN		N	N	N	N	N	N	S	S	S
Actor (Universitario)	450 MN	cuc	N	N	N	N	N	N	S	S	S
INDER (Universitario)	445 MN	Otros ingresos.	N	N	N	N	N	N	S	S	S
Profesora (Universitario)	600 MN	Otros ingresos.	A	N	N	N	N	N	S	S	N
Promotor Cultural. (Universitario)	500 MN		N	N	S	N	N	N	S	A	S
Especialista de Casa de Cultura (Universitario)	525 MN	Otros ingresos.	N	N	N	N	N	N	S	N	N
Periodista Universitario	365 MN	Otros ingresos.	N	N	N	N	S	S	N	N	N
Jubilada.	312 MN		N	N	N	N	N	N	S	S	S
Trabajo doméstico. (Ama de Casa)			N	N	N	N	N	N	S	S	S

Tabla 2 Ocupación, Ingresos y Frecuencia de visita a los espacios

Leyenda

S: Siempre

A: A veces

N: Nunca