.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Repositorio Digital Institucional

Tipo de documento: Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Deleite de la plebe: música, identidad y fernet con coca

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Jazmín Chianetta

Leandro Araoz Ortiz, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2019

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: http://repositorio.sociales.uba.ar/

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)
La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Repositorio Digital Institucional

.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES | FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Deleite de la plebe

MÚSICA, IDENTIDAD Y FERNET CON COCA



Jazmín Chianetta
DNI 33.845.286 | jazchianetta@gmail.com
TUTOR: Mg. Leandro Araoz Ortiz
laraozortiz@gmail.com

TESINA DE GRADO
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
2018

Chianetta, Jazmín
Deleite de la plebe : música, identidad y fernet con coca / Jazmín Chianetta. - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Carrera Ciencias de la Comunicación, 2019.
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga
ISBN 978-950-29-1776-4

1. Identidad. 2. Clase. 3. Género. I. Título.
CDD 305

La Carrera de Ciencias de la Comunicación no se responsabiliza de las opiniones vertidas por los autores de los trabajos publicados, ni de los eventuales litigios derivados del uso indebido de las imágenes, testimonios o entrevistas.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina (CC BY-NC-ND 2.5 AR)

Resumen

En este trabajo se indaga la configuración identitaria de los consumidores de fernet con coca desde las relaciones entre el consumo de alcohol, la producción y escucha de música, y los escenarios de socialización.

Se apela al análisis de materiales musicales de una diversidad de géneros para construir relaciones y excepciones que ayuden a delinear límites y tensiones que se producen en el terreno cultural.

Para ello se estudia el objeto a partir de elementos del análisis del discurso, la teoría de la enunciación y la etnografía, como metodologías que permiten el abordaje de la construcción de la identidad/ otredad desde lo dicho y no dicho, y las percepciones de los propios actores narrados en los relatos.

Palabras clave

IDENTIDAD - CLASE - GÉNERO - CONSUMOS - RITUAL - OTREDAD - MÚSICA - ALCOHOL - DISFRUTE - CELEBRACIÓN

Índice

1. Introducción 5

Sobre el fernet y el orden simbólico 6

2. De los barcos a las bailantas 8

Hielo y jarra 11

3. Quemando el borde para no cortarse. Reflexiones sobre cómo tomar el objeto 15

El consumo como práctica: rituales, disputas y resistencias 17

Identidades sociales 23

Música popular 25

Cómo abordar el objeto y que no haga pura espuma 31

Sobre el corpus 32

Escuchar con moderación 38

4. Capítulo I: Las pibas, ¿se mueven por un trago de alcohol? 50

5. Capítulo II: Para el deleite de la plebe 61

6. Capítulo III: La barriada de copa en copa 75

7. Algunas palabras finales 82

8. Bibliografía 84

9. Material consultado 88

Sitios web 88

Artículos en medios gráficos 89

Introducción

Alguien, alguna vez (como inicia cualquier cuento que se precie) dijo: "¿fernet? eso lo toman los negros", y sin querer una frase -para nada inocente- dio cuerpo a este trabajo. Se propuso suspender la tentación de contradecir rápidamente ese dicho y, en su lugar, reflexionar analíticamente los elementos de su génesis.

Generó una pregunta, ¿por qué dicen que el fernet es de negros? lo que llevó a otras preguntas: ¿Qué cualidades tiene que lo reenvía tan inmediatamente al universo marginal? No se trata de las cualidades intrínsecas del objeto, las respuestas provienen más bien del entramado significante a partir del cual se lo nombra.

En el Seminario de Cultura Popular y Masiva, de la carrera de Comunicación Social, uno de los requisitos para acreditar la materia era analizar un objeto de la cultura en torno a las discusiones que proponía el currículo de la cátedra: acerca de las clases subalternas, la negritud, los consumos masivos, la otredad, la circularidad y la tensión entre lo hegemónico, lo emergente y lo resistente; y esta consigna habilitó una primera aproximación a responder esas preguntas iniciales. El resultado fue un trabajo de breves páginas que motivó a indagar un objeto que no era estrictamente comunicacional (no se trataba de una película, televisión, medios gráficos, obras de arte, o música), sino una mercancía que contaba con la particularidad de unir todas esas aristas, que sí cumplía con ser un consumo cultural, porque permitía merodear por las reflexiones teóricas y discusiones sobre las tensiones en el terreno cultural.

Esa indagación descubrió una prolífica retórica en torno al fernet con coca, a su consumo y sus consumidores. Es retratado en composiciones musicales, viñetas gráficas, publicidades, ilustraciones, poemas, rezos, foros web, colecciones de tatuajes, y hasta se lo menciona como parte de una filosofía de vida.

Entonces el fernet con coca no (sólo) es una mercancía: es una narración. Ningún bien es llanamente una mercancía, los objetos (en sentido amplio) se compran, se distribuyen en el espacio o en el cuerpo, se les asigna una función "en la comunicación con los otros", y de este modo se convierten en recursos para pensar el mundo en interacción con los demás (García Canclini, 1995:47).

En múltiples materiales discursivos se relatan los modos y formas de consumo, sujetos implicados y escenarios en los que se sitúa la práctica fernetera; es decir no sólo *qué* se

bebe sino *cómo* se hace. Esas construcciones discursivas están enmarcadas en formas culturales e históricas que actúan como formas mediadoras entre la experiencia social y lo que se dice sobre ella. Y eso es lo que interesa en este trabajo, quiénes se construyen en los relatos ferneteros, de qué modo, qué y quienes quedan afuera, y cómo se percibe ese límite. Consumir implica decir algo sobre sí mismos, sobre el propio mundo de relaciones, la propia cultura, espacio y tiempo, resulta, como material significante, un proceso de comunicación.

Es posible analizar esta mercancía como narrativa en tanto que, como tal, construye formas de representación y comunicación del mundo que ponen en funcionamiento experiencias que nutren un sentido común acerca de las identidades sociales. Se apuesta a indagar esas concepciones en la música, y cómo se presenta el consumo de alcohol como práctica lúdica en los materiales musicales. No sólo implican elementos que le conceden modos de figuración sino que suponen su acervo constitutivo. Se trata de ejes que articulan una identidad asociada a una cierta configuración de clase, étnica-racializada, y de género.

Sobre el fernet y el orden simbólico

Los consumos culturales, y con ello la configuración de un estilo, dado por el gusto musical, artístico, la corporalidad, gestualidad, el léxico, la vestimenta, elaboran una pertenencia social (Miguez, 2006) que se ubica central en la integración identitaria de un grupo. Estudiar la dimensión simbólica del consumo de alcohol interesa como esfera significativa que explora escenarios que remiten a diversos modos de apropiación sociocultural, particularmente en el tratamiento de este trabajo el fernet con coca como epicentro de esa configuración, donde las elecciones hablan de las identidades, y también de lo posible o no posible en un determinado recorte social.

Los mencionados escenarios pueden pensarse desde el orden de lo festivo y afectivo, en los cuales se sostienen y circulan prácticas disruptivas, en tanto que éstas descubren otras formas de experimentación y percepción (Scribano, 2009), a partir de considerar las identidades en el marco de los encuentros celebratorios como punto de convergencia, que resaltan la excepcionalidad de la experiencia festiva.

A partir de la música, como consumo cultural que “colabora en la construcción de sentidos de pertenencia y representaciones” (Entwistle y otros, 2012: 2), se pretende indagar en las configuraciones de clase y género como expresiones vertebrales en los procesos

constitutivos de las identidades sociales. Según los parámetros culturales que prefiguran feminidades y masculinidades se anticipan modos de hacer para unas y para otros, como también este funcionamiento se pone de manifiesto de acuerdo a la condición de clase que siempre se establece en torno a una alteridad que sutura las identidades, también constituidas por aquello que se encuentra afuera de sí mismas.

Investigar la dimensión significante de una práctica ritualizada de la cultura popular argentina lleva a preguntarse por las representaciones de cierta experiencia de consumo y cómo emerge su significación, y por tanto cómo se piensa y narra a sí misma una cultura.

Por todo lo anterior resulta relevante analizar el fernet con coca como elemento discursivo, ya que permite reflexionar sobre los modos de construcción de una otredad, de una identidad propia y de las fronteras que se establecen entre ambas. Permite reconocer las transgresiones a esas fronteras y qué signos componen la controversia. Y desde una mirada antropológica y de género interesan los procesos que sitúan en el centro de la escena las percepciones de los actores de los relatos, sus decires y omisiones, en un lugar que merece ser reconocido y legitimado, y no sentenciado por no coincidir con la perspectiva ideológica dominante (o de quien escribe o analiza).

Este análisis supone el valioso ejercicio e intento de pensar las elecciones del universo popular como legítimas, más allá del juicio dominocentrista que advierten Grignon y Passeron (1991), centrado en los sectores dominantes como péndulo, y más acá de una cultura popular que se propone con características propias que tienen mucho para contar. Se trata en definitiva de reconocer las disputas plebeyas en el terreno cultural.

De los barcos a las bailantas

Dentro de los licores de tipo *amaro,* se clasifica al fernet como una bebida alcohólica “de color oscuro y aroma intenso, elaborado a partir de varios tipos de hierbas (mirra, ruibarbo, manzanilla, cardamomo, azafrán, entre otros) [...] cuya graduación suele rondar los 45º” (Ablin, 2012: 49).

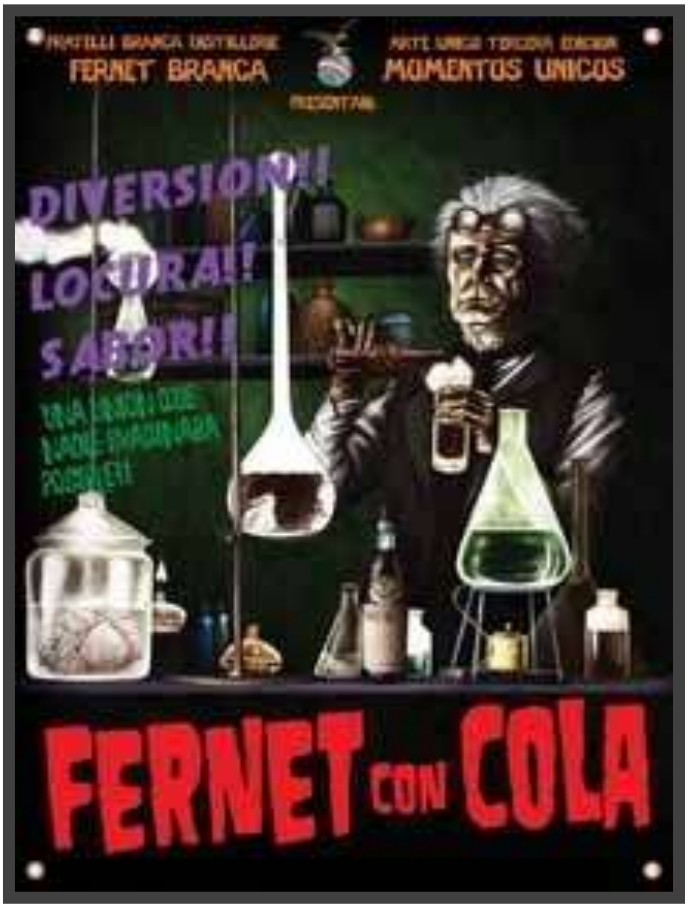
Sobre el origen del fernet hay versiones divergentes rastreadas en distintos medios gráficos y sitios web. Se sostiene que pudo originarse en Francia; en República Checa o de la mano de un médico sueco de apellido Fernet (di Génova, 2011). La versión más difundida es la institucionalizada por la empresa Fratelli Branca -debido a su producción y posición simbólica en el mercado-, que sitúa el origen del fernet en 1845 en Milán, Italia como creación del farmacéutico Bernardino Branca (Branca.com.ar, 2013).

Si bien no hay suficiente información indiscutible, la mayoría de testimonios y fuentes (medios gráficos de tirada local y nacional, sitios web, institucionales de las empresas elaboradoras) indican que en Argentina se comenzó a beber este amargo mezclándolo con bebida cola a fines de la década del 80. Coinciden las fuentes en que esa combinación surge en la provincia de Córdoba, donde, a raíz de una extensa comunidad de inmigrantes italianos, la bebida tenía gran aceptación. Aun lejos del puerto de Buenos Aires (donde llegaban los italianos de los barcos y donde se comenzó a elaborar en 1925 Fernet Branca, la única concesión fuera de Italia), se popularizó el fernet con coca en territorio serrano puntualmente por la mencionada combinación.

En el sitio oficial de Fratelli Branca narran que el fernet llega a Argentina con las migraciones italianas del siglo XIX; en 1925 la compañía decide elaborar el amaro en el país a partir del extracto enviado desde la casa matriz italiana. Luego, en 1941, inicia la producción local de la bebida en una planta en Parque Patricios (CABA), única producción fuera de Italia. En 1982 amplían la elaboración con la construcción de una amplia bodega en Tortuguitas (Buenos Aires), y finalmente en el año 2010 se construye una segunda bodega de 15.000 m2 en la misma ciudad.

La misma empresa reconoció que el fernet con coca surgió en Córdoba, a raíz de la “creatividad de un grupo de jóvenes apoyados por el marketing de Branca" (Minuto Uno, 7

mayo, 2013)[1]. A pesar de lo recién expuesto el origen del "fernandito" o "fernando" (que son dos nombres populares de la mezcla) no data un momento concreto. Dos versiones contrapuestas agregan que, o bien el consumo de fernet con coca era una práctica habitual entre la juventud cordobesa y que fue apropiada por el marketing de Fernet Branca, o bien; a raíz de una apuesta publicitaria de la empresa comenzó a popularizarse el trago (La Nación: Revista Brando, 2011).



Publicidad de Fernet Branca. Según una nota publicada en Revista Brando del diario La Nación data de 1988 o 1989.

Según una entrevista al "Negro" Becerra publicada en 2004 por el diario La Voz del Interior, el fernet con coca se inventó en la localidad cordobesa Cruz del Eje, creación del propio

[1] En el semanario italiano Libero Quotidiano se afirma: "**Il long drink**, decisamente sconosciuto in Italia ma qui popolarissimo, nasce nella provincia di Córdoba, la città a 750 chilometri da Buenos Aires". *El trago largo decididamente desconocido en Italia pero aquí popularísimo [en Argentina] nace en la provincia de Córdoba, la ciudad a 750 km de Buenos Aires*] Libero Quotidiano, (13/08/2009) [en línea] Recuperado de: http://www.liberoquotidiano.it/news/libero-pensiero/18251/argentina--spopola-il-fernet-.html

entrevistado, personaje referente de la cultura local, y miembro del grupo Los Twister Boys[2], quien de manera fortuita combinó el licor con la gasesosa por no encontrar soda.[3]

De acuerdo a un estudio realizado por la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas hubo un salto cuantitativo que indica que el consumo de fernet se triplicó entre el año 2000 y 2010, y que Córdoba era la principal provincia consumidora de fernet, llegando a un 30% de la producción total del país (Ablin, 2010). A principios de los 80 los jóvenes cordobeses extendieron la práctica de mezclar bebidas alcohólicas con cola, como el whiscola o el gin con cola, esta vez con fernet. Coincide cronológicamente la creciente popularidad del fernet con coca, sin relación de causalidad, (al menos no es posible demostrarlo aquí y no es objeto de este trabajo) con el afianzamiento de la escena tropical en Buenos Aires, que según Alabarces y Silba desde entonces "es sinónimo de cumbia, cuarteto y chamamé" (2014: 59.)

Según se escribe en el diario La Nación el fernet con coca comienza a expandir su consumo a la periferia bonaerense debido a "la modernización de la música tropical del interior y su importación a Buenos Aires, la diversificación del mercado argentino de bebidas alcohólicas, una presencia centenaria en las mesas familiares del domingo, que se transformó en tradición, y una efectiva campaña publicitaria" (La Nación, Revista Brando, 2011). Para el final de la década de los 90, momento de auge para el cuarteto, el trago se extiende fuera de las fronteras cordobesas, no sólo a la zona rioplatense[4], sino también a las provincias cuyanas y del Noroeste.

Un dato que remarca la popularidad que fue adquiriendo la bebida, es que en 2014 el fernet ingresa en la lista de Precios Cuidados, donde compartía con cervezas y vinos su lugar en la sección de bebidas alcohólicas. Se trataba de un Programa Nacional de Precios vigente hasta el 7 de septiembre de 2016, que buscaba contener el impacto inflacionario a partir de

[2] Conjunto cordobés de rock and roll formado en la década del '60, integrado por los hermanos Tissano, Cacho Espinoza, Roberto Ahumada, Negro Becerra y Mario González (Jairo).

[3] Jairo fue quien reconoció en el Festival Nacional del Olivo en 2004 que el "Negro" fue el inventor del fernet con coca. Ver: La Voz del Interior, 28 marzo 2004 [en línea] Recuperado de: http://archivo.lavoz.com.ar/2004/0328/Espectaculos/nota231087_1.htm

[4] En la Ciudad de Buenos Aires, hace diez años, cada 31 de octubre se celebra el Día Nacional del Fernet en El Planetario, barrio de Palermo. La invitación circula en las redes sociales, y el imperativo es llevar fernet, coca, y festejar una "costumbre argentina". Ver: https://www.facebook.com/diadelfernet/

establecer un precio acordado entre proveedores, distribuidores y empresas comercializadoras para la oferta de productos de consumo masivo[5].

De acuerdo a discursos musicales que conforman el corpus de esta tesina, relatos en sitios web, notas periodísticas y videos de consumidores versados[6] el fernet con coca exige modos de preparación y cuenta con un protocolo para su consumo.

Hielo y jarra

Es necesario contemplar la formalidad de la preparación del trago para comprenderlo como fenómeno ritualizado, según las cuales se deben respetar las proporciones de los componentes del trago. Aunque las medidas difieren de acuerdo a los gustos de los consumidores, podrían resumirse en tres: a) 90% de coca, 2 hielos y 10% de fernet (bautizando así a un trago con este licor) b) 80%-20%, y c) quienes se asumen más osados juegan con un 70%-30% o un 50%-50%. Como si de un partido de fútbol se tratase, a ver quién resiste la mayor graduación alcohólica.



Recipiente que señala tres medidas del trago: "Heavy metal", "Pop" o "Soft".

[5] El Secretario de Comercio entonces, Augusto Costa, había afirmado que incorporaron el fernet al Programa de Precios Cuidados porque es "un consumo popular que la gente demanda". Recuperado de: https://www.infobae.com/2014/05/29/1568564-precios-cuidados-incorporamos-el-fernet-porque-es-un-consumo-popular-que-la-gente-demanda/ [en línea]

[6] Ver: "El secreto del fernecito" en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=LhFYIw8_fcA&t=5s. También: "Cómo hacer un fernet con Coca perfecto" en: https://comida.uncomo.com/articulo/como-hacer-un-fernet-con-coca-perfecto-35983.html [en línea]



Ilustración lúdica de consumo regional.



Proporciones para elaborar el trago según la empresa Branca.

Una vez realizado lo anterior, para que se considere una buena elaboración, la bebida debe tener un dedo de espuma y si es demasiada se "corta" con un chorrito de fernet al final.

También se sugiere tener en cuenta la marca de la bebida, porque esto demarca una apuesta estética por lo original, lo tradicional, como si lo que primero se instala fuera lo legítimo y las otras marcas fueran sustitutos de "mal gusto". Así lo explicitan las letras: "Quiero que sea Branca, no cualquier invento*" (Vylan dame el fernet,* NG el demente*)*; lo mismo ocurre con la gaseosa que acompaña: "la coca es pal fernet / ni tónica ni soda/ fernet pero de ley*" (La coca es pal fernet,* Lula Fernández); y también: "no quiero terminar en una celda sin mi fernet con coca, Coca-Cola"© (*Fernet con coca,* Vilma Palma e Vampiros).

Otro elemento de importancia es el soporte en que se bebe, que se señala compartido. El fernet se toma en un vaso grande que gira entre los participantes de la ronda fernetera: se toma en jarra, "viajero" o "mamila", que cumple de reemplazo cuando no se tiene un vaso, se fabrica a partir de una botella plástica cortada, y se doblan sus bordes con calor (la llama de un encendedor basta) para que no corte al acercarlo a la boca. Incluso hay videos tutoriales que explican paso a paso cómo sofisticar la técnica, para lograr caseramente un vaso térmico[7].



Capturas del tutorial "Cómo construir el PROPIO VASO", disponible en YouTube.

Y por último, una condición valorada es que el fernet no produce “resaca”. Este punto aparece más como una leyenda popular comprobada por sus consumidores, pero que

[7] Ver: "Cómo construir el PROPIO VASO!!!" en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=gPaJwSSHB9I [en línea]

puede explicar su nivel de consumo: "Esperá la resaca eh, ese gil le pago un freezé" (Tomo fernet, *Los Turros*).

Quemando el borde para no cortarse. Reflexiones sobre cómo tomar el objeto

Para trabajar la propuesta de esta tesina es necesario apuntar algunas ideas centrales y conceptualizaciones que sirvan como enfoque para su desarrollo y localicen algunos puntos de partida sobre el objeto de estudio.

En primer lugar, se presenta una descripción de lo que se entiende aquí por práctica ritualizada, que demarca ciertas escenas y alteridades en torno a un objeto cultural. En antropología se ha conceptualizado y estudiado en profundidad el rito y los procesos de ritualización. Es posible pensar las prácticas de consumo cultural modalizadas de manera ritual en un caso particular: beber fernet con coca[8].

Analizar un consumo cultural, en tanto bienes a los que se les atribuye un valor simbólico en un campo, y que manifiestan mecanismos de distinción y diferenciación social, además de representar un valor en el mercado, presenta el desafío de reflexionar en torno a una noción central en este trabajo que refiere a las identidades sociales. Se analizará, entonces, la construcción identitaria en la disputa discursiva, donde las prácticas e identidades se construyen. Los discursos que se presentan no cristalizan una realidad externalizada e independiente, sino que las identidades, los grupos y prácticas son producto de la constitución discursiva de lo social.

Al reflexionar en torno al consumo compartido de un objeto cultural se distinguen identidades que se analizarán a partir de lo dicho sobre las feminidades, masculinidades y la pertenencia social de los grupos en interacción, indagando en las alteridades construidas en el discurso: los *otros* y los *nosotros*.

De este modo, también se manifiestan escenarios particulares: la celebración y la fiesta como espacios donde circulan y se vinculan los aspectos mencionados previamente, con el protagonismo del consumo de alcohol como un organizador socio cultural. Y se recorren ciertas reflexiones acerca de la música popular, puntualizando en los tres géneros musicales predominantes del corpus: cumbia, rock y cuarteto, como trasfondo donde se busca entrever las relaciones y contradicciones con el objeto de estudio.

[8] Siempre que se mencione en este trabajo fernet con *coca*, se hará referencia a las gaseosas tipo cola, respetando el modo en que es señalado predominantemente en las líricas del corpus recortado.

De este modo la metodología de investigación propuesta para este trabajo recorre canciones y texturas musicales distintas donde se presenta el caso estudiado: el consumo de fernet con coca[9]. Se apunta una tipología de dichas canciones, y finalmente se dedican unas palabras a las particularidades y características de las composiciones que integran el corpus analizado, porque presentan vivencias, identidades y otredades que dan cuenta de un modo de entender la experiencia social.

Las problemáticas y reflexiones que se siguen en este apartado refieren a preguntarse por la configuración de una identidad comunitaria dada por compartir la elección de un bien, de qué modo la musicalidad expresa o no sentidos disímiles en referencia a esa elección, las desigualdades que pueden presentarse en esta discriminación de consumo, y su reenvío a determinado universo ético y estético.

[9] Por una cuestión estilística y para facilitar la lectura cada vez que se mencione "fernet" en este trabajo se hace referencia a su mezcla con cola, a excepción de casos donde expresamente se indique de otro modo.

El consumo como práctica: rituales, disputas y resistencias

Un tema que ha suscitado considerable interés en estudios antropológicos y sociológicos refiere a la tendencia de todos los grupos sociales de privilegiar ciertas prácticas sobre otras, porque las significan de un modo particular y están cargadas de un valor simbólico que les otorga mayor importancia y las distingue.

Si bien los términos rito, ritual y práctica ritualizada parecieran intercambiables, lo que se analizará en este trabajo de investigación se trata de una práctica que cumple con ciertas características rituales. Un rito "constituye, ante todo, una práctica, un mecanismo simbólico de la vida social, que, a escala general o sectorial, contribuye a la regeneración permanente o periódica de esa vida, a lo largo de las generaciones, mediante su repetición". Mientras que "lo propio de todo ritual estriba en conferir un sentido a la vida, o a alguna de sus facetas o momentos. El ritual comunica, transmite un sentido compartido y valorado, del que se derivarán normas de acción" y celebran los ritos (Gómez García, 2002:3).

Una práctica ritualizada, en cambio, no cuenta con la rigidez, elaboración y trascendencia que goza el ritual ya que no se encuentra fuertemente ligada al universo de los mitos y creencias (sean éstas políticas, religiosas, como sí ocurre con las acciones rituales); aunque comparte cierta repetición y normativa codificada que contribuyen a la formación y comunicación de un sentido comprendido e integrador (Op. Cit, 2002:3). Se trata, entonces, de destacar ciertas acciones por sobre otras y distinguir ciertos valores en un determinado grupo. El consumo de fernet con coca recorta escenarios, sujetos, momentos y contextos particulares. Se intentará pensar este consumo cultural en tanto práctica ritualizada, lo que implica distinguirla de otras acciones cotidianas (Bell, 2009:221).

Pueden identificarse aspectos ritualizados en las características de consumo del fernet con coca, popularizado en Argentina como “fernandito” o “fernando”.

La ingesta de bebidas alcohólicas se convierte en un organizador sociocultural que “expresa y simboliza mecanismo globales comunitarios que halla justamente en el alcohol un instrumento privilegiado de expresión” (Menéndez, 1990: 68), y que estructura una experiencia integrada por regularidades que enfatizan su modo de consumo. Es decir, resulta relevante no sólo *qué* se bebe, sino sobre todo *cómo* se bebe.

Más que la elección de un determinado bien, es la manera en que se representa o significa esa práctica lo que da cuenta de una estilización particular en un grupo social, y que marca un límite frente a otras identidades en relación con el mismo objeto. "Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen habitus, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones" (Bourdieu, 2007:86), y es en este sentido en que se entiende el orden simbólico de la elección de un bien, la ritualización del consumo de esta singular bebida no sólo demarca una diferencia respecto al licor, sino a las representaciones que entraña esa práctica y a los mundos posibles construidos para sí.

Analizar el consumo de fernet con coca como proceso de ritualización nace de la proposición de que constituye un articulador que permite el análisis de la cultura desde expresiones simbólicas que se evidencian a partir de prácticas colectivas (Menéndez, 1990), y que se inscriben en marcos de acción que se manifiestan en la fiesta, la celebración, la ceremonia, y que por tanto demarcan modos de hacer particulares. La ritualización reconstruye, entonces, sentidos compartidos en torno a una codificación que registra cierta rigidez en términos de construir un esquema común en los sujetos involucrados. Se reconocen elementos, tiempos y modalidades que permiten señalar actuaciones que establecen una identificación social y un modo de significación que regula la vida de los acontecimientos comunitarios.

Pueden pensarse las experiencias de consumo desde sujetos que construyen tácticas y condiciones que modelan una práctica. No se entiende al sujeto como un individuo pasible de ser moldeado por la industria cultural de manera determinante, sino que, condicionado, recoge creativamente objetos culturales para sus propios propósitos, como lo plantea De Certau, son acciones que permiten crear sorpresas y "estar allí donde no se le espera" en las brechas abiertas en la "vigilancia del poder" (1996: 43).

Desde este enfoque es que se entienden que los consumos culturales, en esa eterna dialéctica entre lo discursivo y lo social, ordenan sentidos y son terreno de disputa en torno a las identidades. Es decir que el consumo de fernet con coca configura una cierta identidad social en los grupos consumidores, existe un modo de ser *fernetero*.

El consumo aquí aparece, entonces, como precisa Miller "como un cuerpo de prácticas, imágenes, y representaciones, en torno a las cuales las personas confrontan al Estado y al

Mercado en los procesos cotidianos de definición de sí mismos y de construcción de proyectos morales y de valor" (citado en Arribas, de Pina: 2008:203).

En la teoría económica clásica está arraigada la idea de que el consumo de bienes es producto de la libre elección de los individuos en el mercado. Esta aproximación lo sugiere como un elemento homogeneizador o igualador cultural. A pesar de las disposiciones de clase, género o generacionales, los sujetos pueden acceder a los mismos bienes sin imposiciones (Douglas, Isherwood, 1990).

En este sentido el ciudadano consumidor -en interacción con el Estado y el mercado- cumple con la lógica de la libre elección: el individuo selecciona, elige y decide qué consumir. En estrecha relación con una idea de "solidaridad" con el otro, a pesar de la desigualdad estructural del acceso a los bienes en el mercado. El ciudadano consumidor es pensado como un sujeto necesario desde el Estado, y el consumo como motor de la economía de una Nación. Diferente al consumista, que despilfarra y derrocha persiguiendo la satisfacción inmediata. (Arribas, de Pina, 2008).

En contraposición a la perspectiva recién señalada, se trata aquí de dar lugar a una posición donde los grupos no están cautivos del mercado ni cuentan con un esquema plenamente hedonista -que implicaría un agotamiento de su energía vital- para escoger los bienes que consumen; más bien se pone de relieve una relativa autonomía de disponer los modos de selección y discriminación de los mismos. Y por otro lado, dar lugar al derroche y el despilfarro no como pura pérdida, sino como dinámicas que instituyen otros sentidos en la configuración de una identidad comunitaria.

Un abordaje antropológico del consumo implica entender el universo de las mercancías no sólo en el marco material del intercambio de bienes, sino rescatar su dimensión simbólica, constituyente de identidades sociales e individuales. En este sentido el consumo "marca y distingue" la vida cotidiana (2008: 12).

Es posible analizar la práctica de beber fernet con coca como dimensión a partir de la cual pensar la cultura popular, desde un enfoque que se interesa por lo que hacen las clases populares -aunque no exclusivamente, porque no es lo único que aquí se analiza- con aquello que consumen, y que necesariamente señala discusiones que de otra manera no tendrían lugar. Esto es el campo de la disputa de sentidos, que acordando con Hall (1984) es una continua tensión con la cultura dominante, y que evoca un escenario de resistencia entre polos culturales. En este devenir entre la industria cultural, baluarte de la cultura

hegemónica que reproduce la ideología de las clases dominantes, y las reconfiguraciones populares de sus representaciones, situamos las prácticas de consumo de los grupos sociales: en el "campo de batalla donde no se obtienen victorias definitivas, pero donde siempre hay posiciones estratégicas que se conquistan y se pierden" (1984: 101). Sin desconocer el poder cultural del mercado, pero tamizando sus efectos con las tensiones existentes en el juego discursivo que siempre se instalan como una negociación.

Construir estrategias y discutir sobre aquello que se consume implica ingresar en un escenario de disputas por lo que se produce en una sociedad y las maneras en que los grupos se apropian de las mercancías y el modo en que las utilizan (García Canclini, 1995). Esto quiere decir que cuando se adquiere un bien, se adopta una simbología que pareciera estar imbuida en el objeto: cuando se compra algo, se adquiere un sistema significativo, y con ello un emplazamiento en un determinado espacio dentro del campo simbólico en el intercambio de bienes. Como se mencionó anteriormente, es relevante no sólo qué se bebe, sino cómo se hace, pero también corresponde apuntar que además de construirse un sistema codificado alrededor de un consumo, no tiene los mismos resultados dentro del mercado simbólico la elección de un objeto que otro, continuamente se establecen modelos de discriminación, donde se refuerzan unos y se desplazan otros.

En el caso que atañe a este trabajo, no es lo mismo beber fernet que champagne, como no es lo mismo beber el licor de una marca que de otra; más allá -o más acá- de las sutilezas de sabores, colores o aromas, el consumo de una mercancía u otra demarca una pertenencia social y una alteridad.

Bourdieu, en su obra *La distinción* (1979), plantea que la elección de bienes en las clases populares está marcada por la privación de los mismos, que impone (por el funcionamiento del *habitus)*, un “gusto por necesidad”.

De acuerdo a esta perspectiva -legitimista, en palabras de Grignon y Passeron (1991)- “el efecto propio del gusto por necesidad [...] sobrevive a la desaparición de las condiciones de las que es producto” y que le dan origen (1979:381). Es decir, aún cuando la privación al acceso de los bienes no sea tal, las clases populares continúan seleccionando sus consumos de acuerdo a esa necesidad que caracteriza sus elecciones. De este modo justifica que los grupos a pesar de contar con similares ingresos, difieran en sus consumos y que éstos redunden en bienes sustitutivos que se trasladan por las disposiciones de clase, en tanto que "la ausencia de todos los consumos de lujo - whisky o cuadros, champán o conciertos [...] -" conduce a que la vida de las clases populares se caracterice por la

"presencia de *sustitutivos en rebaja*" que enmascaran una compensación a la elección por privación (1979:393).

Sin embargo, se encuentran opciones culturales compartidas por grupos y sujetos de distintos estratos sociales, dada su posición en relación a los medios de producción. También se trata de reflexionar en torno al fernet con coca como factor que reúne consumidores que aún a pesar de realizar opciones estéticas distintas - respecto a otros materiales culturales: musicales, artísticos, de ocio, etc- comparten lo que podría denominarse una *ética del fernet*.

Si bien podrán observarse distinciones en las operaciones internas de consumo de esta bebida -en referencia al estilo de los bienes seleccionados consumidos-, es necesario remarcar que la elección compartida por un bien no sólo está dada por la posibilidad de adquirirlo, sino por una decisión. Es decir, comparten elecciones sujetos que pertenecen a estéticas distintas.

En el caso de este trabajo, no tiene las mismas consecuencias estilísticas en los grupos sociales el consumo de whisky o champán - *consumos de lujo* de acuerdo a Bourdieu (1979)- también son notables las diferenciaciones de los distintos materiales musicales en los cuales se narra el modo de beber fernet con coca: rockeros, cumbieros, cuarteteros, reggaetoneros o raperos operan bajo preceptos y condiciones de producción disímiles.

Lenoir (2012) recuerda que las controversias que suscitaron las ideas formuladas en *La distinción* parten de constatar que las prácticas de una cultura legítima no conforman la norma en las propias clases dominantes, sino que sus miembros se apropian de prácticas que pertenecen a otro sistema cultural. Indica entonces que la cultura se define no tanto por sus prácticas, sino por un modo de consumir los bienes: como disposición estética. Es decir, los elementos que articulan con la acción de tomar fernet, los escenarios en que se sitúa esa práctica suponen trayectorias y estilos que no responden inmediatamente a las condiciones económicas, sino a partir de sus repercusiones simbólicas. Por ejemplo, en la canción *Quiero flashear ser pobre*, de Poxy Club, los protagonistas del videoclip "prueban fernet por primera vez" como un "momento glorioso", y lo hacen sentados en un bar, con vasos de trago largo servidos por un camarero. Esta forma de consumo dista de lo que se narra en otros discursos populares.

Grignon y Passeron (1991) alertan no perder de vista que

> "tanto para las clases populares como para las clases dominantes, la alimentación se sitúa en el punto de encuentro entre la vida material y la vida simbólica; no hay consumo ni práctica que no reenvíe, incluso en el caso de los más desprovistos, al ingreso y las condiciones de vida por una parte, y por otra, a los gustos: hábitos inscriptos en las tradiciones locales y en las 'subculturas' de grupo, preferencias vinculadas con valores y representaciones nativas [...] opciones y prohibiciones que provienen de la cultura legítima" (1991:104).

Reivindican así, un discurrir popular en el consumo de bienes de los sectores subalternos, que no necesariamente deba encontrarse vulgar, que según Bourdieu ello resulta de la elección por necesidad, provocado por un pragmatismo económico que busca generar el mayor efecto al menor costo (1979); dado que sólo sería vulgar en términos de un mismo sistema cultural, donde los límites de una - y única- cultura legítima están fijados. Si se entiende que el estilo de vida de las clases populares se enmarca en las configuraciones de una cultura popular, también fundada como sistema cultural, la idea legitimista y dominocéntrica eclosiona, desconociendo el universo popular como existente en sí mismo -aunque no autónomo de las relaciones simbólicas y materiales de dominación-.

El dominocentrismo (o etnocentrismo) como lo formulan Grignon y Passeron, es el análisis de las culturas centrado en el "gusto dominante", que por ajustarse a la cultura "legítima" define a la de las clases subalternas "en términos de desventajas, de exclusiones, de privaciones, de ausencia de opción, de no consumos, de no prácticas [...]" (1991: 97). Entonces de acuerdo a la mirada dominocéntrica la cultura popular, y con ella el gusto popular, se definen en detrimento de una cultura dominante que la señala como vulgar. Desde esa perspectiva sólo puede aparecer, entonces, como un sistema de carencias y ausencias; y no se reconoce que aún con limitaciones materiales el gusto popular se configura a partir de elecciones: terreno donde las clases dominantes no cuentan con el monopolio en el juego de las identidades sociales.

Lo que se introduce con este planteo es una posibilidad de análisis que no se encuentre eclipsado por el gusto dominante, sino en la tensión propia de la lucha de clases; supone un aporte no sólo teórico sino metodológico, ya que plantean un camino que reconoce tanto las características propias de una cultura popular como las relaciones de poder que operan en el terreno cultural.

Identidades sociales

Hall indica que una aproximación discursiva a la cuestión identitaria, implica entender la identificación "como una construcción, un proceso nunca terminado, siempre en proceso" (2003:15), donde continuamente existe la posibilidad de negociación y nunca lo encontramos como una totalidad. Más aún si lo que interesa aquí es indagar sobre las identidades en la intersección de clase, género y consumo, y no definibles en torno a un único eje.

La noción de identidad en este autor se ancla en una mirada estratégica y posicional, descartando la idea de una esencia primaria a la que es posible recurrir para descubrir marcos de acción en los conjuntos sociales. Desde estas categorías el proceso de la identificación está constituido en el discurso y nunca fuera de él, se cimenta en el mecanismo de la representación, en tanto elaboración de un saber compartido que organiza el sentido común.

No es posible acceder a los procesos constitutivos de las identidades sino es por medio de estas representaciones discursivas, que suturan, de manera transitoria y contingente, un sentido a través de la diferencia, por su "afuera constitutivo" (2003: 18, como sugiere Hall: *véase también* Derrida, 1981; Laclau, 1990; Butler,1993). Lo que implica que el límite de aquello que un elemento no es, lo confiere como tal. Es la exclusión lo que permite que emerjan identidades sociales consolidadas -se insiste- precariamente.

Laclau y Mouffe arrojan claridad sobre la trama de la identidad citando a Hegel, y escriben

> "ninguna identidad es, para él, positiva y cerrada en sí misma, sino que se constituye como transición, relación, diferencia. Pero si dichas relaciones han dejado de ser relaciones lógicas; si, por el contrario, son transiciones contingentes, en ese caos la conexión entre las mismas no puede ser fijada como momento de una totalidad subyacente o suturada [..]" (2004:131)

Se puede tener en cuenta entonces que las identidades construidas en los relatos, y el acto mismo de consumo de una mercancía como evento simbólico, sean concebidos como articulaciones en tanto establecen "una relación tal entre elementos, que la identidad de éstos resulta modificada como resultado de esa práctica" (Op. Cit.: 143).

En este trabajo se hace foco en los clivajes de género y clase para dar cuenta de la imbricación identitaria de los grupos sociales en torno al hecho cultural de compartir el consumo de un bien.

Para reflexionar acerca del modo en que el consumo de fernet contribuye a configurar una identidad comunitaria, se optó por una aproximación a diversos discursos musicales como material cultural privilegiado que establece -siempre de manera continua e inacabada- una pertenencia social en los grupos.

Las prácticas de consumo musical "ayudan a establecer sociabilizaciones de códigos ideológicos o ético/políticos, colectivamente, armando así entramados de relaciones" (Frith 2003, en Entwistle y otros, 2012:3) que ponen de manifiesto una alteridad que apela a marcos de acción y procesos de identificación y límites de acción. Una apuesta ética y estética que confluye en la comunicación de un *ethos,* entendido como la forma común en que se desarrolla la vida de una comunidad y abona las representaciones autorreferenciales e instituyen los otros conjuntos sociales.

La música no refleja -como no lo hace ningún objeto de la cultura- una externalidad de los grupos, sino que lo social y lo musical se interrelacionan en un vaivén continuo de mutua alteración; es decir se comunican formas de concebir los discursos musicales, y simultáneamente los materiales musicales figuran identidades. Los consumidores de música, al discriminar ciertos materiales y establecer juicios en torno a los mismos, aun en su esfera privada -como la escucha solitaria-, están inmersos en un intenso proceso social y cultural.

El tratamiento de los géneros musicales, merece algunas palabras aparte, y específicamente la música tropical y el rock, como universos que proponen elementos sustanciales para la reflexión de esta tesina.

Música popular

Hablar de música popular introduce inevitablemente una lectura a partir del clivaje de clase sobre los materiales musicales, expresiones que han sido entendidas como espacios de resistencia política y cultural (Alabarces y otros, 2008). Resulta conveniente recordar la disputa de poder -que señala Hall (1984)- en el campo de la cultura popular, así como hay expresiones que pueden representar una resistencia emancipatoria, es posible pensarlo en términos de resignificar y disputar sentidos hegemónicos para mantener un estado de cosas. Los autores advierten no dejarse llevar por una mirada que "crea leer en cada práctica subalterna, la promesa de un desvío simbólico o de una transgresión política" (2008:35). Bourdieu se dedica a esta cuestión introduciendo un interrogante "[...] si, para resistir, no tengo otro recurso que reivindicar eso en nombre de lo cual soy dominado, ¿se trata de resistencia?" (1988:156); su respuesta es la contradicción posible entre una "resistencia alienante" y la "sumisión liberadora". En este oscilante movimiento se anclan los materiales musicales populares, como formas contradictorias de construcción de sentidos alternativos, que a la vez implican asumir esos sentidos atribuidos por la cultura dominante para resignificarlos, confirmarlos o ponerlos en crisis.

Alabarces (2012) describe la noción de "plebeyización" como el proceso por el cual discursos y objetos de la cultura popular son apropiados por las clases medias y altas. Esta conceptualización ofrece pericias no sólo para pensar la música popular, sino también como emplazamiento para mirar el objeto narrado en los discursos musicales acotados en este trabajo: el fernet con coca.

En un rastreo histórico de la cumbia, Silba (2011) describe, desde los debates por su reminiscencia colombiana, un origen ternario del género que integra la mixtura indígena, negra y europea. En Argentina, en los años sesenta, su origen es popular-tradicional, y afirma que hoy la cumbia villera es considerada la música de las clases empobrecidas de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires.

La cumbia villera encuentra su momento de surgimiento y expansión a mediados de la década del 90, y extiende su presencia hasta principios del nuevo milenio, cuando

declina en la escena y escenarios mediáticos, censurada por el COMFER[10] en 2001 debido a la preocupación por la referencia explícita al consumo de sustancias psicoativas[11] en sus letras -aunque no acota su retórica a estas representaciones-, y el consiguiente castigo al género musical de la mano de la industria y los circuitos de comercialización, que se refrendó, en 2004, con los decires de Aníbal Fernández, Jefe de Gabinete entonces, como elogio al delito y las drogas (Alabarces y otros, 2008).[12]

La cumbia villera encuentra su epicentro en los barrios populares del conurbano bonaerense. Y la designación *villera*, refiere precisamente a la constitución de ese universo popular, principalmente por su jurisdicción geopolítica y por portar un carácter testimonial, severo y crudo. Las letras refieren de forma explícita a un modo particular de vínculos entre quienes comparten ese universo, la conflictiva relación con la policía, el consumo de alcohol y drogas, la pobreza y el trabajo, y figuran modelos sobre las mujeres y las masculinidades. Señalamos también que estas sensibilidades propias de los barrios populares se retratan en la estética de sus líricas y de su música, trayendo como antecedentes otros géneros populares, como el rap y el hip hop, estilos propios de las periferias urbanas estadounidenses, de estrecha relación con la población negra afrodescendiente (Martín, 2011; Silba, 2011).

Algunos de los conjuntos más representativos de cumbia villera de principios de este siglo fueron Los Pibes Chorros, Flor de Piedra, Yerba Brava, Damas Gratis, Meta Guacha, Supermerk2, La Base, entre otros. La propia nomenclatura de estos grupos musicales hace alusión a las representaciones mencionadas previamente, que recrean un escenario vivido en lo popular, dentro de un contexto de liberalización económica y empobrecimiento, preludio de una de las crisis más díscolas en la Argentina contemporánea.

Es necesario recordar que se parte de pensar no sólo cómo los jóvenes identifican en las letras narraciones próximas a sus experiencias vividas, sino también la propicia oferta de las industrias culturales y su competencia para priorizar ciertos materiales en el mercado (Silba, 2011).

[10] Predecesor de la AFSCA creada en 2009 con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y del actual ENACOM, creado por decreto en 2015.

[11] El documento elaborado por el COMFER *Pautas de evaluación para los contenidos de cumbia villera*, data del año 2001 y menciona preocuparse centralmente por aspectos que "incluyan contenidos asociados al consumo y/o tráfico de sustancias psicoactivas" incluyendo en las mismas las drogas y el alcohol.

[12] Este escenario puede ofrecer una razón que abona la merma del género, aunque no lo agota, es necesario profundizar en su historización y las posibles condiciones que suscitan su devenir, aunque no es objeto del presente análisis.

La cumbia villera en definitiva es una disputa no politizada, y por eso mismo política, que halla su relevancia en la dimensión del disfrute, el placer y la diversión, y como menciona Martín, no en la militancia (2011).

En líneas generales puede observarse, en el corpus recortado de este trabajo, que las canciones que pertenecen al género, narran todo un universo donde las pautas de consumo de fernet con coca están claramente tipificadas, y las operaciones que construyen una alteridad se cristalizan de modo categórico. El paisaje siempre urbano que se recrea en las narrativas suscitan distintas escenas ligadas al descontrol, al baile, la fiesta y al goce; lo que lleva a observar que predomina un elección hedonista de consumir los bienes. El alcohol, como la música, el baile y las mujeres están ligados a la explotación placentera de los momentos efímeros de los personajes de las líricas cumbieras.

A diferencia de la cumbia villera, el rock, un universo también construido por jóvenes -que comparten en muchos casos condiciones de clase similares a los públicos y grupos de cumbia villera, como puntualiza Semán (2006) con el rock *chabón*-; pareciera enfatizar su ética en detrimento de las operaciones estéticas. Sus letras profundizan esta premisa construyendo una alteridad frente al sistema, la rutina, y la política.

Desde los *rockeros* hay sentidos asociados al consumo musical que marcan una alteridad performativa: "El rock y la cumbia apuntan a dos dimensiones muy distintas de lo que en general se denomina como música", el primero "con profundos contenidos tiene un mensaje de compromiso ante la realidad social", y la cumbia la encuentran [los rockeros] "vinculada a la diversión y lo superficial" (Garriga Zucal, 2008:10). Esta división no se encuentra de forma rígida en el corpus, si bien en las canciones de rock puede observarse el descontento frente a esa realidad, sumado a una sensibilidad progresista en los personajes narrados, donde el fernet es parte del escenario; el goce muchas veces aparece desde asumir el malestar de la experiencia social, o desde escenas de ocio y festejo.

En una revisión histórica sobre el género, diversos autores (Alabarces 2008; Garriga Zucal, 2008;) mencionan distintas etapas y representantes del rock nacional. En los años 70 como década detonante y expansiva, con compositores y audiencias sostenidas en los estratos medios; luego se suceden articulaciones en este campo, durante la Dictadura militar iniciada en 1976, y más tarde el nacimiento de un rock

barrial, con exponentes y públicos de las clases medias empobrecidas en la década del 90. Que, a diferencia de lo que se denomina rock nacional, modifica el carácter liberal y progresista de éste último para construir una simbología nacionalista y vernácula, donde se exaltan los escenarios barriales cotidianos, con una fuerte impronta territorial que lo circunscribe a suburbios pobres del conurbano boanaerense. Las operaciones que posibilitaron el surgimiento de este subgénero, fueron construidas desde la resignificación de la escucha del rock por los sectores populares (Semán, 2006).

Más allá de estas distinciones, se confirma una "actitud contestataria del rock [que] se establece frente a un sistema social caracterizado como hipócrita, represivo, violento, materialista, individualista, rutinario, alienado, superfluo y autoritario" (Semán, Vila; 1999: 124). Para integrarse al universo rockero, no es suficiente compartir premisas del orden musical, es necesaria una actitud, una afirmación moral.

En la selección acotada del corpus perteneciente a este género, se asume en las canciones de rock una opción ética. Esto se observa en primer lugar, desde el espacio que ocupa el consumo de alcohol en las canciones, donde se menciona el fernet con coca, pero no se completa una narración de este ritual. No le brindan un homenaje (como sí ocurre en canciones de cuarteto o cumbia villera). El protagonismo en las letras de las canciones de rock la tiene una realidad social anquilosada en el descontento de los compositores, o en la melancolía por el desamor y la soledad. El consumo de alcohol aquí se trata de compañía para los personajes de las historias, y donde el fernet es parte del paisaje urbano retratado. Parece dibujarse entonces una estratificación moral, donde la fiesta y el goce se desmerecen porque lo importante está en otro lado, casi como un deber ser, lo que preocupa (y *debe* preocupar) a los protagonistas de los discursos rockeros son las condiciones e imposiciones sociales, y el goce aparece justamente en la reivindicación de una vivencia citadina oscura y angustiante.

También ocurren diferencias dentro del mismo género musical, tanto en la canción *Apila desgracia*, una especie de baguala rockera, y en *Esa invisble línea* un bolero de la banda de rock Callejeros, mencionan el consumo de fernet alejado de una escena festiva, y más bien solitaria.

El cuarteto es el tercer género que predomina, donde se repiten narrativas en torno a los modos y consumos del fernet con coca. Y el que por sentido común, se asocia de

manera más automática, porque comparte su origen y ámbitos de circulación, con una pertenencia territorial en la provincia Córdoba. Si bien merece profundizar la influencia del componente local de ambos consumos, no es posible desconocer una extendida retórica que los afirma como emblemas provinciales. En el distrito serrano se celebra el 4 de junio el Día del Cuarteto (en honor a la primera presentación[13] del conjunto La Leo, uno de los cuartetos centrales en la escena del momento).

El cuarteto surge como género musical coincidiendo con la primera presidencia de Perón a mediados de los años 40, emergiendo en un contexto urbano, tanto por sus primeros compositores como productores, señala Blázquez (2008). En la genealogía que realiza este investigador recuerda ciertos virajes del género que va configurándose desde un carácter más tradicional, con exhibiciones en circuitos suburbanos, a un carácter joven del cuarteto, asociados a la noche y el baile "para la familia y la juventud" (Op. Cit.: 52) como significantes característicos. Durante la década de 1970 tiene lugar un crecimiento exponencial de conjuntos musicales y circuitos de baile hegemonizando el género en los sectores populares cordobeses. Estas reconfiguraciones que sufre el cuarteto no sólo se destacan en los esquemas conceptuales y sociológicos de consumo cultural, sino también transformaciones sonoras.

Para inicios de los años 80 el baile del cuarteto y la vinculación con sus artistas referentes se fue erotizando, siendo asaltado como un espacio juvenil: "así, los bailes se transformaron en espacios cada vez más asociados con las prácticas ociosas y el ejercicio de la (hétero)sexualidad de una juventud trabajadora que se empobrecía progresivamente" (Op.Cit.:73). Es en este momento sociohistórico que confluyen los emblemas cordobeses, las bailantas cuarteteras y el fernet.

Lo expuesto en este apartado permite comenzar a avistar ciertas relaciones y quiebres que tienen que ver con la construcción de relaciones diferentes con el objeto de estudio, se plantean prácticas y procesos identificatorios distintos, según los géneros y texturas musicales que narran el consumo de fernet. Las identidades que se construyen en los relatos cuentan con rasgos propios, porque las alteridades que se delimitan implican prácticas, gustos y señales que reconocen particularidades que deben tomarse en cuenta. Hay distinciones que se nombran, los bienes que se

[13] Blázquez (2008) menciona que no es posible afirmar ni refutar tal acontecimiento, que coincidió con el día del golpe de Estado de 1943 perpetrado por las Fuerzas Armadas al mando del General Rawson.

consumen dicen algo sobre los grupos, los materiales musicales proponen una producción y circulación diferente, y con ello un modo de estilizar la vida social. Entonces aquí se trata de intentar conciliar un modo de construcción de la otredad y de las identidades en relación a las elecciones de consumo, y las formas en que se vehiculiza el relato sobre esa práctica. Una práctica que se ritualiza, esto implica que es una acción que pretende representar algo, sobre cierto universo de relaciones, sobre principios gregarios, sobre modos de identificación. La configuración de una identidad a partir de una práctica de consumo narrada desde espacios musicales diversos que distinguen rasgos propios.

Cómo abordar el objeto y que no haga pura espuma

Se siguen las herramientas teórico-metodológicas que propone el análisis del discurso y se ponen en juego las dimensiones que presenta el análisis de contenido y la teoría de la enunciación, en tres aspectos, siendo el primero de carácter central:

- Textos: comprendiendo las letras de las canciones, prosa, palabras, modismos, terminología específica (ligada a géneros musicales, a condiciones de clase, rango etario, pertenencia regional), registro y estilo de la narración, repeticiones, redundancias y omisiones.

- Textura musical: sonoridades, ritmos, melodías que proponen relaciones diferentes con el objeto e implican una poética distinta.

- Imagen: referencias visuales rastreadas en los clips de YouTube que ofrecen los distintos conjuntos musicales; estética, colores, retratos que complementan los dos aspectos anteriores. Se distinguen elementos audiovisuales de cualidades diferentes: grabaciones en vivo, imágenes congeladas, o videoclips. Se pone especial atención a la articulación entre imagen y sonido de éstos últimos (en los casos en que existan). A partir de los años 80 comienza a instituirse esta forma de circulación discursiva, en principio como herramienta comercial de difusión, y que cuenta una historia que a veces plasma el contenido musical, y otras crea una narración con cierta autonomía del sentido de las letras de las composiciones (Selva Ruiz, 2012) o incluso las contradice.

El análisis intenta indagar la construcción de las identidades en la intersección entre música, alcohol y escenarios de consumo a partir de lo dicho en los discursos artísticos teniendo en cuenta los indicios que arrojan las palabras y las diferenciaciones que están ligadas a las construcciones narrativas en los diferentes géneros musicales y su sonoridad particular.

Aunque no se haya realizado un trabajo de campo, se toman premisas del método etnográfico para abordar el objeto porque facilita estudiar las escenas culturales (sus lógicas gregarias, identidades, rituales) construidas en los discursos musicales seleccionados, haciendo foco en "lo informal, lo intersticial, lo no documentado, más

que lo establecido y lo formalizado" (Guber, 2005: 35), y porque fundamentalmente se acerca a la perspectiva de los propios actores - es posible pensarlos como aquellas voces que dicen, y aquellos a quienes cantan las canciones recortadas en el acto enunciativo-, y que permite describir aspectos centrales como espacios y lugares, sujetos implicados, acciones, formas de socialización, secuencias, sentimientos y propósitos; y por tanto dar cuenta de un modo propio de realizarse en una cultura.

El recorte de esta pesquisa permite un acercamiento al objeto a través de una pluralidad de discursos; porque busca textos enmarcados en un tipo de música, y cada una comprende una textura diferente, con un tipo de relación con el objeto y con cada práctica, asociados a estéticas y éticas distintas. La apuesta metodológica busca dar cuenta de una variedad de géneros que construyen de modo disímil prácticas asociadas al consumo de fernet con coca; así las hay de índole festiva, grotesca, solemne e incluso paródica.

Sobre el corpus

En este trabajo se analizan 43 canciones seleccionadas por mencionar o narrar en su letra la práctica de consumo de fernet con coca, comprendiendo un amplio abanico sonoro, estilístico y temporal. Los conjuntos que interpretan las canciones pueden concentrarse en los siguientes géneros musicales: cuarteto, cumbia, cumbia villera, rock, house, rap, reggaeton, pachanga[14], folklore, jazz, pop. Y tener en cuenta las imágenes da pistas acerca de cómo se performatiza una misma práctica en musicalidades diversas. En los materiales audiovisuales analizados se prioriza en primer lugar los videos oficiales publicados por las bandas o productoras, y en los casos en que no los hay se optó por tomar el video con mayor cantidad de reproducciones en YouTube, que son subidos por usuarios como una práctica habitual de los fans.

Antes de puntualizar el análisis en los clivajes de género y clase, es necesario señalar algunas diferenciaciones de los discursos musicales acotados en este trabajo. En principio se debe hacer una advertencia respecto del designio central de las

[14] Pachanga es una típica danza cubana, que luego dio paso al género musical homónimo que combina ritmos latinoamericanos como el merengue, son, salsa, mambo, chachachá. Se caracteriza por un tono festivo y bailable que fusiona diversos géneros.

composiciones del corpus; corresponde clasificar dos grandes conjuntos a nivel temático: por un lado canciones que narran la práctica de beber fernet casi a modo de homenaje celebratorio, y el segundo grupo refiere a canciones que hacen una mención de la bebida (o su consumo) en sus letras, como un elemento más dentro de un paisaje de caracterizaciones.

Lo anterior avisa entonces, los vaivenes analíticos no sólo comparativamente entre géneros musicales, sino sobre esta clasificación más amplia, que suscita en los casos del primer grupo, mayor riqueza retórica para analizar la ritualización de la práctica, y en el segundo caso para indagar los escenarios y significantes asociados a esa acción.

Del recorte efectuado más de la mitad de las composiciones que produjeron los mayores homenajes al trago son de cuarteto y cumbia villera. El primero comparte con el fernandito la provincia de origen[15]. Y el segundo género indica un mercado ampliado a los sectores urbanos empobrecidos de Buenos Aires, y con ello un desplazamiento retórico a otro modo de entender la dimensión festiva y celebratoria de las experiencias populares.

Los géneros que más elogian al fernet con coca son ritmos bailables (cumbia, cuarteto, reggaetón, pachanga), existe una estrecha relación entre la representación de esta bebida con una forma de experimentar los espacios sociales: como celebración y ceremonia en los cuerpos, con movimiento, ya sea por el baile o el descontrol. Las canciones que no son estrictamente bailables (rock, house), en general hacen mención de la bebida, no como elemento central, sino como parte del horizonte narrado, en un tono más solemne, melancólico, y en algunos casos paródico. Los primeros mencionan como escenarios comunes las bailantas y boliches -espacios sociales privilegiados para danzar-, los segundos los bares y la noche.

Otro eje transversal de carácter semiótico a considerar es la enunciación como dimensión de análisis del campo discursivo.

[15] Medios gráficos y asiduos consumidores coinciden en que el epicentro del fernet con coca es Córdoba. Si bien es difícil de comprobar, es necesario no perder de vista la popularidad del trago -y de la música cuartetera- en la provincia, no sólo en términos simbólicos sino también a partir de datos de mercado. Según la revista Forbes, en Argentina en 2016 se consumieron 50 millones de litros anuales de amargos, bitters y fernet, y el 72% del total en el interior del país. Ver: http://www.forbesargentina.com/quien-se-ha-tomado-fernet/ [en línea]
Y la ciudad de Córdoba consume un tercio del total producido para Argentina. Ver: En Córdoba se consume un tercio del fernet del país. Recuperado de: https://www.lagaceta.com.ar/nota/644380/sociedad/cordoba-se-consume-tercio-fernet-pais.html [en línea]

Maingueneau se refiere de un modo muy amplio a la problemática de la enunciación como la "articulación de lo discursivo con sus condiciones de producción" (1980:168), pero retoma una idea de Dubois para cercar la complejidad de la materia: "la enunciación se presenta ya como la aparición del sujeto en el enunciado, ya como la relación que el hablante mantiene a través del texto con el interlocutor, o como la actitud del sujeto hablante con respecto a su enunciado" (Op. Cit: 112).

Según Verón (1987), el acto enunciativo designa "el acontecimiento singular que es la producción de un enunciado o una sucesión de enunciados", y hablar de enunciador "implica una modelización abstracta que permite el anclaje de las operaciones discursivas a través de las cuales se construye, en el discurso, la 'imagen' del que habla" (pp. 4).

Casi en la totalidad de casos el enunciador está contando una historia vivida en primera persona, donde se configura un relato testimonial en la música, este tipo se crea predominantemente en las canciones de cumbia villera y cuarteto. En otros casos el enunciador recrea experiencias que suceden a un tercero, como ocurre en -escasas- creaciones rockeras. Las escenas generadas en relación a estos dos tipos de enunciación son de naturaleza diferente: un enunciatario que comparte cierto conocimiento sobre lo que narran las canciones y que además está de acuerdo; hay un pacto ético. Y otro que está por fuera, que desconoce lo que el enunciador sabe y manifiesta; en el segundo caso es un enunciatario que desconoce la situación vivida en el relato, un extranjero de esa experiencia.

Casi como una metáfora, las canciones explican vivencias compartidas y el fernet no se concibe de otro modo más que como bebida comunitaria.

El rango del relevamiento es el período post crisis (2002-2015) y se incluyen casos anteriores que resultan significativos ya que coinciden con el período de incipiente popularidad del trago. Aunque se encuentran narraciones *ferneteras* posteriores y contemporáneas no se agregan al corpus[16].

En un agrupamiento cronológico se encuentra la siguiente distribución:

[16] La más reciente parodia es "Fernecito" (2017), que cuenta con diversas versiones de "Despacito", composición de Luis Fonsi y Daddy Yankee. Ver: https://www.youtube.com/watch?v=9G3ULKMNrkE, https://www.youtube.com/watch?v=LFkzHuXmQcI y también https://www.youtube.com/watch?v=M1I_kll4cUM.

AÑO	NOMBRE	CONJUNTO MUSICAL	GÉNERO	ÁLBUM	DISCOGRÁFICA	YOUTUBE
1994	***Fernet con coca***	Vilma Palma e Vampiros	Rock/ Pachanga	Fondo profundo	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=T7j82YSmy8c
	Apila desgracia	Los Caballeros de la Quema	Rock	Sangrando	Sony BMG	https://www.youtube.com/watch?v=NvZVFuwv9yQ
	Candombe para el fernet	Los Viejos Pescados	Candombe	S/R	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=Px9tjm46Eg4
1999	***Soy cordobés***	Rodrigo	Cuarteto	A 2000	Magenta Discos	https://www.youtube.com/watch?v=9RA2EsrEiMo
	Coca con fernet	Grupo Ternura	Cumbia	Amor ET	Magenta Discos	https://www.youtube.com/watch?v=DDDqxdM0I6o
2000	***La jarra loca***	Flor de piedra	Cumbia villera	Más duros que nunca	Leader Music	https://www.youtube.com/watch?v=PXacJ7yQzOw
	Fernet con coca	La Mona Jiménez	Cuarteto	El agite de la Mona	Warner Music Argentina	https://www.youtube.com/watch?v=l5W97bsWaFU
	Te contaron	Los Auténticos Decadentes	Pachanga	12 vivos	Ariola Records	https://www.youtube.com/watch?v=6OSdn8FMtmQ
2001	***El Ángel***	Los Tulipanes	Pachanga	Los Tulipanes	Warner Music Argentina	https://www.youtube.com/watch?v=aE1vyYHus5o&list=RDaE1vyYHus5o
	De caravana	Cachumba	Cuarteto	Con piel de cuarteto	Magenta Discos	https://www.youtube.com/watch?v=zrEsHZeRKiw
2002	***La novia***	Arbolito	Folklore	Mientras la chata nos lleve	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=Waaso2KnkT0
2003	***Tengo la sombra borracha***	Kartel rojo	Cumbia villera	S/R	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=zrzA5wG6pCY
2004	***Oda al fernet***	Los Caligaris	Cuarteto	Grasas totales	Ariola Records	https://www.youtube.com/watch?v=hktL4UAnB3c
	Nos vamos de caravana	La Banda de Carlitos	Cuarteto	Te sigue atrapando	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=e6BassnBRiQ
2007	***Asado y fernet***	Los Caligaris	Cuarteto	No es lo que parece	PopArt Discos	https://www.youtube.com/watch?v=YncBUkm9BfY
	Fernet	Los Sultanes	Pachanga	Disco Gay	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=ehVr8WWQGc0
	Qué se io	La banda de Carlitos	Cuarteto	Esto es la LBC	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=1d28Ju_PwgE
	Risa falsa	La Potoca	Rock	Verdes prados	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=oR5pJT5o1po
2008	***Esa invisible línea***	Callejeros	Bolero	Escultura	Rocanroles Argentinos	https://www.youtube.com/watch?v=KfZUXXn6-gk
	Algo para beber	Ulises Bueno	Cuarteto	Especialisimo	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=OTB0Ep3moYc

2009	***Calavera***	La Beriso	Rock	Culpable	Pattaya	https://www.youtube.com/watch?v=0tVM6xFZ9ag
	Fernet	Erin Brazill and The Brazzillionaires	Jazz / Pop	Speak easy	Redgummy Records	https://www.youtube.com/watch?v=G2QU1DL6Dfc
2011	***Somos***	Salta la Banca	Rock	Seremos	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=9fOmiBVWgcE
	Tomo fernet	Los Turros	Cumbia villera	Pa los pibes fuma churro	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=FY4nyUqAoBQ
	El coche de Pimbal	Los Turros	Cumbia villera	Pa los pibes fuma churro	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=THrK0V0DSEQ
	No te quiero ver	La banda del lechuga	Cumbia villera	La historia	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=bJ5gZPtzYfc
	I drink fernet	Equipto & Mike Marshall	Rap	Keep it Movin' 2 love changes	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=frJq0_qMaj8
2012	***La coca es pal fernet***	Lula Fernández	Cuarteto	Canciones como la gente	Disco es cultura	https://www.youtube.com/watch?v=APQA8vOC7zk&t=79s
	Hielo, coca y fernet	Tunas gratis	Cumbia villera	S/R	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=G-6wHn2SccU
	Vylan, dame el fernet	NG el Demente	Rap	S/R	Demencia Records	https://www.youtube.com/watch?v=WctevLCQaOs
	Empieza la joda	Los Santos Vagos	Cumbia villera	Los Santos Vagos	Magenta Discos	https://www.youtube.com/watch?v=xRd6wCElVxI
	Fernet tastes good	Los Coming soon	House	We are family	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=vE6V0tB2byo
	Derroche de noche	La Potoca	Rock	Mayo Francés	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=Wd5CeFj6tAE
	El rey del fernet	Doble Fuerza	Punk rock	Clásicos de barrio	Pinhead Records	https://www.youtube.com/watch?v=d9zbPrIyaxU
2013	***Coca y fernet***	Míster T	Reggaetón	El Lobo	DA Works	https://www.youtube.com/watch?v=3Q-oFt4Qf1s
	Quiero flashear ser pobre	Poxy Club	Funk	S/R	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=9QbC9rIM-UE
	Fin de semana con fernet	Orquesta Fernet	Cumbia	S/R	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=sHIAC5JQGFs
2014	***El fernet***	Mak Donal	Cumbia villera	Grabaciones Encontradas	MOJO	https://www.youtube.com/watch?v=Kx08th7hFcA
	Fernet con coca	Los Piazzolis	Cumbia	S/R	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=rvwT3pIummg
	Odio el fernet	Conjunto Falopa	Cuarteto	Glam Libertario	Dulce Limón Records	https://www.youtube.com/watch?v=53So5sgYt9g&t=73s
	Enloquecer	La Beriso	Rock	Historias	Sony Music	https://www.youtube.com/watch?v=GS6LMqFd-W8
2015	***Fernet***	Emus DJ ft Por el pancho y la coca	Cumbia villera	S/R	S/R	https://www.youtube.com/watch?v=X-LyKodr6WE

	Qué culpa tengo yo	Ulises Bueno	Cuarteto	Soy	Segundo A	https://www.youtube.com/watch?v=0pSPTcSAaEA

Escuchar con moderación

Las primeras canciones encontradas que mencionan el consumo de fernet son de principios de la década de los '90, con dos bandas de rock y una tercera que realizaba covers de distintos géneros. Por un lado Vilma Palma e Vampiros[17], conjunto asociado a un espíritu festivo, no sólo por la lírica de sus canciones más reconocidas, sino por su sonoridad y los ámbitos de escucha: fiestas privadas, boliches, clubes y escenarios compartidos con artistas del circuito tropical. Los Caballeros de la Quema, una banda del conurbano bonaerense, más fiel a las escenas clásicas de producción y escucha del rock, compone una baguala en versión rockera. Y los Viejos Pescados, un trío cordobés que combina la música con el humor, grabaron un candombe en honor a la bebida emblema de su provincia.

Siguiendo la cronología detallada, para principios del nuevo milenio los géneros que narran el consumo ritual de fernet son de cumbia villera y cuarteto mayoritariamente, coincidiendo con el auge y expansión de ambos estilos en la escena musical de los sectores populares en aquellos años.

A partir de una abstracción muy simple, puede observarse que casi un tercio de las composiciones del corpus -de los géneros más variados: rock, cumbia villera, rap, cuarteto y house-, fueron producidas entre 2011 y 2012, posterior a la década de mayor expansión del mercado de fernet en Argentina[18]. Este dato supone la existencia de un afianzamiento del fernandito en los espacios festivos y materiales discursivos que colaboran en ese sentido. Y una referencia no menor, es que a partir del 2010 esta particular práctica de consumo sea construida en materiales musicales disímiles, y no sólo de conjuntos locales, sino extranjeros. Es decir, existe una diversificación de géneros y grupos musicales que narran el ritual fernetero, cumpliendo una operación de circularidad, donde beber fernet con coca es apropiado por sectores de estratos y escenarios en los que usualmente estaba restringido. Así es como se encuentra un rapero californiano repitiendo en su estribillo "tomo fernet, y quiero tomar más, tomo fernet, no volverá a ser lo mismo" ("I drink fernet, and I wanna drink more/ I drink

[17] Polémica clasificación de este grupo dentro del género rock, aunque así es como este conjunto rosarino se reconoce en su sitio web. Ver: http://www.vilmapalma.com/about-us.html [en línea]. En los 90 el rock estuvo marcado por la fusión con otros ritmos bailables, y en algunos casos eran raíces más fuertes, pero el rock mantenía cierto status simbólico para las bandas y sus audiencias, frente a otras identidades musicales.

[18] Entre el año 2000 y 2010 el consumo de fernet en Argentina aumentó un 300%, donde la producción ascendió a 36 mil litros anuales, triplicando sus ventas respecto de la década anterior. Fuente: Ablin, A. (2012) "El mercado del fernet".

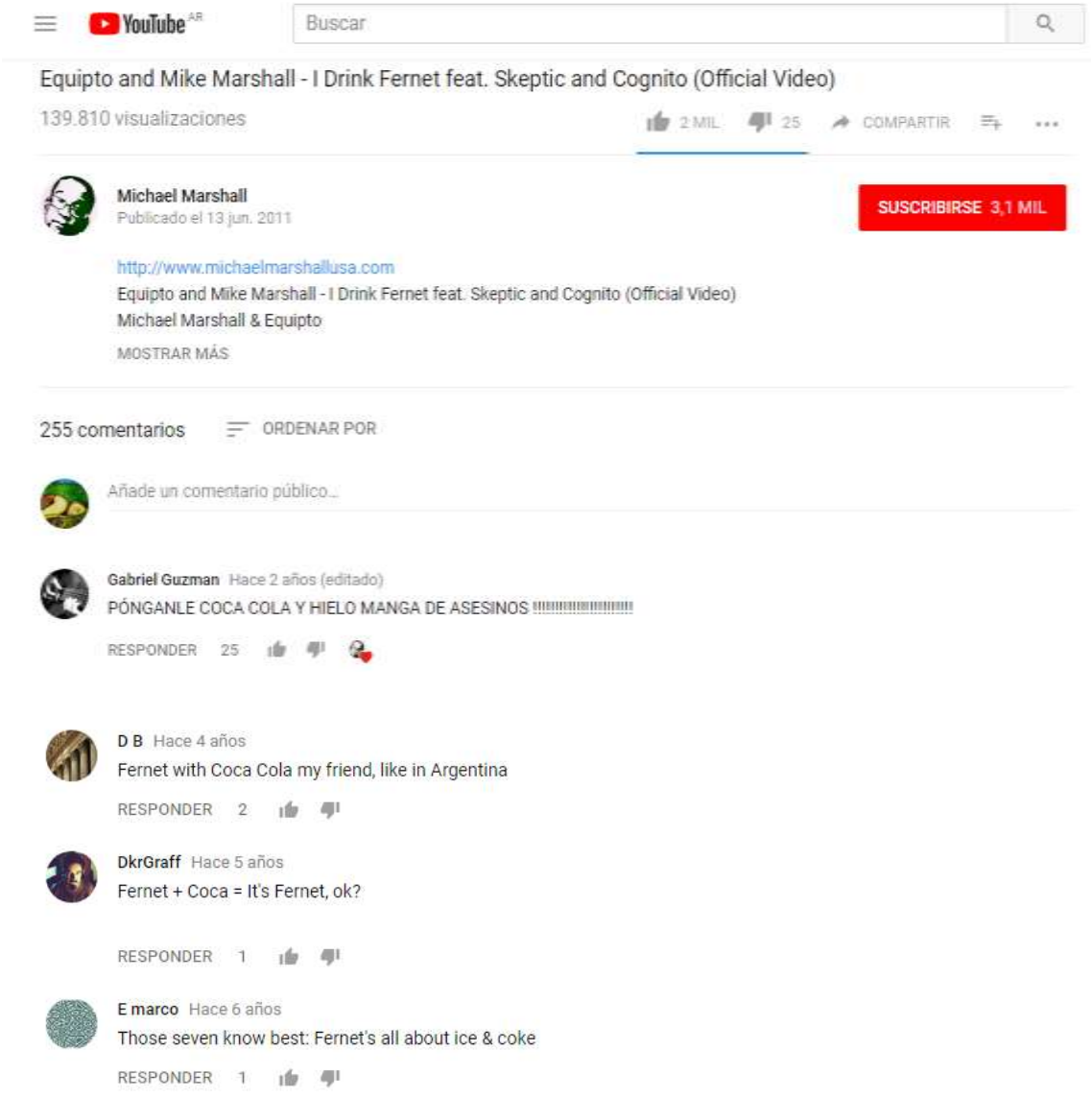
fernet, it will never be the same")[19]; en el videoclip (sponsoreado por Fernet Branca) de esta canción se escenifica el consumo en shots del licor puro en la barra de un bar nocturno; en los comentarios de los usuarios de YouTube se leen fundamentaciones urgentes de su mezcla con coca[20].



Captura del videoclip, *I drink fernet*, disponible en YouTube.

[19] San Francisco, California, se arroga el mérito de ser la segunda ciudad, después de Córdoba, de mayor consumo anual de fernet. Ver: http://www.lanacion.com.ar/1387961-fernet-una-historia-de-amor-argentina y también "Drink: Why Fernet-Branca is popular in San Francisco" en: https://www.irishtimes.com/life-and-style/food-and-drink/drink/drink-why-fernet-branca-is-popular-in-san-francisco-1.2592175 [en línea]

[20] Ver: I drink fernet. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=frJq0_qMaj8


YouTube AR
Buscar
Equipto and Mike Marshall - I Drink Fernet feat. Skeptic and Cognito (Official Video)
139.810 visualizaciones
2 MIL
25
COMPARTIR
Michael Marshall
Publicado el 13 jun. 2011
SUSCRIBIRSE 3,1 MIL
http://www.michaelmarshallusa.com
Equipto and Mike Marshall - I Drink Fernet feat. Skeptic and Cognito (Official Video)
Michael Marshall & Equipto
MOSTRAR MÁS
255 comentarios
ORDENAR POR
Añade un comentario público...
Gabriel Guzman Hace 2 años (editado)
PÓNGANLE COCA COLA Y HIELO MANGA DE ASESINOS !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
RESPONDER 25
D B Hace 4 años
Fernet with Coca Cola my friend, like in Argentina
RESPONDER 2
DkrGraff Hace 5 años
Fernet + Coca = It's Fernet, ok?
RESPONDER 1
E marco Hace 6 años
Those seven know best: Fernet's all about ice & coke
RESPONDER 1



Otro conjunto californiano, de San Francisco, es Erin Brazill and The Brazillionaires, adoptan la misma práctica foránea de consumo: "let's do a big shot of fernet" (tomemos un gran shot de fernet).

Otro caso que se apunta a la divergencia de públicos y producciones sobre el fernet con coca, es el de Los Coming Soon, una banda de música house con instrumentos de Buenos Aires, que cantan en inglés lo bien que sabe el fernet ("Fernet tastes good"). Con una visual en colores pasteles, le otorga una estética cuidada y *vintage* producto también de la realización cinematográfica del video (que supone costos de producción que otros conjuntos no tienen), y combina imágenes de instrumentos musicales, objetos pop de los años 50 y equipos electroacústicos.



Capturas del videoclip oficial de *Fernet tastes good*, disponible en YouTube.

También se encuentra una celebración a esta bebida en un reggaetón del altiplano, con Míster T, un dúo de La Paz, Bolivia, que plantan un Fernet Branca© en medio de un paraje desierto, proponiendo a través de esta metáfora visual el licor como un oasis, e invita a "gozar la vida" en su estribillo con un ritmo que combina una base repetitiva de sonidos electrónicos y una melodía con reminiscencias a la lambada brasileña[21], incluso en el video entran en escena bailarines negros con el torso desnudo y varias mujeres danzando. En Cochabamba, otra ciudad boliviana, se encuentra la Orquesta Fernet, un quinteto de cumbia que le canta al fernet, y lo hace presente en cada presentación desde su propio nombre. En *Fin de semana con fernet* recrean el final de una jornada de trabajo en un taller mecánico que deviene en una fiesta casera donde cada participante lleva una botella del amargo en mano en la caja de una camioneta.

En las canciones de cuarteto encontramos tanto videoclips como grabaciones en vivo. Tanto en el caso de Rodrigo como La Mona Jiménez se trata de conciertos. En el primer caso, el video con más reproducciones en YouTube es de un usuario que congela una fotografía de Rodrigo con su gesto característico y el pelo teñido de azul;

[21] Este ritmo cobró popularidad con la canción "Chorando se foi" (1989), del grupo brasileño Kaoma, con una adaptación de "Llorando se fue" (1981), original de Los Kjarkas, conjunto folklórico boliviano.

el siguiente video más reproducido es una grabación en vivo en un escenario de televisión del canal de música CM, donde los propios músicos bailan a su ritmo mientras lo interpretan. La Mona Jiménez en su presentación agrega bailarinas al escenario que aportan la cuota de movimiento del show. Ambos intérpretes incluyen la vestimenta con la que son reconocidos, cadenas al cuello, y Rodrigo en una versión más joven y rubia desestructura la formalidad del traje -aunque rojo- que viste La Mona.

El video de *Asado y fernet* de Los Caligaris también apela al recurso del recital en vivo, y alterna breves *inserts* que hacen visualmente literal la narración musical; sitúan un quincho y un jardín, el fuego en la parrilla, y se detienen en todos los elementos: chinchulines, chorizos, los billetes en la mesa, la conservadora con botellas de coca y fernet y luego vasos gigantes que giran.

Lula Fernández, un músico cordobés que se alejó del folklore para componer *La coca es pal fernet*, un cuarteto con humor, grabó la presentación de la canción durante su cumpleaños, con sus amigos y familiares como actores. Las imágenes recrean un asado, con elementos costumbristas y cotidianos. Acompañó el lanzamiento de la canción una campaña homónima, impulsada por el mismo artista, de "concientización [...] por el uso responsable de los recursos y para que nadie se quede sin coca"[22].

La banda de Carlitos, es otro conjunto cuartetero que en su canción *Nos vamos de caravana* (2004) - que en 2012 realizó el video con la participación de Ulises Bueno y Damián Córdoba-, ilustra el proceso de grabación en estudio, con una estética rockera implícita en los cuerpos de los intérpretes, vestimenta negra con inscripciones, brazos tatuados y el pelo cuidadamente desprolijo. En el clip de *Qué se io*, alternan la visual de un concierto en vivo con imágenes de un viaje de caravana[23], con toda la banda a bordo bebiendo fernet con coca.

Algo para beber y *Qué culpa tengo yo* son dos canciones de Ulises Bueno, hermano menor de Rodrigo, quien con un look rebelde y juvenil hace presente la combinación de una estética rockera (extensos tatuajes, pelo largo, peircings) y una musicalidad tropical, que actualiza el cuarteto de Rodrigo con falsetes y juegos vocales similares.

[22] Ver: Fan Page oficial en Facebook La coca es pal Fernet: https://www.facebook.com/La-Coca-es-pal-Fernet-120820431430584/

[23] "Estar" o "irse de caravana" es un modismo vernáculo que refiere a estar de fiesta sin final anunciado. Como sinónimo se utiliza el término "estar" o "irse de gira", una clara alusión a la lógica enlatada de conciertos y fechas de los conjuntos de música tropical.

Conjunto Falopa anota una parodia hecha cuarteto con *Odio el fernet* (tal vez satirizando, intercambiando un par de letras, la *Oda al fernet* de Los Caligaris), este quinteto de rock liderado por Pablo Marchetti[24], se define como "música de las orillas de un río marrón. Conjunto Falopa es tango, vals y milonga. Conjunto Falopa es también chacarera, zamba, chamamé, cumbia y lírica punk. Conjunto Falopa es canción urbana. Conjunto Falopa es música. Conjunto Falopa es poesía. Conjunto Falopa es arte"[25]. En el videoclip de esta canción aparecen los músicos con accesorios de cotillón (lentes, guirnaldas, antifaces), cambios de vestuario, reposeras playeras, bebiendo tragos y tocando la guitarra. En su plataforma de Bandcamp[26], describen la formación del conjunto y agregan quienes de los integrantes odian el fernet y quiénes no.



Capturas del videoclip oficial de *Odio el fernet*, disponible en YouTube.

A diferencia de las composiciones cuarteteras, las narraciones cumbieras, en su mayoría, no cuentan con videoclips, las canciones encontradas en YouTube congelan imágenes de los intérpretes o el arte de tapa del álbum, o sencillamente son videos caseros realizados por usuarios. Esto enseña una distinción en la producción discográfica del género: tal vez por una inclinación de los artistas, managers y públicos hacia las presentaciones en vivo, como modo de circulación primario de esta música.

Flor de piedra, una de las primeras bandas de cumbia villera, originaria de San Fernando (norte del conurbano bonaerense), creada con la participación de Pablo Lescano, es el único conjunto que realizó la grabación de un videoclip, que sitúa una noche de baile y concierto en el Tropitango Bailable.[27] Las imágenes repiten la letra de la canción con actuaciones y efectos de animación que literalizan el efecto de

[24] Fue fundador y director de la Revista Barcelona hasta 2011, quincenal de periodismo político y humor.
[25] Ver: http://conjuntofalopa.com/biografia/ [en línea]
[26] Ver: https://conjuntofalopa.bandcamp.com/track/odio-el-fernet [en línea]
[27] Popularmente "El Tropi", bailanta de zona norte, ubicada en Pacheco, partido de Tigre (Buenos Aires), sobre la colectora de la autopista Panamericana.

alucinación que produce la mezcla de alcohol y drogas: "empezamos a ver dibujitos animados y todo el baile quedó descontrolado".

Las imágenes que ilustran las canciones de cumbia en general muestran a los artistas regalándose a la cámara, en pose, y no son videos oficiales sino subidos por usuarios. Los Santos Vagos cuentan con una estética que combina el hip hop, el rap y la cumbia villera, con remeras enormes de jugadores de NBA, gorras, cadenas gruesas al cuello y tatuajes tumberos. Kartel rojo muestra en una caricatura la imagen de una típica formación de cumbia con dibujos de teclados, una melódica y el güiro. Se definen como cumbia cartonera, y su sonido creado artificialmente reproduce una voz sobre una mezcla sintética[28]. En ambos casos, se ilustran las canciones del corpus con las imágenes recién descriptas.

Los Turros, muestran la imagen del disco donde predomina el color verde, la tipografía que escribe el nombre de la banda incluye una hoja de marihuana que reemplaza al signo gráfico (en su música se repite un slogan "Los Turros para los pibes fuma churro"), y la fotografía de uno de los músicos con gorra y chomba rayada, estética que popularizaron los Wachiturros[29]. Similar propuesta ofrece la imagen de Mak Donal, donde posa el cantante con una remera del club catalán Barcelona, y el pelo teñido de rubio, mientras hace la seña característica del dedo índice y gordo para indicar que es un cumbiero y no un "gato", como alude en su canción.

Las canciones de rock mencionan el trago como elemento que escenifica la situación vivida por los protagonistas de los relatos, en todos los casos se repite un bar, un copetín, un asado, una noche de calavera[30].

En los casos de este género sucede, de modo similar al cuarteto o la cumbia villera, que no cuentan con videoclips, las canciones se ilustran con la tapa del álbum o grabaciones en vivo, en general publicados por usuarios. Las imágenes llevan una impronta más lúgubre o "comprometida". Imágenes de manos entrelazadas en el

[28] En una nota de Clarín de 2004 se señala: "una especia de Gorillaz adaptados a la cumbia villera". [en línea] Recuperado de: http://old.clarin.com/suplementos/si/2004/01/16/3-00401.htm

[29] En 2012 el líder de los Wachiturros dijo que la marca Lacoste©, creadora de las famosas remeras del cocodrilo, sugirió pagarles para que no usen su ropa, decires que luego fueron desmentidos por el CEO de la empresa y el manager de la banda. Ver: Lacoste opinó sobre los Wachiturros: "No podemos impedir que usen nuestra marca". [en línea] Recuperado de: http://www.elintransigente.com/espectaculo/2012/1/22/lacoste-opino-sobre-wachiturros-no-podemos-impedir-nuestra-marca-120241.html

[30] Término lunfardo. En el Diccionario de la Lengua española se señala: "Hombre disipado, juerguista e irresponsable". [en línea] Recuperado de: http://dle.rae.es/?id=6iNtWmT

álbum *Seremos* de Salta la Banca, o una silla vacía que alude a elementos de tortura en *Culpable* álbum de La Beriso. Con Callejeros se ancla el isologotipo característico del conjunto (ambos videos subidos por fans).Y La Potoca, otra banda incluida en el corpus, combina en la imagen de su álbum *Mayo Francés* (con el que ilustra la composición incorporada en el recorte de esta pesquisa) diversos elementos: el símbolo de la paz, las máscaras del teatro griego, manos, flores, flechas, discos y micrófonos. Un cocoliche de elementos que remiten a escenarios de revueltas, anhelos, proclamas de liberación, con una estética digitalizada en colores pop. Doble Fuerza, una banda de punk rock nacida en Quilmes (provincia de Buenos Aires) también elogia al trago, con un video en *live session*, e ilustra con el isologo de la banda que incluye dos pintas de cerveza brindando.

La canción *La novia*, de Arbolito es un retrato del anhelo de encontrar el amor en el barrio junto a una serie de consumos y bienes (entre ellos el fernet) que reconfortan al narrador, desde el culto a la familia, los amigos y la mirada añorada al tiempo que ya pasó. Esta banda que se nombra a partir del indio ranquel que según el historiador Osvaldo Bayer degolló al general Rauch, está conformada por egresados de la Escuela de Música Popular de Avellaneda, e iniciaron el conjunto como rock fusión. Cuentan con una estética colorida con una bandera wiphala[31] presente.

Otra distinción general a tener en cuenta es que casi la mitad de las canciones (21 de 43 precisamente) mencionan el fernet en el título mismo de la composición, y coinciden en su mayoría con géneros tropicales y bailables; es decir que hay una intención de poner en el centro de la escena el licor como alusión medular de la música, no en todos los casos se halla una descripción acabada sobre su consumo, sino que a fuerza de repetición y estribillos protagoniza el relato.[32]

Por último merece mencionarse que casi ninguno de los conjuntos o músicos dentro de este recorte incluye una mujer en la producción, a excepción de Los Coming Soon que cuentan con una voz femenina en los coros, Erin Brazill & The Brazillionaires, en la que la vocalistas es una mujer, y en *Johnny no hay fernet con coca* la voz impostada de una mujer enfatiza el efecto paródico que busca la composición. Parece extenderse a otros géneros populares la idea que señala Blázquez respecto a la producción de

[31]En lengua aimara significa bandera, y es símbolo de la defensa de los Pueblos originarios y la diversidad cultural.
[32] O desde el nombre mismo de la banda como Orquesta Fernet, conjunto boliviano de cumbia, o el grupo Fernet, de cumbia villera.

cuarteto de que "las mujeres no andan" (2008:163) en la industria, y tampoco "andan" en el consumo de bebidas alcohólicas, ya que se configura en estas narraciones como práctica masculina, especialmente en su dimensión festiva y colectiva, no así en otros géneros o escenarios, aunque escasos.

A partir de la selección del corpus, es posible fundar una tipología de canciones, que construyen una relación diferente en la tríada música - identidad - consumo de alcohol:

1. En primer lugar, la canción "transparente", dentro de este grupo las canciones parecen reflejar -y se enfatiza que *parecen*, porque ningún elemento discursivo lo hace- una forma de vivir el mundo popular, en la violencia de la marginalidad y con un modo de reivindicar una forma de habitar los espacios, construir rituales y festejarlos. Este tipo de mediación se evidencia en el uso testimonial del discurso, y una narración casi autobiográfica relatada en primera persona, donde locutor y alocutario pertenecen al mismo campo material y simbólico. Predominan en este grupo las canciones de cumbia villera.

2. En la canción de "oposición" predomina la moralidad como principio, se construye en un lugar de contestación a un sistema que ubica a sus personajes en una posición donde las ceremonias quedan restringidas a la función de batallar las normas y rigideces de una estructura opresiva. Y esas posiciones siempre son negociadas, y habilitadas por las mismas instituciones contra las que luchan (Best, 1997) En esta tipología se alternan el uso de la primera y la tercera persona; es decir se narran experiencias propias, y también historias de otros, que por la sensibilidad debida que la moral indica, los narradores empáticos las expresan, porque aunque no les pertenezcan, ponen de manifiesto que son capaces de percibirlas. Las composiciones de rock dentro de esta categoría son explícitas en su antagonismo, mientras que en composiciones de otros géneros populares la oposición o resistencia se encuentra en modos alternativos de nombrar las experiencias en su espacio social, resaltando sentidos que pueden contraponerse a una moralidad ajena ya establecida.

3. Otro tipo posible de demarcar es el "hedonista", que centralmente reconoce el goce como fin en sí mismo, donde la justificación es superflua, lo que interesa es la suspensión de categorías morales y de sociabilización, porque es una categoría que se construye como absoluta, se convierte en un todo donde los

límites están borrados, pareciera que no hay afuera, y nadie está afuera (pero si el exterior no existe, tampoco hay nada ni nadie dentro). Se narra un *nosotros*, que no intenta marcar un *ellos*, sino que lo invisibiliza. Las canciones de cuarteto, pachanga y reggaetón alimentan esta clasificación.

4. La canción "deslegitimadora", se construye por supuesto en las operaciones paródicas, que a través del funcionamiento de la burla y el chiste deslegitiman o socavan las elecciones y operaciones propias del universo popular, donde ingresa el ritualizado consumo del fernandito. Ahora bien, ¿es posible que a través de este tipo se reivindique aquello que es objeto de parodia? Es posible pensar que el elemento satirizado, lo es, porque este objeto de la cultura ya trascendió o recorrió los límites de su propia reclusión. Y es posible en su proceso inverso, cuando la parodia la exhibe un *yo* popular, que reivindica sus propios esquemas en función de satirizar consumos culturales de otro sistema simbólico. ¿Es el mercado únicamente el que pauta este devenir? ¿O es también la eficacia de un proceso que efectúa un camino circular, donde aquello que se parodia, porque no es legítimo de la propia cultura, cobra entidad reivindicativa? En este caso, pareciera que la función deslegitimadora enfatiza la condición masculina y popular de las identidades construidas en los relatos: el fernet es de negro y macho.

5. Y por último, en un cariz que media entre las dos últimas tipologías descriptas, puede encontrarse el tipo "grotesco", que resignifica un cierto primitivismo, construye desde una mirada picaresca y elocuente formas de alojar sentidos sobre el universo experiencial de los sujetos populares. Aquí tiene lugar una narración jocosa acerca de sí mismos, una burla que no parodia la otredad, sino la mismidad. El estilo grotesco se encuentra en un vocabulario mundano y humorístico, y se enfatiza con la referencia expresa a necesidades fisiológicas y fluidos corporales, interferencias de sonidos, voces y conversaciones que se mezclan con la música, y se acompañan con imágenes de alimentos, carnes, achuras, residuos etc. Principalmente se encuentran canciones de cuarteto en este tipo.

Se propone esta clasificación a los fines del análisis aunque es preciso aclarar que la misma es necesariamente permeable, no excluyente. Si bien se agrupan generalidades en esta tipificación, es posible que ciertos géneros se encuentren o

puedan pertenecer a varios tipos a la vez, como lo son algunas canciones cumbieras donde existe un mecanismo de cristalización de una realidad vivida, pero que también da cuenta de una retórica contestataria frente a las otredades construidas, como la policía o el sistema político-económico.

Capítulo I: Las pibas, ¿se mueven por un trago de alcohol?

"Las turras se mueven sólo por un trago de alcohol", señalan categóricos Los Turros, en su canción *Tomo fernet*, y es la única escena que señala a una mujer activa frente al consumo de alcohol.

El género como construcción cultural y clasificatoria de los sexos, organiza lo que es esperable de varones y mujeres, anticipa modos de hacer, otorga marcos de previsibilidad y esquemas de concepción del mundo, en términos de lo que se configura como femineidades y masculinidades. "Es una especie de "filtro" cultural con el que interpretamos el mundo, y también una especie de armadura con la que constreñimos nuestra vida" plantea Lamas (2010:18). No se dirá nada nuevo si se menciona que la disposición desigual que atraviesa los esquemas vinculares entre hombres y mujeres, descansa sobre la ventaja de una relación de dominación solapada bajo una diferencia biológica de los sexos (Bourdieu, 2010), y que a partir de ella se figuran lo femenino y masculino como categorías dialécticas, que por su carácter cultural e histórico son pasibles de reafirmarse, transfigurarse o ponerse en crisis. Pero esa dominación no agota su definición: "comprender qué es y cómo opera el género permite no estar de acuerdo con las representaciones tradicionales de lo justo o lo verdadero, tan lejanas de la situación femenina real" (Lamas, 2010:19).

En la música se configuran representaciones en torno a los roles femeninos y masculinos, poniendo en funcionamiento una retórica que da pistas acerca de cómo se posicionan los sujetos en las estructuras vinculares. Principalmente se intentará dar cuenta de las construcciones discursivas en torno a la feminidad y a las mujeres en los relatos ferneteros. Si bien no se menciona en las canciones estrictamente una relación entre la mujer y la bebida, justamente por eso se apuntan las ideas que siguen, porque ese vínculo aparenta no existir, y la omisión da pistas acerca de la posición del sujeto de la enunciación, siempre eminentemente ideológica, aproxima su modo de mirar y pensar el mundo que vive -discursivamente-.

Como señalan Semán y Vila (2011), se trata también de deconstruir lo que podría indicarse como la *naturalización de la naturalización*, es decir; aquella concepción que señala en la música popular, en particular la música tropical y por sobre todo la cumbia villera -género al que aluden los autores-, operaciones que alimentan la sujeción de la

mujer al deseo de los hombres, la construcción de una feminidad únicamente en torno a la mirada de un otro masculino. Una identidad generada a partir de esa singular diferencia, que se establece siempre en detrimento de lo que no la constituye. Como elemento negativo.

Lo que las clases populares hacen con aquello que consumen no está exento de las relaciones de poder enquistadas en su sentido práctico, pero aquello no tiene la única potestad de plantear lo que los sujetos populares apelan a la hora de la escucha musical, el baile, o el consumo de bienes, etc. Del mismo modo, tampoco existe una única forma de constituir y habitar la autopercepción de género, la feminidad no está determinada por la no masculinidad. Se trata de una disputa política: "que la diferencia biológica [...] se interprete culturalmente como una diferencia sustantiva que marcará el destino de las personas con una moral diferenciada es el problema político que subyace a toda la discusión académica sobre la diferencia entre hombres y mujeres" (Lamas, 1996: 102). Y es preciso entender que la masculinidad y la feminidad "no son identidades ni categorías culturales fijas [...] sino que se construyen y reconstruyen en condiciones históricas específicas" y que aún en un momento histórico particular siempre "habrá conflictos acerca del significado de la feminidad" (Hollows, 2005: 25).

El fernet, al ser una bebida amarga, de color oscuro, con perfume a hierbas y raíces y una alta graduación alcohólica, se posiciona lejos de una caracterización femenina, en términos de lo dulce y delicado[33] que supone esta categoría en el imaginario social, donde los ejes culturales valoran "la fuerza sobre la debilidad, y se considera que los varones son los fuertes y las mujeres débiles" (Lamas, 1996: 121) El fernet cuenta con atributos que parecieran exclusivos de la masculinidad: es para quienes aguantan el sabor y el exceso de alcohol.

Una primera aproximación a las narraciones del corpus de canciones indica que las ideas esbozadas líneas arriba se sostienen en las representaciones de los discursos musicales en relación a los géneros; es decir una feminidad constituida en torno a una masculinidad que desea pero descalifica y la concepción de mujer alejada del universo nocturno y primitivo que propone el consumo de alcohol. Como no se ha realizado un trabajo de campo para esta investigación, sino que se trata de un acercamiento

[33] Bourdieu en *La distinción* (1979) menciona que un dato que arroja su trabajo de campo indica que los hombres de las clases populares admiten consumir alimentos "salados y sustanciosos", mientras que los "dulces y azucarados" son femeninos. Ver: La elección de lo necesario (pp.390).

etnográfico a las representaciones discursivas, no es posible afirmar si estas representaciones son confirmadas, refutadas o reformuladas por quienes consumen esta música y esta bebida, pero sí indicar figuraciones construidas en el acto de enunciación .

En ciertos discursos analizados, se adopta una mirada que confiere a la mujer el espacio doméstico como su territorio, como proveedora de bienestar, alimentación, y cuidado: prácticas situadas en una configuración maternal de lo femenino. Y, tal vez como una continuidad del período de amamantamiento (posibilidad exclusiva de la biología femenina), lo maternal pareciera aferrado a preceptos que proscriben el consumo de alcohol. Indica lo que el feminismo se pregunta sobre la correspondencia de las mujeres a lo natural y los hombres a lo cultural, lo que significa "que cuando una mujer se quiere salir de la esfera de lo natural, se la tacha de antinatural. En cambio, para los hombres 'lo natural' es rebasar el estado natural [...]" (Lamas, 1996:102), y el desborde sumido en el festejo y el exceso del alcohol es otro modo de "rebasar" este estado "natural".

Esto puede observarse con mayor frecuencia en el género del cuarteto, donde existe una mirada paternalista, y menos agresiva en su retórica frente a las configuraciones de lo femenino como categoría. Esta operación puede encontrar un fundamento en la historia del cuarteto, con un origen ligado a valores tradicionales y más conservadores que otros géneros; que instituyó una música, con espacios de escucha y de baile para parejas adultas y familias, institución ésta que remarca, aún a mediados del siglo XX, roles bien diferenciados entre el hombre asalariado, y la mujer ama de casa. La Mona Jiménez ilustra:

"Planchame el pantalón, le digo yo a mi hermana
Dame la comidita, le pido yo a mi mamá
Que esta noche me voy... ¡de qué! De pachanga".

El varón de la casa sale a "vivir la vida" y a tomar fernet. Mientras las mujeres cumplen un rol de asistencia y se recluyen en el ámbito doméstico:

"Amor, ya vengo, me voy a un asado
como, tomo alguito y vuelvo.
Sabes, te quiero, andá a dormir tranquila
te despierto cuando llego".

(Qué culpa tengo yo, Ulises Bueno*)*

Se mezcla en este punto el vínculo maternal con la relación romántica o sexo-afectiva entre la mujer y el hombre. El protagonista la manda literalmente a dormir porque el asado con amigos no es ámbito para la novia, mientras le pide que no se preocupe y promete que, cual adolescente de madrugada, le avisa cuando vuelve.

Otra delimitación que se sucede señala que las mujeres de los relatos -cuando son nombradas- no comprenden la práctica de beber, transgrediendo las normas, porque las suprimen y desconocen. Así lo explicita el siguiente fragmento, en una versión *aggiornada* del género cuarteto:

"Cuando vi aquella imagen yo me transfiguré
me acerque a esa madre y yo le expliqué
aunque la criaturita tuviera mucha sed
hay Chuitty[34] pa' los chicos, la coca es pal fernet"
(La coca es pal fernet, Lula Fernández*)*

Se puede realizar una lectura que no sólo ancla la práctica con una normativa ritualizada, sino que demarca una alteridad frente a la misma. La *mujer-madre* no forma parte del ritual y nunca podría dejar de ser una *otra*, porque no comprende las reglas del juego, no reconoce los límites instituidos entre lo que es permitido de aquello que no. En el microcosmos que se recrea frente a la práctica colectiva de beber la mujer no es más que desviación, entendida como la interacción de un grupo social con quien es percibido como un rompe-normas, y únicamente constituido en función de la reacción de los otros (Becker, 2014), se construye en la diferencia. De todas maneras, es preciso señalar que las mujeres sí aparecen en las referencias visuales, en la composición recién señalada, la imagen contradice el contenido de la canción, donde se ven mujeres tomando fernet del vaso, incluso abuelas escondiendo hielos en la cartera por si llegara a faltar.

Quien recibe los aplausos en los escenarios narrados es la figura masculina por antonomasia: el asador. En las canciones de cuarteto, la práctica de consumo de fernet con coca está muy ligada a las escenas comunitarias de la alimentación

[34] Bebida gaseosa económica que ya no se encuentra en el mercado.

("Hagamo' un asado, tomemo' fernet", Los Caligaris). Y se narran con todos sus condimentos, unido a un elemento que aparece con cierta frecuencia: una retórica grotesca, que menciona condiciones displacenteras, o repulsivas de la anatomía humana, que también alejan a un enunciatario erigido sobre las características sociales de la feminidad ("Existen las hemorroides, pero existe el fernet", Los Caligaris).

De ese modo se otorga una experiencia de consumo donde el alcohol forma parte de la alimentación, y como hecho social siempre está ligada a reglas comunitarias (Douglas e Isherwood, 1990). Y a pesar de hallar a la mujer como proveedora y responsable de la nutrición, en las escenas descriptas se la recorta incluso del territorio donde el propio universo masculino la confina, porque el alcohol forma parte de la comida, y entonces ya no hay lugar para la madre.

La mujer, en los relatos musicales que merecen este análisis, aparece objetivada en demasiados casos; es utilizada como figura para caracterizar las escenas: una ciudad, un baile, bar o una situación sentimental.

"De la ciudad de las mujeres más lindas" canta Rodrigo en *Soy cordobés*, describiendo en el mismo plano las mujeres, las bebidas ("del fernet, de la birra, madrugadas sin par"), sitios históricos y equipos de fútbol como características de su ciudad. A través de una operación metonímica la mujer es una continuidad de una cosa, o una cosa es continuidad de ella: "Sos tan rica como aquel fernet" *(Enloquecer,* La Beriso*).*

Parece instituirse una feminidad descartable, porque es reemplazable, y los objetos son pasibles de ser repuestos. En otra composición se explicita: "Quiero seducir tu cuerpo / quiero acariciar tu cuerpo / y decirte lo que quiero" *(Coca y fernet,* Míster T*).* Refuerza una idea de mujer objetivada, en el discurso se construye el deseo por un cuerpo, más bien por la posibilidad de ofrecer placer de ese cuerpo a un otro que lo pretende, y que pone en el centro de la escena lo que quiere de él, omitiendo que el cuerpo deseado es o sea un cuerpo deseante también.

Y en esta concatenación discursiva aparece la mujer como telón de una situación que cobra el protagonismo: se señala el anhelo de querer "estar rodeado de mujeres, whiskys importados" y explicita "Me gusta la noche , me gusta el fernet y las mujeres de una sola noche " *(Calavera,* La Beriso*).* Se construye una *mujer-sinécdoque,* e ilustra esta misma composición: "quiero hacer una fiesta y que sólo vengan tus tetas".

La femineidad está acotada al disfrute de un otro masculino, y restringida su presencia, no sólo material (sólo una parte de ella interesa), sino temporal y espacial, no es deseada en todo momento y espacios, porque fundamentalmente los ambientes retratados son masculinos, es la cotidianeidad de un rockero, un cumbiero o un cuartetero cordobés.

La construcción de la femineidad como desviación del propio universo fernetero se argumenta en los discursos desde ópticas distintas. En primer lugar, como ya se señaló, como una otra que no reconoce los límites de la práctica porque los desconoce o no adhiere a lo que está dentro y fuera de lo autorizado; en segundo lugar, la desviación se torna en transgresión aún compartiendo una experiencia frente a la práctica de consumo. "Estaba en el baile tomando fernet con coca / sin darme cuenta una chica / le metió una pastilla color rosa", y por su causa "todo el baile quedó descontrolado" menciona Flor de Piedra en *La jarra loca*. En esta narración se celebra el descontrol, pero se menciona que los personajes no se "dieron cuenta" de la astucia de una chica que provocó un estado de alucinación en los involucrados en la escena. Demarcando así, una convivencia entre el señalamiento de una alteridad frente a quien está fuera de la codificación grupal, y a su vez es destacado en un tono celebratorio. Sucede algo así como una *metatransgresión*: se reconoce una atracción por la transgresión foránea a la transgresión propia.

Y una tercera arista frente a la desviación se encuentra ligada a la identificación de una actitud activa del deseo femenino de beber, que se registra como una transgresión. Calificada como *turra* porque utiliza los movimientos de su cuerpo para obtener un trago.

*"*Las turras se mueven sólo por un trago de alcohol*"*, denota reprobación en la utilización de sus cuerpos como medio de acercarse a su deseo, dicha calificación es explicitada en una canción (*Tomo fernet*) que pertenece a la banda Los Turros. Pareciera que aquello permitido para un *turro* no está comprendido para una mujer: consumir un trago. Y allí tiene lugar la condena por traición de clase y de estilo*:* "mirala bien, qué zorra es [...] ese gil" -que es distinto a un turro- "le pagó un frizzé" -que no es fernet-, se fue con alguien que no pertenece al grupo y optó por otra experiencia.

Es válido plantear el interrogante, entonces, de si las mujeres se mueven *sólo* por un trago de alcohol, o si dentro de la acción de bailar no se pone de manifiesto una

reapropiación[35] de la feminidad y una resignificación de la propia corporalidad. La misma que se construye objetivada y fraccionada en los discursos -siempre masculinos- analizados, es una corporalidad habitada y motivada por deseos propios, y por esto descalificada. Allí radica la mayor transgresión femenina y no consigue disculpas.

Es preciso señalar que también, dentro de este universo donde se cruza la música y el consumo de alcohol, hay materiales discursivos que construyen a la mujer como protagonista del relato, con frecuencia en las canciones de rock. Se menciona la necesidad de su presencia, como sujeto de deseo y de calma. Como absolución a un estado de soledad o apatía.

Y cuando la mujer es retratada como contraparte de un vínculo -amoroso o desamoroso- nuevamente se refuerza una idea objetivada de lo que de ella se representa. La *mujer-compañera,* es siempre la novia de un otro, pertenece a otro: "yo te hablo de mi Branca mientras vos ves esto / yo preparo un corte gansha / mientras tu novia me ducha*"* *(Vylan prepara el fernet,* NG el Demente), también ilustran Los Tulipanes: "Eso empezó aquella tarde que yo a la morocha / Después de un par de cartitas / la fui a visitar / Me tomé como 10 colectivos / y en medio de la fiesta / Llegó el marido, no pude escapar*"* *(El ángel)*. O es una mujer que desconfía, que no comprende o que no cree en el amor profesado, y se enfatiza el "robo" o la conquista de una mujer comprometida con otro (siempre masculino). Vuelve a remarcarse un límite, la femineidad pareciera estar más allá de un *nosotros* que sabe cómo se vive, se sufre, y se aguanta.

Se registran sólo cuatro composiciones (que representan el 9.3% del total de canciones analizadas) que construyen a la mujer como destinataria del relato. La primera, es una canción de rock, y explícitamente en modo imperativo le habla a una mujer: "No te vas de mi cama / No sin antes apagar la luz*"* (*Derroche de noche*, La Potoca). Los Auténticos Decadentes también la construyen como destinataria, cuando escriben un descargo frente a una acusación de engaño amoroso. Y la ya citada canción del dúo boliviano Míster T, que la invita a "gozar la vida con coca y fernet", bajo las condiciones de cumplir con el cuerpo de esa otra el deseo del varón. Ocurre

[35] Si se menciona con el prefijo "re" es para indicar que hubo una pérdida en la disputa de imprimir un sentido a esa categoría.

algo similar en la narración de *El Rey del fernet*, donde menciona que "en la pista te quiero tener". En estos brevísimos casos la mujer se posiciona en actitudes de naturaleza distinta: de forma activa como reclamo, que no cree o comprende el universo del nosotros; o de forma pasiva como sumisión al deseo del protagonista.

Existe una quinta composición (*Qué culpa tengo yo* de Ulises Bueno) que lo hace de modo indirecto, el acto enunciativo no la considera como destinataria, sino que se incluye a la mujer a través de un hipertexto, inserta un diálogo de pareja en el que el protagonista le explica a una mujer lo sucedido en una noche de asado que terminó descontrolada. La narración construye complicidad con un paradestinatario, por ende masculino y plural: "todos borrachos" se complotaron, y aparecieron los "ferneces" que no lo dejaron volver. Y entonces el protagonista se pregunta "¿qué culpa tengo yo?", el universo heteronormado que se narra, implica ir al baile y estar dispuesto para los amigos, los ferneces y las mujeres que se ofrecen. Decir que no supondría un claro signo de transgresión a los códigos grupales, y una señal de feminización, imposible -desde lo enunciado en la canción- para un cuartetero, que, como señala Blázquez, cumple con una "heterosexualidad obligatoria" (2006:137).

Sumado a esto, se conjuga cierta representación que asume que " el borracho dice la verdad y que su conducta, sea cual fuere, debe ser disculpada [...] las transgresiones en estado de borrachera suponen un castigo menor" (Menéndez, 1990:76), el funcionamiento de este consenso minimiza al responsable y lo aleja del reproche.

Se señalaron diversas representaciones en los discursos musicales, y puede mencionarse un indicio que emerge con ímpetu: una mujer ausente. En términos de una práctica narrada exclusivamente por hombres, su presencia está dada por su ausencia. Se entiende que está dada por lo que está por fuera de ella misma, la idea de la feminidad se constituye en los relatos rastreados como un universo que *no* es el masculino, *no* es el de los códigos, la normativa comunitaria, *no* es pertenecer, *no* es el del saber compartido, *no* es el del alcohol. No se acota qué es, pero es categórico con aquello que no es, lo femenino se nombra con palabras mudas.

Quienes enuncian las formas y límites del consumo de fernet con coca se construyen a partir de las masculinidades en los relatos; las figuras que se suceden, y que sí se explicitan, son: "cumbieros", "borrachos", "pibes", "turros", "amigos", "hombres de ley", "borregos", "herejes", "guerreros", "gatos", "dementes", "calaveras", "piratas". Y

cuando aparecen las *turras* o las *pibas* nunca se conjugan en primera persona, se distinguen como una otredad.

En la mayoría de las canciones, de todos los tipos catalogados y géneros musicales, se trata de un diálogo exclusivamente heterosexual, una conversación entre hombres sobre una mujer, la figura femenina sólo aparece como objeto de ese diálogo, no como destinataria. A pesar de encontrarla "excluid[a] del colectivo de identificación" (Verón, 1987: 4), que cumple la destrucción de las creencias y valores del enunciador -siempre masculino-, no representa validez como contradestinataria, porque no se dirigen a ella los discursos, no se la quiere convencer ni persuadir, se la excluye como posible receptora.

Las canciones explicitan que las mujeres son objeto de deseo: "En la pista la vi bailar/ todo el mundo la miraba / todo el mundo la deseaba" (*Coca con fernet*, Grupo Ternura), y para reforzar la heterosexualidad de los narradores, se tipifica un relato que un varón le cuenta a otro varón, porque las escenas de grupalidad no incluyen a las mujeres, entonces tampoco forman parte del diálogo de esa camaradería masculina.

En este punto se diluye toda otra diferenciación: estética, ética, etaria, de clase, de origen; porque la exclusión está dada por la feminización. Las mujeres y los homosexuales son los de afuera. Al interior del conjunto de machos puede haber mil matices, pero nadie es "nena" ni "maricón". Parecen reafirmarse criterios "construidos exclusivamente a partir de patrones masculinos, que parecen suponer tácitamente a la violencia antifemenina como una pauta normal de integración cultural y social" (Menéndez, 1990:67).

Para agrupar lo anteriormente postulado, se puede ensayar una diferenciación sutil entre los distintos tipos de canciones clasificados. En el caso de la canción *hedonista* el vínculo con las mujeres aparece invisible, dentro de la ficción del jolgorio donde todo es nosotros, no hay nada fuera ni adentro.

En las canciones de *oposición*, que intentan demostrar una sensibilidad "superior" a las canciones que glorifican la fiesta y el descontrol, la mujer es un elemento escenográfico o funciona de placebo para el sufrimiento de los rockeros, que se interesan por un recorte de ella: alguna parte de su cuerpo, en algún sitio en particular, o en un lapso temporal finito. Porque los relatos rockeros no dejan de ser

intramasculinos, y ese discurso exige probar su condición de género matizando el protagonismo que cobra una mujer, y por eso mismo se menciona cercenada su presencia.

En las canciones *grotescas* se la excluye desde el principio, un deliberado uso de vocabulario y preceptos alojan sentidos que buscan repudiar cualquier sello de feminización en el relato. En la canción *transparente* ocurre una operación similar, y se agrega una idea que sostiene en apariencia el género, existe una mayor flexibilidad para traicionar al grupo, casi que por su misma condición de mujer tuviera la posibilidad de ser deseada o desear por fuera del universo popular, situación que no es censurada en sentido contrario, conquistar una mujer "de otro" (incluso una "cheta") es un triunfo. Por esto el género parece mezclarse aquí con la condición de clase.

En las canciones paródicas el tratamiento a la cuestión de género aparece más desdibujada, ya que el acento está puesto en la burla que refuerza una identidad de corte popular que absorbe como dado su condición masculina.

Existe una única canción performatizada por una mujer, y es el único conjunto que cuenta con una líder femenina y vocalista, se trata de *Fernet* de Erin Brazill and The Brazillionaires. Esta composición narra una escena donde una chica conoce un chico, y se sincera diciendo que a pesar de que haya sido tan bueno (tan bueno el fernet y haberlo encontrado como compañero), ojalá nunca se hubieran conocido, él no es bueno para ella, y hasta aquí una historia más de histeria y desamor. Pero luego la narradora se apropia de la situación, se expone como activa consumidora de alcohol, precisamente de fernet en shots, como habitué de la noche y los bares. Y se atribuye características que en el resto de las canciones analizadas están restringidas únicamente al universo masculino: hacer bromas, fumar cigarrillos, beber y sentirse mareada. Se conjugan estas palabras nombradas con un estilo musical *vintage pop*[36] según se reconoce la banda; y el género pop pareciera mucho más permeable a la incursión femenina, quizás aquí las mujeres "si andan" (sobran muestras de reconocidas solistas o *girl bands,* exitosas para la industria discográfica y musical). Posible pensarlo también con Los Coming Soon, que hacen música house, e incluyen en su formación una integrante femenina (en los coros).

[36] Música influenciada por el pop de los años 40's, 50's, 60's y 70's.

A pesar de las excepcionalidades mencionadas, el fernet con coca se construye como una bebida predominantemente masculina. A pesar de que el mercado del trago incorpore mujeres, se las vea en publicidades o en los bares consumiendo, en el tejido discursivo de este corpus se la excluye del universo fernetero. "Estamos todos invitados a tomar fernet" repite una canción, y ese "todos" es una afirmación de la masculinidad, veda a las mujeres del consumo de fernandito: para ellas los vinos de colores y burbujas.

Capítulo II: Para el deleite de la plebe

A partir de la lectura de los textos que integran el corpus de este trabajo el fernet cuenta con ciertos puntos que suturan su sentido como enclave popular. La constitución de las condiciones de clase de los grupos sociales, ligada a ciertas disposiciones de consumo, condiciones materiales de existencia y una particular posición en la estructura social, implica "luchas simbólicas, inseparablemente cognitivas y políticas, por el conocimiento y reconocimiento, en el que cada cual persigue no sólo la imposición de una representación ventajosa de sí mismo" sino también estrategias para "imponer como legítimos los principios de elaboración de la realidad social" que se desarrollan "en el orden de la existencia cotidiana como en el seno de los campos de producción cultural que, [...] contribuyen a la producción y la imposición de principios de elaboración y evaluación de la realidad social" (Bourdieu, 1999:24) y es en esta pugna que se corporizan las identidades sociales en este trabajo.

El consumo de objetos de la cultura demarca una pertenencia de clase, dictada por las posibilidades materiales de acceso a bienes determinados, y por constructos superestructurales que implican un sistema significante que se cierne sobre las identidades sociales. Supone una lucha material y una negociación simbólica.

En las líricas en torno a la práctica de su consumo, en principio se observa una exacerbación de significantes que construyen un estilo que se podría definir en principio como “vulgaridad retórica”. Frente a este concepto se debe tener en cuenta la discusión teórica formulada previamente acerca de la naturaleza del gusto popular, en términos del debate planteado entre Bourdieu, Grignon y Passeron, que sólo puede nombrarse como vulgar porque no se corresponde con el sistema cultural dominante, y que parece reivindicar un "primitivismo" linguístico, dado por un uso del lenguaje alternativo al pautado y consensuado por la comunidad linguística letrada: conjugaciones que omiten letras (se "comen las eses"), palabras que nombran condiciones escatológicas, pronunciaciones modificadas convertidas en una especie de "lunfardo marginal", etc. Este juego del lenguaje si no es deseado, al menos se encuentra como elemento positivo, especialmente ocurre en las canciones agrupadas dentro de lo que aquí se denominó canciones "grotescas", "transparentes" y "hedonistas".

Un lenguaje grotesco se presenta prioritariamente en canciones de cuarteto, se conjugan palabras que retrotraen a un paisaje mundano de la cotidianeidad: "Para mí en el mundo no hay nada más feo / Prefiero brindar con un vaso de meo" (*Odio el fernet*, Conjunto Falopa) o también "Existen las hemorroides / Pero existe el fernet / Digestivo como el té", nombran Los Caligaris (*Oda al fernet*). La osadía de mencionar esta condición de la anatomía humana, lleva a retratar la vida alrededor de este consumo. Como si la bebida fuera tan natural como los males.

En otra composición de esta banda cordobesa, se exalta este uso particular del lenguaje:

"Hagamo' un asado, tomemo' fernet
Hagamo' una vaca, juntemos la plata
Compremo' chinchulines, peguemo' una damajuana"
(*Asado y fernet*)

Se hiperboliza una falta de versatilidad linguística, y se reivindica discursivamente al no pronunciar las eses, y no escribirlas en su letra: una oralidad y escritura impensadas para la cultura ilustrada. Aunque también se exalta retóricamente una identidad lingüística con modismos y acentos regionales, y no únicamente como marca de clase.

La Banda de Carlitos repite en su estribillo "qué se io" remarcando, más que el error en la ortografía, una pertenencia local, que diferencia la pronunciación del español cordobés a la dicción porteña de la palabra *yo*, y la misma banda en *Nos vamos de caravana* repite: "Qué vamo' a tomar /Si un tinto o un fernet*".*

En *Asado y fernet* se exalta la simplicidad y tosquedad de una escena ritualizada: el asado, con un tono coloquial que recorta un status simbólico y material, los consumos que identifican son cortes de carne baratos y sino "sacamos al fiado / costilla y molleja*"*; en otra composición se enorgullecen porque "el pan no era de ayer" (*La coca es pal fernet*[37], de Lula Fernández), se remarca de este modo la excepcionalidad de la

[37] Desde el marketing de Branca abonan esa alianza y "saludaron" por el Día del Amigo a Coca Cola vía Twitter. Desde la cuenta de Manaos -gaseosa nacional elaborada por Refres Now S.A, en La Matanza, Provincia de Buenos Aires (cuyo slogan es "Tomá lo mejor de tu país")-, aprovecharon el tuit para saludar al famoso fernet como su acompañante oculto: "Es hora de blanquear lo nuestro fernet..." seguido de una imagen de Manaos cola y un vaso de fernet. Ver: Mirá el 'trolleo' de una marca de gaseosa a su competencia que se volvió viral. Recuperado de: http://losandes.com.ar/article/-vamos-manaos-el-troleo-de-la-gaseosa-a-fernet-branca-en-twitter-se-viralizo [en línea]

celebración, el gasto festivo se compara con la escasez cotidiana, implica una marca de clase. Se indica en la misma narración, además, consumos poco sofisticados como beber vino con soda, o gaseosas de segundas marcas ("hay Chuitty pa' los chicos"). Este modo de jerarquización social se reafirma a partir de bienes de consumo en la canción *La novia* de Arbolito. En este carnavalito mencionan:

"Tomando Fernet en lo de Bonni
las papas fritas que bien me van
y la barriada de copa en copa
perdida en historias de años atrás.
Y por las noches una polenta
con un paté para picar
ay esta vida que bien se lleva
qué bien se lleva sin trabajar".

La alimentación constituye un aspecto central en las escenas narradas en las letras de las composiciones; y condensa dos ejes vertebrales en toda cultura: lo material y lo simbólico. Por un lado, los bienes que nutren y permiten conservar la energía necesaria para la subsistencia -asegurando reproducir la fuerza de trabajo de la clase asalariada-; y por otro, las representaciones que cada grupo social hace de dichos consumos. Para los sectores subalternos la alimentación y el bienestar del cuerpo representan la institución de un límite frente a las condiciones de la pobreza. Desde una aproximación antropológica se subraya el "doble papel [de los bienes] como proporcionadores de subsistencias y establecedores de las líneas de las relaciones sociales" (Douglas, Isherwood, 1990), y es en este sentido en que se presentan como organizadores de una identidad de corte popular.

En un fragmento de *Nos vamos de caravana* (La Banda de Carlitos), además de enfatizar el español cordobés sin eses, se resalta este modo de establecer un recorte identitario a partir del consumo de fernet:

"Hay que vivir la vida
Tomemos un fernet
No me digas ahora

Que querés tomar, ¿qué? ¿shampein?"[38]

Y una voz en *off* en la canción remarca el destierro con un "rajá de acá", se excluye de manera determinante si dentro del grupo alguien pide champagne para beber.

En las narraciones de cumbia villera también se refuerza esta identidad de clase, a partir de la contraposición con *otros*, porque pertenecen a otros estratos en función de su capital económico, y por sobretodo de acuerdo a sus consumos simbólicos: sus elecciones musicales, disposiciones corporales, y bienes. El otro se propone como "careta", "cheto", "gato", si no comparte alguno de estos atributos.

La otredad que se define en la cumbia villera, se apropia del género musical como acervo identitario, y con ello del consumo de fernet. Quien no asume su posición de clase es señalado como un foráneo, un renegado:

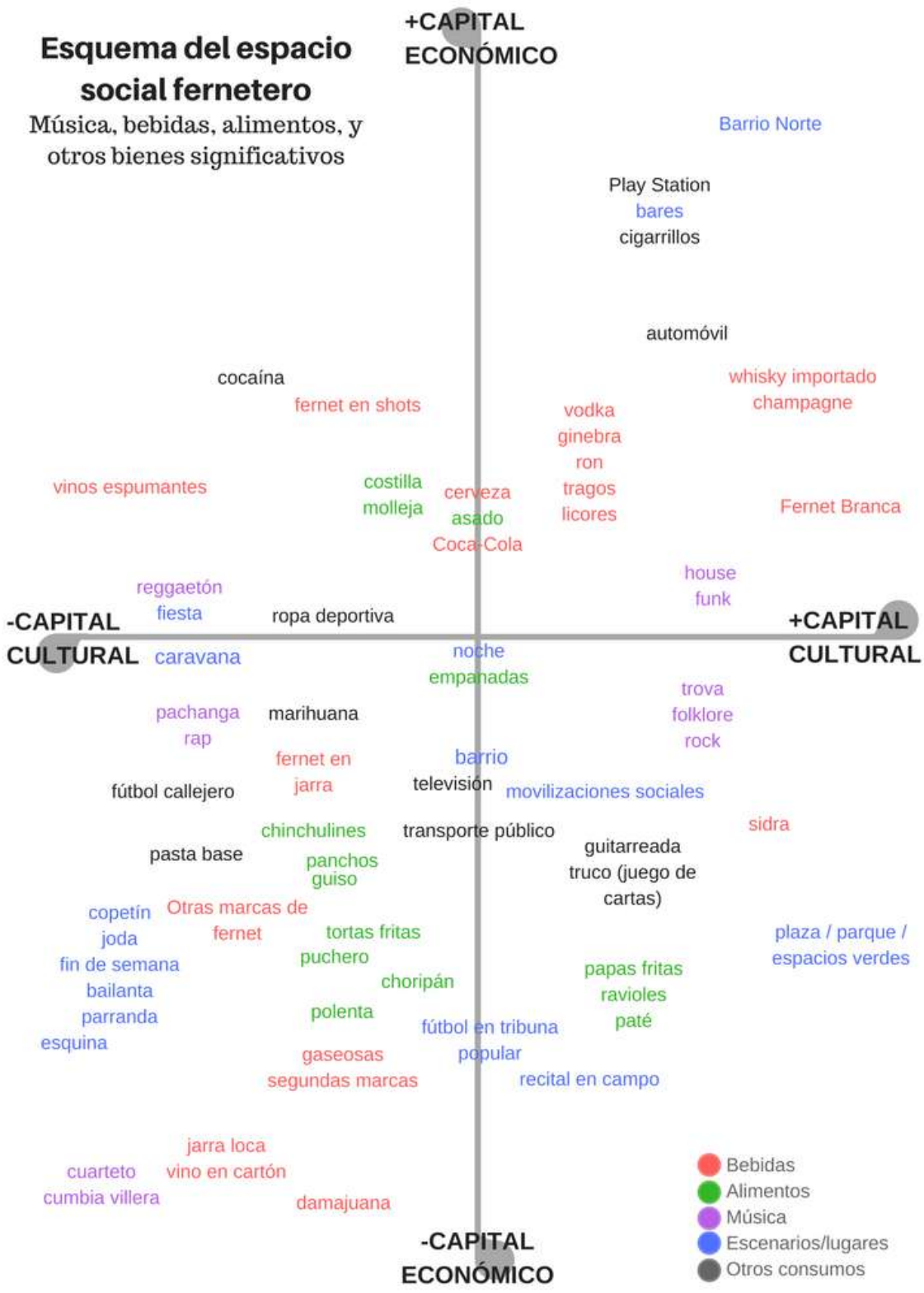
"Ya tomé la birra, ya probé el frizzé,
el Branca va como piña,
no me venga con el shampein.
Dame más fernet.
Si sos cumbiero y te gusta el fernet,
levantá la mano y ponete a joder,
si sos cumbiero y te gusta el fernet,
levantá la mano y ponete a cantar".
(*El fernet*, Mak Donal)

Se repite esta acentuación de clase, dictada por el uso del lenguaje: "no me vengan con el shampein", un tono burlesco se dibuja en el modo en que se escribe y pronuncia *champagne*. Existe una contigüidad de sentido entre ser cumbiero (o cuartetero), gustar del fernet, levantar las manos y ponerse a "joder".

Pareciera que el fernet otorga un matiz propio (a su identidad de clase), que no se encuentra en la cerveza o los espumantes, por encontrarse como consumos más universales o de una sofisticación simbólica propia de las clases altas; el preferido en los sectores populares es el amaro.

[38] Se realza la intención de parodiar el habla de un *otro*: "shampein" busca reproducir la fonética del francés *champagne,* nombre que deriva de la región de origen Champagne-Ardenne (Francia).

A modo tentativo, y como ejercicio teórico y analítico, se esboza a continuación un esquema de posiciones en el espacio social referido a las bebidas, escenarios, deportes, géneros musicales, alimentos, entretenimientos y otros bienes que se encuentran señalados en las composiciones del corpus, tomando como referencia el espacio de las posiciones sociales y estilos de vida que elabora Bourdieu a partir de su obra *La distinción* (1979).


Esquema del espacio social fernetero
Música, bebidas, alimentos, y otros bienes significativos
+CAPITAL ECONÓMICO
-CAPITAL ECONÓMICO
-CAPITAL CULTURAL
+CAPITAL CULTURAL
Barrio Norte
Play Station
bares
cigarrillos
automóvil
cocaína
fernet en shots
whisky importado
champagne
vodka
ginebra
ron
tragos
licores
vinos espumantes
costilla
molleja
cerveza
asado
Coca-Cola
Fernet Branca
house
funk
reggaetón
fiesta
ropa deportiva
caravana
noche
empanadas
trova
folklore
rock
pachanga
rap
marihuana
fernet en
jarra
barrio
fútbol callejero
televisión
movilizaciones sociales
sidra
chinchulines
transporte público
pasta base
panchos
guiso
guitarreada
truco (juego de
cartas)
copetín
joda
Otras marcas de
fernet
tortas fritas
plaza / parque /
espacios verdes
fin de semana
bailanta
parranda
esquina
puchero
choripán
papas fritas
ravioles
paté
polenta
fútbol en tribuna
popular
gaseosas
segundas marcas
recital en campo
jarra loca
cuarteto
vino en cartón
cumbia villera
damajuana
Bebidas
Alimentos
Música
Escenarios/lugares
Otros consumos

En ocasiones dentro de los grupos sociales, sus integrantes comparten el gusto por una bebida, pero su escucha musical difiere (por lo tanto también su ética), o su condición de clase es radicalmente opuesta a pesar de compartir un consumo:

"No te quiero ver, no te quiero ver
porque vos sos concheta
y a mí me gustan las pibas cumbieras
Ya te dije nena andate lllevate todo
y andate, pero como te dije ayer
Si te vas, dejame la tele y la play
pará, pará, pará, el fernet con coca también".
(*No te quiero ver*, La banda del lechuga)

Por lo tanto, hay casos en los que la ética está en directa correlación con el consumo musical, como material que desliza universos experienciales de los sujetos. Pero también hay grupos que a pesar de su condición de clase beben lo mismo. Esto se debe a que intervienen "principios de selección" diferentes que ordenan "la estilización de la vida" (Bourdieu, 1979:383). El caso es que a pesar de estos principios de selección, hay consumos compartidos, y aparece entonces el fernet con coca como un elemento homogeneizador, que aparenta desconocer las profundas diferencias estructurales que existen entre sus consumidores, pareciera abreviar la distancia.



Meme que circula por redes sociales

Existen diferenciaciones al interior del mercado para elegir una bebida o la otra, y se ilustra esa diferencia como explicación al impacto inflacionario, el desarrollo

económico o empobrecimiento de ciertos estratos sociales, a veces se reivindica la bebida a partir de una decisión económica, otras veces se prioriza la posición simbólica de esa elección.

Se pone de manifiesto en estos discursos una ilusión de igualdad -no equidad-. Los costos simbólicos y monetarios (y las retribuciones), de consumir la bebida no son los mismos para las clases medias, altas o populares. Aunque, y aquí se retoma una idea que ya fue esbozada, pareciera que existe una meta-ética, donde existe una débil (y ficticia) reconciliación de clases a partir de la condición de entenderse *ferneteros*.

Sin embargo, y a pesar de lo recién expuesto, se sostiene en el discurso una marca de nacimiento, el fernet con coca reúne las condiciones de una bebida popular, villera, bailantera, y amarga. Y quienes se asumen como consumidores no admiten un otro que no comprenda las reglas comunitarias del beber.

Una *concheta* puede o bebe fernet con coca, pero opera una doble prohibición: de clase y de género. Esta condena ya fue mencionada, en el apartado anterior, pero percibida como una traición porque suponía la situación inversa, una *turra* que optó por un universo no popular. Aquí por mujer y *concheta*, su presencia no es deseada, "andate, llevate todo, pero dejame el fernet". No alcanza con compartir el gusto por una bebida. Si por su posición en la estructura socioeconómica le está negado el ingreso al mundo cumbiero, también le está negado el acceso a su simbología particular.

Conviene precisar en este punto la noción de plebeyización cultural que intenta indagar justamente las operaciones mediante las cuales una *concheta* consume fernet con coca, que en los discursos musicales supone el ingreso al territorio de las y los marginados. Es decir, indica una forma de circularidad de los objetos de la cultura, "designa el proceso por el cual bienes, prácticas, costumbres y objetos tradicionalmente marcados por su pertenencia, origen o uso por parte de las clases populares, pasaron a ser apropiados, compartidos y usados por las clases medias y altas" (Alabarces y Silba, 2014: 53).

La canción *Quiero flashear ser pobre*, de Poxy Club ilustra este proceso. Sus autores, un dúo de jóvenes porteños, tuvieron relativo reconocimiento en redes sociales y medios televisivos en 2010, a raíz del lanzamiento de una serie de videos paródicos

en YouTube, entre los que se encuentran *Flaca comprate un Blackberry*, *Rugby time*, *Fiesta en el bunker de Macri*, *Abuelas paquetas,* y otros[39].

Particularmente la canción incluida en el corpus de investigación, parodia una mirada etnocéntrica sobre el universo de consumos populares, reforzando los estereotipos de clase posicionado desde un nosotros que no pertenece a ese sistema cultural (el narrador se autodenomina como “pibe de Barrio Norte”). La pobreza es presentada como el exotismo de una travesía a la que el protagonista del relato se aventura, eso implica ser un “pibe de barrio más”, e incluye: "andar en bondi", "cargar el celu con tarjeta", tomar "Pepsi© del pico", gritar 'gol' en un bar, ir a campo en un recital, tocar la guitarra en una plaza, compartir mate, hacer asado, usar zapatillas Topper©, y tomar fernet. Esta enumeración de situaciones y disposiciones de consumo catalogan lo que para el narrador es ser pobre, y se remarca un intento de incluirse en ese otro popular, replicando desde el lenguaje palabras que nombran esa otredad: “yuta”, “wacho”, “piola”, “rocho”, “chabón”, “¿querés bondi?”, modismos que en esta narración identifican a los sectores de los barrios marginales y empobrecidos.

La operación paródica se ve reforzada en la música de la canción; contrasta el contenido de su letra (acerca de objetos culturales entendidos como populares) sobre la melodía electrofunk de *Baby I'm yours,* de Breakbot, un DJ francés de música electrónica, un género que no está inmediatamente asociado a la producción y consumos de sectores medios-bajos (aunque no es un mercado inexistente). El elemento visual también enfatiza la parodia, en el videoclip pueden observase significantes adicionales que relatan desde la imagen, el escenario vivido como un "pobre": los protagonistas vestidos enteramente de blanco con pañuelo y moño al cuello respectivamente, recorren la estación de trenes de Retiro, un puesto de diarios, observan la comida de los locales callejeros, ven despegar aviones en la Costanera de la ciudad, participan de un asado, incorporan imágenes de la cancha del club Boca Juniors, banderas en un recital de rock, una marcha de trabajadores e incorporan una breve reproducción (en una computadora Apple) del video que viralizó el testimonio de un hincha de fútbol, ante una cámara de TyC Sports: "15 pesos sale un Paty acá, con 15 pé me hago alto guiso".

[39] Ver Canal de YouTube: PoxyClubClips.



Capturas del videoclip de *Quiero flashear ser pobre*, disponible en YouTube.

En la recapitulación que propone *Quiero flashear ser pobre*, se identifican elementos que se encuentran narrados en las composiciones de cuarteto y cumbia villera, pero esta vez desde la óptica de un enunciador que construye una relación de extranjera simetría con su enunciatario: ambos forasteros que no reconocen como propia la experiencia popular, se construye de este modo, un testimonio extrañado.

La pobreza está representada como transgresión al propio sistema simbólico, pero no material: "quiero flashear" implica una ilusión, una experiencia temporal casi onírica, que por eso mismo permite que la pobreza se presente como una "aventura" pintoresca. En este sentido existe un testimonio foráneo sobre la experiencia popular vivida como un observador participante. Los sectores de las clases altas se sienten atraídos por probar objetos que pertenecen a la cultura popular, y encuentran "un

momento glorioso” en ello, cuando prueban "fernet por primera vez", confirmando de este modo la pertenencia de esta bebida a otro sistema simbólico, que es reivindicado a pesar de sus marcas de origen.

Y como afirman Alabarces y Silba:

> "Se trata de un fenómeno perverso, porque parece afirmar la democratización de una cultura —el hecho de que los bienes populares puedan ser compartidos por otras clases sociales hablaría de una especie de cultura proletaria en la que las clases populares han impuesto su hegemonía cultural a las dominantes— cuando en realidad es un proceso profundamente conservador: la cultura parece reconocer la democracia simbólica en el mismo, exacto momento en que ratifica la peor desigualdad material" (2014: 53).

Otra parodia al consumo de fernet se describe en *Odio el Fernet* (Conjunto Falopa), pero al contrario de Poxy Club, no encuentran un "momento glorioso", sino que prefieren "tomar semen de Samid" o brindar "con un vaso de meo". Los músicos vestidos con camisas floreadas y accesorios de cotillón se suceden en los planos del videoclip, con varios tragos que mencionan en la letra: gin tonic, destornillador, Bloody mary, y refuerzan la parodia con un ritmo cuartetero. En el sitio de Bandcamp de la banda se señala la formación, y se describe de forma lúdica el nombre de cada músico, el instrumento que toca y si "odia/no odia" el fernet.

Puede pensarse que es una especie de parodia a la parodia, donde se satiriza el consumo de fernet entendido como "alejado" de los consumos de las clases medias y altas. El uso de un vocabulario grotesco, y un ritmo cuartetero refuerzan una defensa al consumo de este licor.[40] Es posible pensar que al descalificar de manera tan contundente a esta bebida ponen en evidencia un discurso sesgado y juicioso sobre el origen popular del fernet, y logren la intención contraria: reivindicarlo.

[40] Circula entre consumidores de bebidas alcohólicas, blogs, foros y medios gráficos la idea del fernet como una bebida de mal gusto. Ver "El fernet es grasa" en: http://elmendo.com.ar/2011/01/21/el-fernet-es-grasa/, o "La CNN criticó al fernet y estalló la polémica" en: https://ahora.com.ar/la-cnn-critico-al-fernety-estallo-la-polemica-n235340, también "Es el Fernet la bebida más horrible del mundo" en: http://www.mdzol.com/nota/752450-es-el-fernet-la-bebida-mas-horrible-del-mundo/

En *Fernet tastes good*, se canta en inglés que los desencuentros y el desamor ocurren cuando ya no hay más fernet, mientras que Erin Brazill and The Brazillionaires con un pop jazzero, cantan el arrepentimiento de una cita con shots de fernet. Aquí se percibe por el idioma o el género musical una distancia de una disposición popular de consumo del trago, y vuelve a suceder que a pesar de operar principios de selección disímiles se coincide en la elección de la bebida. El fernet es apropiado bajo el estigma de una estilización diferente, porque se encuentra acompañado de otros escenarios, y otras preguntas, se trata de un modo que aloja una significación distinta, ligada a sistemas culturales diversos. En el segundo caso se trata de beber fernet como lo hacían originalmente los italianos, en medida y puro.

En cambio en las canciones de cumbia villera y rock, se asocia el fernet con coca a un consumo de los segmentos marginales urbanos, donde la escasez se consigna como emblema, se repite la pobreza vivida. En la canción *El coche del Pimbal* de Los Turros, que suena sobre la melodía de *¿Qué ves?* de Divididos, mencionan:

"Al baile en bondi tenemos que viajar
vamos las monedas hay que empezar a juntar
Al tren volemos otra vez
ni una moneda nos quedó de ayer
Borrachos meta cumbia y fernet
con los pibes viajando otra vez"

En esta canción se refuerza la experiencia popular de un grupo de amigos, a partir de satirizar la críptica letra de Divididos, que en apariencia intenta meditar sobre la materia existencial del ser humano, un planteo ontológico que se pregunta cuál es la mentira, cuál es la verdad.

Los Turros simplifican los ribetes existenciales desde la vivencia marginal, aún compartiendo condiciones de existencia con los personajes de la composición original, una cuestión estilística marca la diferenciación. La cumbia y el rock pertenecen a éticas distintas del universo popular. Y en estas dos canciones pareciera confirmarse esa distinción, mientras unos se preguntan "¿qué ves cuando me ves?", otros se preguntan cómo llegar al baile juntando monedas. Son dos modos de reflexionar sobre la propia existencia.

Las canciones rockeras de oposición, instalan un posicionamiento de clase desde el cuestionamiento explícito a un sistema de alienación y explotación, y no desde el relato testimonial de la experiencia como ocurre en la música villera, ni desde una afirmación lingüística, como las canciones grotescas, que conforman otros modos de apelar a las estructuras de dominación.

Ejemplo de ello es la descripción de la canción *Somos* de Salta la Banca, que propone una continua adjetivación de un *nosotros* que se asume popular, combativo y rockero. Parafrasean al Che Guevara, y elogian la herejía. Positivizan cualidades que antagonizan con una moral impuesta que la encuentran derruida: se asumen como "blasfemia", el "cuco de unos cuantos que se llenan la barriga manoseando la bondad", "máxima expresión vulgar", "calaveras que no chillan" que invierten en "letras contra un sistema que promueve guerra y hambre". Es una arrogación de clase explicitada, es una postura ideológica asumida desde el deber ser, y desde las disposiciones de consumo:

"Nuestro petróleo también es negro
combustiona y enriquece
fernet con coca y algo de hielo
para el deleite de la plebe"

Afirmarse bajo el término plebe, lo convierte en un relato inherentemente político. Son los que están por fuera, los que no pertenecen, los que no se sabe de dónde vinieron, los que no tienen historia. Esa palabra parece condensar todos los sujetos mencionados en su lírica.

En otras composiciones rockeras se diferencia también un orden social a partir de disposiciones culturales asumidas como propias, y aquellas que se identifican ajustadas a otros estratos.
La Beriso ilustra: "Yo quiero ver mi agenda tan vacía de no hacer una mierda / Me gusta la noche, me gusta el fernet y las mujeres que no hacen reproche" (*Calavera*), este extracto afirma el afán de un calavera que busca oponerse a un sistema cimentado sobre las bases capitalistas del trabajo, la productividad y la retórica del sacrificio. En *Apila desgracia* se relata la historia de Desgracia, un personaje de las calles urbanas, vendedor ambulante que duerme en una estación de tren, y su

momento de descanso es un "fernet lleno hasta el borde" en el copetín y pagar una mujer de vez en cuando.

Se dibuja nuevamente de manera explícita la configuración rockera de la plebe, los que están fuera de la división social del trabajo, y de las redes vinculares arraigadas a ese sistema.

Esta plebe puede acercarse a ese recorte sobre el pueblo que analiza Laclau cuando revisa concepciones en su teoría política (que le ayudan a reflexionar sobre los populismos y la configuración de una hegemonía política, que no se tratará en este trabajo). El *plebs* se enuncia como "los que se construyen como dañados, son los de "abajo", los sectores subalternos, una parte de la comunidad política que, sin embargo, se asume como totalidad legítima, como el sujeto soberano y por lo tanto capaz de replantear el orden. Por una operación retórica (de *sinécdoque*) una parte se presenta como el todo. Allí la potencia plebeya [...] incomoda [...] porque invoca la soberanía popular" (Retamozo, 2017: 173-174).

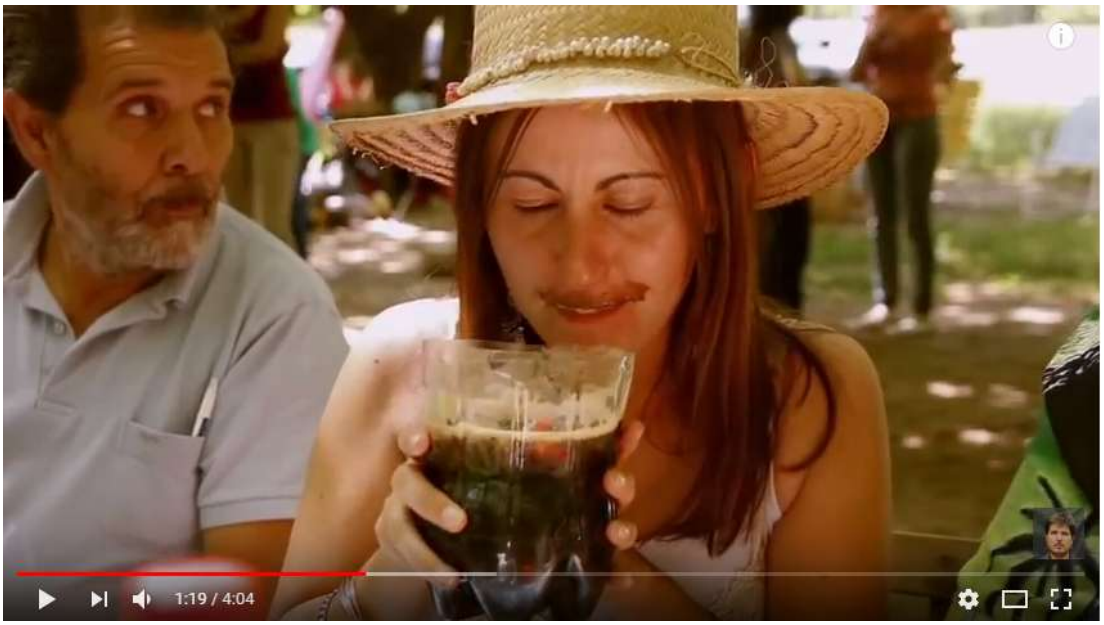
Capítulo III: La barriada de copa en copa

Los espacios narrados en los que se consume alcohol son citados: el baile, la noche, la previa, los viajes en transporte público, los bares, el copetín. Como plantea Menéndez, "la representación del consumo de alcohol exige escenarios para la alcoholización integrada, donde los actores representan papeles y practican conductas que incluyen transgresiones" (1990:77).

El perfil de consumo de fernet con coca es específicamente comunitario. Un primer aspecto que lo prueba es el recipiente con el que sus consumidores señalan beberlo. Si bien no en todos los casos se explicita, en las canciones de cumbia villera y cuarteto en menor medida, cuando se menciona la forma de beberlo, se habla de la *jarra* o *jarrita* que va pasando de mano en mano. Y en todos los casos se hace referencia a la bebida con el artículo en singular: se trata de preparar o beber *el* fernet, en singular, lo que indica que es *una* bebida que el grupo comparte. Las canciones que mencionan una experiencia individual de bebida -en shots- en su mayoría son canciones extranjeras, que no forman parte del fenómeno particular del fernandito, sino de fernet a secas, que no es lo mismo.

Otro señalamiento que abona la premisa de un consumo colectivo es que se conjuga repetidamente la primera persona del plural: "tomemo' fernet", "estamos todos", "somos nosotros", "veníamos festejando", "vamos a probar", "estábamos tomando", "nos vamos de caravana", "tomaremos hasta la mañana"; y cuando se encuentra en singular se enuncia como parte de un grupo: "borrachos unidos", "muchachos", "la barriada", "trova de la calle", etc. Este pronóstico se ve reforzado cuando se observan las imágenes (cuando las hay) de las canciones o videoclips, suelen ilustrarse escenas multitudinarias donde los personajes comparten el tiempo, la bebida y el pan. Tablones con múltiples personas alrededor, rondas de amigos y viajes acompañados.





Capturas del videoclip oficial de *La coca es pal fernet* de Lula Fernández, disponible en YouTube.



Videoclip oficial de *Asado y Fernet* de Los Caligaris, disponible en YouTube

Otra caracterización específica del fernet con coca es su ya mencionado consumo festivo: la pachanga, el baile, la previa, la fiesta son escenarios definitivamente sociales, y están relacionados con dos acciones centrales y no excluyentes (y hasta complementarios) como son danzar y embriagarse.

Bailar es uno de los modos que ancestralmente la humanidad ha encontrado para celebrar (una unión, una cosecha, un nacimiento, el cambio de estación, etc.). Y generalmente siempre implica a más de un individuo, a pesar de bailar solos siempre hay un otro que participa de la escena, con la mirada *voyeurista* o bien acompañando como bailarín/a. El baile aunque sea en solitario es social. Bailar es el recordatorio de la vida, es la celebración de la existencia, porque un cuerpo inerte es incapaz de moverse, y la danza aparece como el intento de canalizar o interpretar ese movimiento y conectarlo con el exterior. Entonces aún aquellos que no bailan pero observan forman parte. "No es sólo una práctica lúdica en la que las personas pueden dejarse llevar por la música, las bebidas, el bullicio o el roce con otros cuerpos...lo que se hace y con quienes se hace [...] remite a un contexto social y desnuda la manera en que una sociedad funciona" (Pujol citado en Silba 2011: 164).

La segunda acción también es colectiva y siempre está presente en situaciones festivas -aunque no exclusivamente-. Se brinda en un cumpleaños, en la llegada de un

nuevo año, en un reencuentro, se brinda para distinguir un acontecimiento de los sucesos cotidianos. En la rutina se bebe como gala de ese momento de ocio furtivo. En muchos casos analizados, el punto es brindar hasta lograr un estado de embriaguez que divierte y pone en peligro. Un estado que desinhibe y permite nuevos modos de expresión y vinculación.

Existe una estrecha relación entre la celebración al fernet con la música bailable. Es la corporalidad el territorio de ese cruce. A veces es un espectáculo dado a los ojos de los masculinos que festejan bebiendo, a veces el conjunto social exige poner energía en movimiento ("Las pibas están moviendo, los pibes están bailando", *Empieza la joda*, Santos Vagos). Es la fusión del nosotros que encuentra en el alcohol un modo de exaltar aquello que está vedado en la rutina: el disfrute.

Ciertos trabajos antropológicos (citados en Menéndez, 1990), consideran el beber colectivo como "integrativo y no patológico ni problemático; y el beber individual [...] como enfermante, anómico, problemático " (pp.72), por lo cual existe una "noción de integración ideológica en la continuidad de un control social que limita o directamente imposibilita las conductas que no cumplen con las reglas estipuladas" (pp.73). Es decir, se sostiene la idea de que el consumo colectivo es admisible porque se entiende que no supone riesgos alarmantes, ya que descansa en la capacidad del grupo de moderar la acción de beber, y de este modo no se remueven las fronteras de lo aceptable.

Ahora bien, en el caso particular de fernet con coca que aquí se analiza parece no ponderarse el consumo individual, y entonces es posible pensar si la exaltación alcohólica que lleva a un estado de comunión responde necesariamente a ese control social, o si se encuentra motivado por otros propósitos de sociabilización. Si tal comunión que integra a los individuos en un conjunto que los modera, no puede ser la misma que los libera. ¿Existe un espacio en el cual los sujetos, a pesar de formar parte de un grupo que contiene las consecuencias de la actuación del conjunto, encuentran emancipación y reivindicación justamente en esa pertenencia colectiva? Se trata tal vez de comprender la ambigüedad instituida en los movimientos de estos grupos, donde "el alcohol aparece como un instrumento privilegiado para la relación regla/transgresión" (pp. 77).

En los sitios explicitados se pone de manifiesto el juego intersticial donde se inmiscuyen formas aún no instituidas de hacer. La práctica normalizada de consumo

de fernet con coca hace colisionar centralmente dos aspectos: la norma y el hedonismo. Es ahí donde se articula la configuración de un *ética fernetera*. Y el alcohol regula y organiza los vínculos comunitarios en estos entramados sociales.

Hay espacios y contextos particulares donde interfieren sentidos frente a la regla que acercan a un estado libertario, en el que la celebración y la exaltación del ello abren camino a una reivindicación de los postergados. Frente a la maquinaria moderna, sus relojes y sus instituciones el alcohol desinhibe, libera y enloquece.

La noción de “gasto festivo” que propone Scribano (2009) -en una relectura del "gasto improductivo" de Bataille (2007)- permite pensar las prácticas en suturas precarias, los espacios intersticiales que permiten que discurran quiebres; donde el disfrute y lo festivo pueden ser leídos como “formas sociales ritualizadas de felicidad” (2009: 6), que resisten y agitan el orden hegemónico.

Allí donde la celebración se presenta y el goce manda, se reconstruyen los dispositivos de regulación de las prácticas, y se instalan otras sensibilidades. Es decir, el consumo de alcohol se aleja de su dimensión material, para constituirse como una efímera escena de solidaridad y plenitud. Sin embargo, no deja de medirse en una continúa negociación, no es posible entenderlo únicamente como insurgencia y victoria frente al orden establecido, sino una puja entre concesiones y resignificaciones.

Los grupos sociales cuanto más destituyen los esquemas hegemónicos, más se alejan de los objetos como llanas mercancía -nunca lo son-, se acercan a un estado de soberanía que pareciera no encontrarse de otro modo. La paradoja aparente sería la siguiente: cuanto más se pierde en un estado de efusividad alcohólica, cuanto más se diluyen los grupos sociales en su escena de disfrute, más se encuentran a sí mismos, mayor lucidez existe sobre los lazos identitarios que los ligan, y descubren una autonomía que se les revela como un resquicio para no seguir perdiendo: una porción propia. Y como forma de sostener ese estado de soberanía, se establecen normas para pertenecer y resguardar(se), casi como analogía se pauta con el fernet con coca una codificación de consumo. La escena de solidaridad no es pura tendencia a la entropía, sino que justamente se establece una regulación distinta, un ordenamiento diferente de sentimientos, percepciones, anhelos, conductas.

Dentro de la clasificación propuesta del corpus, se pueden delinear algunas generalidades. Las canciones *hedonistas* subrayan por sobre todo una reivindicación

de la dimensión festiva de la vida como condición de necesidad, y ello incluye la fiesta, el fin de semana, el tiempo fuera del trabajo, los asados, los amigos. Las canciones *grotescas* se acercan a este sentido y mencionan la llanura de la costumbre sacudida por el fernet.

Las canciones de *oposición* es la tipología que menciona de forma más dispar la especificidad festiva y comunitaria del consumo de fernet aunque hay casos en que decididamente se señalan de ese modo. En los casos rockeros se relatan escenas hurañas que se acompañan del trago como un paliativo, como una posibilidad de alivio frente las condiciones de la tristeza o indignación de los protagonistas, en escenas solitarias.

Otras veces, se retratan situaciones de marginalidad que se acompañan con un tono picaresco, no desde la resignación sino de la expresión vívida de la experiencia de los sujetos; así es que en las canciones *transparentes* se señalan compartidas las penas y se alegran con el baile y la borrachera. Lo mismo ocurre en canciones donde la operación paródica lejos de deslegitimar la celebración la intensifica, reitera de manera bromista una comunidad que a pesar de la forma en la que la caracteriza, la nombra y la pone en el centro de la escena.

La modalización propuesta en este apartado refuerza lo que puntualiza Martín (2008): "beber solo es propio de *ratón* (mezquino, egoísta), o de alguien que no fue lo suficientemente hombre para "aguantar" los efectos del alcohol y de las drogas y se vició, dejando de tomar parte del ocio colectivo, del *descontrol* entre amigos, convirtiéndose en un signo de feminización" (pp:223, itálica de la autora). Desde la perspectiva antropológica y la práctica médica "el beber solitario es un indicador potencial de conducta patológica o problemática" (Menéndez, 1990: 72). Pero como se ha planteado ya, en el caso específico de fernet con coca el consumo comunitario o colectivo no responde a la evasión de una "conducta problemática", sino a elementos que le dan sentido al curso cotidiano de las experiencias de los sujetos. Experiencias que buscan continuamente alejarse de un estado de separación con el mundo y de lo que hay en él.

En la celebración comunitaria existe un nosotros que se reivindica soberano, y ese sentimiento es tal, que deliberadamente se expone el cuerpo a un riesgo que sólo lo pueden reclamar quienes lo entienden como propio.

Algunas palabras finales

El deleite de la *plebe* es el ritual celebratorio, es la escena festiva y excepcional. Traza la frontera con la vida cotidiana marcada por la pobreza y la marginalidad, o por el aburrimiento, la opresión o el hastío. Se narra en el exceso y el movimiento de carácter hiperbólico. Es un recorte masculino y plural, tal vez como reivindicación de un último reducto varonil, como defensa a la incursión femenina, o al temor de una posible feminización de espacios histórico y culturalmente reservados.

La ética fernetera que se dibuja a lo largo de estas páginas, aún con sus matices y excepciones indicadas, se trata de una afirmación plebeya que encuentra un consumo de clave comunitaria, con lógicas gregarias rígidas, y sitúa una práctica ritualizada que permite instituir un nosotros y unos otros.

Permite entender las elecciones en la producción y circulación cultural siempre en tensión, en el tejido de relaciones de poder y resistencias. Se negocian posiciones, se realizan concesiones y se posibilitan sentidos alternativos que no están marcados por la sumisión plena ni por la insurgencia simbólica permanente.

La excepcionalidad del disfrute no es pura tendencia hedónica o libertaria, o mejor dicho, la dimensión del goce no indica un arrojo al placer irreflexivo, sino que pueden convivir modos de entender la experiencia que combinan esas dimensiones. Pueden suponer la constitución de identidades y contraidentidades como parte del proceso de construcción de una subjetividad colectiva. La banalización de la dimensión festiva, o su mote de superficialidad, sesga lo que aquí se procura: pensarlo como un modo legítimo de construcción y entendimiento de las identidades diversas, de los procesos sociales y culturales enmarcados en contextos históricos específicos.

Se ha realizado un análisis acotado a la música popular, y algunas composiciones excepcionales que no forman parte de esa clasificación. Existen otros materiales discursivos que merecen ser analizados y podrían arrojar conclusiones distintas para profundizar sobre la materia.

Es preciso indagar aún más en las formas de articulación entre la mujer y el consumo de alcohol, más allá del propio universo fernetero. Que plantean interrogantes, o que

pueden dar pistas de otras formas de construir la feminidad, y que contribuirían a la reflexión del disfrute y las escenas de celebración femeninas.

Los discursos que se narren desde la voz de las propias mujeres pueden dar cuenta de otros modos de entender la camaradería o los lazos comunitarios, y delineen otros mundos posibles. Profundizar en las masculinidades recortadas en los discursos, en articulación con las configuraciones femeninas del disfrute posibilita comprender las transformaciones sociales que se dan en espacios históricamente masculinos, y tal vez reclamados como propios porque compartirlos sería un signo de pérdida. Es posible que la exclusión a la mujer sea una excusa, que no puede ser disculpada.

Bibliografía

ABLIN, A., (2012) El mercado del fernet. [en línea] Área de Industria Alimentaria - Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca. Recuperado de: http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/AyB/bebidas/Informes/Fernet_2012_03Mar.pdf

ALABARCES, P. (2012). *Peronistas, populistas y plebeyos. Crónicas de cultura y política*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

ALABARCES, P., SALERNO, D., SILBA M. Y SPATARO C. (2008). *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.

ALABARCES, P., SILBA, M., (2014) "Las manos de todos los negros, arriba": Género, etnia y clase en la cumbia argentina, en *Cultura y representaciones sociales*, Vol. 8, N°16: México.

BECKER, H. (2009). *Outsiders. Hacia una sociología de la desviación*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

BLÁZQUEZ, G. (2006). "Y me gustan los bailes…" Haciendo género a través de la danza de cuarteto cordobés. *Etnografías contemporáneas*, *2*(2).

BLÁZQUEZ, G. (2008). *Música, mujeres y algo para tomar. Los mundos de los cuartetos de Córdoba*. Córdoba: Ediciones Recovecos.

BOIVIN M., ROSATO A., Y ARRIBAS V., (2007) *Constructores de otredad.* Buenos Aires: Antropofagia.

BOURDIEU, P., (1979) La elección de lo necesario. *La distinción*. Madrid: Taurus.

BOURDIEU, P., (1988) Los usos del pueblo. *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa.

BOURDIEU, P., (2007) Estructuras, habitus, prácticas. *El sentido práctico.* Buenos Aires: Siglo XXI.

BOURDIEU, P., (2010) *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.

BOURQUE, S. C., Y BUTLER, J. (1996). El concepto de género en LAMAS, M., (comp.) *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

DE CERTEAU, M., (1996) Valerse de: usos y prácticas. *La invención de lo cotidiano. (Vol. I). Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.

DI GÉNOVA, F., (2016) *El barman científico. Tratado de alcohología*. Buenos Aires: Siglo XXI.

DOUGLAS, M., ISHERWOOD, B., (1990) *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo-CNCA.

DE LA PEZA, M. D. C. (2007). La imagen grotesca del cuerpo femenino en las canciones de Molotov. ¿Hacia un nuevo tipo de grotesco realista?. *Revista Fuentes Humanísticas*, *19*(34), 59-71.

ENTWISTLE, G. Y OTROS. (2012). Música, identidades y juventudes. Aproximaciones teóricas para su investigación en ciencias sociales. *Punto Cero*, 17, N° 25.

GARCÍA CANCLINI, N., (1995) El consumo sirve para pensar. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

GARCÍA CANCLINI, N., (2006) El consumo cultural: una propuesta teórica, en SUNKEL, G. (COORD.) *El Consumo cultural en América latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

GARRIGA ZUCAL, J., (2008) Ni *chetos* ni *negros*: rockeros. *Revista transcultural de música*, #12. ISSN: 1697-0101

GÓMEZ GARCÍA, P., (2002) *Gazeta de Antropología*, 18, artículo 01, [en línea] Recuperado de: http://hdl.handle.net/10481/7395

GRIGNON, C., & PASSERON, J. C., (1991). Dominomorfismo y dominocentrismo. *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión.

HALL, S. (1984). Notas sobre la desconstrucción de <lo popular>. *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.

HALL, S., & DU GAY, P. (2003). Introducción: ¿Quién necesita identidad?. *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires: Amorrortu.

HOLLOWS, J. (2005). Feminismo, estudios culturales y cultura popular. *Lectora: revista de dones i textualitat*, (11), 0015-28.

LACAPRA, D. (2006) Experiencia e identidad. *Historia en tránsito. Experiencia, identidad, teoría crítica*. Buenos Aires: FCE.

LENOIR, R. (2012). Bourdieu, diez años después: legitimidad cultural y estratificación social. *Cultura y representaciones sociales*, *6*(12), 7-30.

LACLAU E., Y MOUFFE, C., (2004) Más allá de la positividad de lo social: antagonismo y hegemonía. *Hegemonía y Estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: FCE.

LAMAS, M., (1986) La antropología feminista y el concepto de género. Nueva Antropología, Vol. VIII, Número 30: México.

LAMAS, M., (comp.) (1996) Introducción. *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

MARTÍN, E., (2011) La cumbia villera y el fin de la cultura del trabajo en la Argentina de los '90, en SEMÁN P., Y VILA, P., (comp) *Cumbia. Nación etnia y género en Latinoamérica*. Buenos Aires: Gorla.

MENÉNDEZ. E. (1990). *Morir de alcohol. Saber y hegemonía médica.* México DF: Alianza Editorial Mexicana.

MAINGUENEAU, D., (1980) La enunciación. *Introducción a los métodos de análisis del discurso.* Buenos Aires: Hachette.

MIGUEZ Y SEMÁN (COMP.) *(2006) Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente.* Buenos Aires: Editorial Biblos.

PUJOL, S. (2006). Los caminos de la cumbia. *Revista Todavía, 13.*

RETAMOZO, M., (2017) La teoría del populismo de Ernesto Laclau: una introducción. *Estudios Políticos*, Vol. 41, 157-184.

ROSATO, A., ARRIBAS V., (2008) *Antropología del consumo. De consumidores, usuarios y beneficiarios*. Buenos Aires: Antropofagia.

SELVA RUIZ, D. (2012). La visualización de la música en el videoclip. *Ámbitos*, (21).

SCRIBANO, A., (2009) Sociología de la felicidad: el gasto festivo como práctica intersticial. *Yuyaykusun* Nº2, Lima: Universidad Ricardo Palma.

SILBA, M., (2011) La cumbia en Argentina. Origen social, públicos populares y difusión masiva, en SEMÁN P., Y VILA, P., (comp.) *Cumbia. Nación etnia y género en Latinoamérica*. Buenos Aires: Gorla.

SEMÁN P., Y VILA, P., (1999) Rock Chabón e identidad juvenil en la Argentina Neo-liberal, en FILMUS, D., (comp.) *Los Noventa: Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo*. Buenos Aires: FLACSO.

SEMÁN P., (2006) Vida, apogeo y tormentos del Rock Chabón. *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*. Buenos Aires: Gorla.

VERÓN, E., (1987) La palabra adversativa. *El discurso político.* Buenos Aires: Hachette.

VILA, P., (1996) Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones. Revista Transcultural de música [en línea]. Recuperado de: http://www.sibetrans.com/trans/articulo/288/identidades-narrativas-y-musica-una-primera-propuesta-para-entender-sus-relaciones

Material consultado

Sitios web

BIEN JUGOSO. EL BLOG DE HIDALGO. "Esta es la patria fernetera". [en línea] Recuperado de: http://bienjugoso.blogspot.com.ar/2012/01/esta-es-la-patria-fernetera.html [mayo 2016]

BRANCA.COM.AR. *Fratelli Branca Destilerías - Institucional*. [en línea] Recuperado de: http://www.branca.com.ar/institucional/ [junio 2016].

FERNET 1882. [en línea] Recuperado de: http://fernet1882.com/fernet [junio 2016]

FERNET MANÍA. [en línea] Recuperado de: http://fernetmania.com.ar/blog/ [abril 2016]

HISTORIAS Y BIOGRAFÍAS. Historia del Fernet Branca origen de la bebida, usos medicinales. [en línea] Recuperado de: https://historiaybiografias.com/fernet/ [abril 2016]

LA NACIÓN FERNETERA . [en línea] Recuperado de: http://lanacionfernetera.blogspot.com.ar/ [abril 2016]

EL MENDOLOTUDO ONLINE: "El Fernet es grasa". [en línea] Recuperado de: http://www.elmendolotudo.com.ar/2011/01/21/el-fernet-es-grasa/ [abril 2016]

PRECIOSCUIDADOS.GOB.AR. [en línea] Recuperado de: http://precioscuidados.gob.ar/ [mayo 2016]

Artículos en medios gráficos

Ahora prohíben la cumbia villera (21 de diciembre de 2002) [en línea] *Página 12: Espectáculos.* Recuperado de: http://www.pagina12.com.ar/diario/espectaculos/6-14434-2002-12-21.html

Cómo hacer un fernet con Coca perfecto (S/R) [en línea]. *Un Como.* Recuperado de: https://comida.uncomo.com/articulo/como-hacer-un-fernet-con-coca-perfecto-35983.html

¡Están re dibujados! (16 de enero de 2004) [en línea] *Clarín: Sí!.* Recuperado de: http://old.clarin.com/suplementos/si/2004/01/16/3-00401.htm

El inventor del fernet con coca (28 de marzo de 2004). [en línea] *La Voz: Espectáculos*. Recuperado de: http://archivo.lavoz.com.ar/2004/0328/Espectaculos/nota231087_1.htm

Para tomar en serio (15 de septiembre de 2007) [en línea] *Página 12: NO*. Recuperado de: https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-2984-2007-09-15.html

Argentina, spopola il Fernet (13 de agosto de 2009) [en línea] *Libero Quotidiano: Altro*. Recuperado de: http://www.liberoquotidiano.it/news/libero-pensiero/18251/argentina--spopola-il-fernet-.html

Fernet: una historia de amor argentina (8 de julio de 2011) [en línea] *Revista Brando: Notas*. Recuperado de: http://www.conexionbrando.com/1387961-fernet-una-historia-de-amor-argentina

"La cumbia villera es una gran ventana para ver cómo se procesa la desigualdad" (26 de febrero de 2012) [en línea] *Clarín*. Recuperado de: https://www.clarin.com/home/cumbia-villera-ventana-procesa-desigualdad_0_Bk_xHlvhw7g.html

El fernet, cada vez con menos alcohol (7 de mayo de 2012). [en línea]. La Gaceta: Información general. Recuperado de: http://www.lagaceta.com.ar/nota/489796/informacion-general/fernet-cada-vez-menos-alcohol.html

Lacoste opinó sobre los Wachiturros: "No podemos impedir que usen nuestra marca" (22 de enero de 2012). [en línea] *El Intransigente: Espectáculos*. Recuperado de: http://www.elintransigente.com/espectaculo/2012/1/22/lacoste-opino-sobre-wachiturros-no-podemos-impedir-nuestra-marca-120241.html

Aseguran que el fernet con Coca nació en Córdoba (30 de mayo de 2013) [en línea] *Día a Día: Córdoba*. Recuperado de: http://www.diaadia.com.ar/cordoba/aseguran-que-fernet-con-coca-nacio-cordoba

Córdoba de fiesta, el "fernando" entra a Precios Cuidados: ¿cuánto costará? (8 de abril de 2014). [en línea] *Minuto Uno: Precios*. Recuperado de: http://www.minutouno.com/notas/318688-cordoba-fiesta-el-fernando-entra-precios-cuidados-cuanto-costara

Precios cuidados: "Incorporamos el fernet porque es un consumo popular que la gente demanda" (29 de mayo de 2014) [en línea] *Infobae: Economía*. Recuperado de: http://www.infobae.com/2014/05/29/1568564-precios-cuidados-incorporamos-el-fernet-porque-es-un-consumo-popular-que-la-gente-demanda/

Fernet: hay vida más allá de la coca (28 de abril de 2015) [en línea] *Revista Brando: Comer+Beber*. Recuperado de: http://www.conexionbrando.com/1788373-fernet-hay-vida-mas-alla-de-la-coca

De culto: los 10 mandamientos del fernet (30 de mayo de 2015) [en línea] *Día a Día*. Recuperado de: http://diaadia.viapais.com.ar/tu-dia/de-culto-los-10-mandamientos-del-fernet-con-coca

The New York Times le preguntó a "La Mona" sobre el culto al fernet con coca en Córdoba (30 de junio de 2015) [en línea] *La Voz: Ciudadanos*. Recuperado de: http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/new-york-times-le-pregunto-la-mona-sobre-el-culto-al-fernet-con-coca-en-cordoba

Argentine City Aims to Stand Out With Rebellious Spirit (and Coke) in a Cup (30 de junio de 2015). [en línea]. *The New York Times: Americas*. Recuperado de: http://www.nytimes.com/2015/07/01/world/americas/argentine-city-aims-to-stand-out-with-rebellious-spirit-and-coke-in-a-cup.html?_r=3

La CNN criticó al fernet y estalló la polémica (30 de octubre de 2015) [en línea] *Ahora*. Recuperado de: https://ahora.com.ar/la-cnn-critico-al-fernety-estallo-la-polemica-n235340

Ya no hay carne ni verduras con Precios Cuidados, pero quedaron el vino y el fernet (9 de enero de 2016). [en línea] *Clarín: Sociedad*. Recuperado de: http://www.clarin.com/sociedad/precios_cuidados-lista-carne-verduras-vino-fernet_0_1501050145.html

Drink: Why Fernet-Branca is popular in San Francisco (1 de abril de 2016) [en línea] *The Irish Times*. Recuperado de: https://www.irishtimes.com/life-and-style/food-and-drink/drink/drink-why-fernet-branca-is-popular-in-san-francisco-1.2592175

Quien se ha tomado todo el fernet (23 de junio de 2017) [en línea] en Forbes Argentina. Recuperado de: http://www.forbesargentina.com/quien-se-ha-tomado-fernet/

¿Misterio resuelto? Fuimos al bar donde nació el fernet con coca (25 de marzo de 2017). [en línea]. *La Voz: VOS*. Recuperado de: http://vos.lavoz.com.ar/comer-y-beber/misterio-resuelto-fuimos-al-bar-donde-nacio-el-fernet-con-coca

10 tatuajes para declararle tu amor al fernet (3 de julio de 2017) [en línea] *Día a Día*. Recuperado de: http://mdiaadia.viapais.com.ar/listas/10-tatuajes-para-declararle-tu-amor-al-fernet?item=7

Mirá el 'trolleo' de una marca de gaseosa a su competencia que se volvió viral (20 de julio de 2017) [en línea] *Los Andes*. Recuperado de: http://losandes.com.ar/article/-vamos-manaos-el-troleo-de-la-gaseosa-a-fernet-branca-en-twitter-se-viralizo