



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

Título del documento: Las representaciones de la juventud en la revista Rolling Stone argentina

Autores (en el caso de tesis y directores):

Facundo Bonini

Yamila Cazabet

Yamila Gómez, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2016

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





"¿Lo que importa está acá?"

Las representaciones de la juventud en la
revista Rolling Stone argentina

Autores:

Bonini, Facundo DNI 30.979.600

facu.bonini@gmail.com (15) 3444-1057

Cazabet, Yamila DNI 34.942.462

yamilacazabet@gmail.com (15) 4099-1522

Tutora: Lic. Gómez, Yamila

Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires

Octubre de 2016

A nuestros viejos y hermanos, que nos bancaron en este eterno camino.

A nuestros amigos, por todas las salidas que no hicimos.

Facu y Yami

*“Nos parece normal, habitual y natural conversar diariamente de lo que conversamos,
hablar de lo que hablamos, hacer lo que hacemos, comprar donde compramos,
divertirnos como no divertirnos, consumir lo que consumimos”.*

Raiter, A. (2010: 9)

Índice

1. Palabras cruzadas. Introducción	3
1.1 Antecedentes históricos a la llegada de Rolling Stone a la Argentina	6
1.1.1 Revista Pelo: la Biblia del rock naciente	7
1.1.2 Mordisco: el paso inicial hacia la Expreso	10
1.1.3 Expreso imaginario: el faro de la contracultura	12
1.1.4 Los ´80,´90 y 2000: rock en democracia.....	14
1.2 El nacimiento de la Rolling Stone: cultura joven y cambios políticos	21
1.3 Rolling Stone: la expansión internacional.....	24
1.4 La Rolling Stone argentina.....	25
1.5 Rolling Stone: entre la aristocracia argentina y la “tribuna de doctrina”	29
1.6 Objetivos.....	32
2. El túnel del tiempo. Estado del arte.....	34
2.1 Investigaciones previas sobre revistas para jóvenes.....	35
2.1.1 “La dimensión ideológica en las revistas para adolescentes”, de Rosaura de Abajo.....	35
2.2 Investigaciones previas sobre revistas de rock	39
2.2.1 “La biblia del rock (Historia de la revista Pelo)”, de Juan Manuel Cibeira.....	40
2.2.2 “Estación imposible. Expreso imaginario y el periodismo contracultural”, de Sebastián Benedetti y Martín E. Graziano	43
2.2.3 “Las revistas de rock en la Argentina”, de Mariel Gabriela Zabiuk	46
2.2.4 “Guía de revistas de música de la Argentina”, de Leandro Donozo	48
2.3 Investigaciones previas sobre la Rolling Stone	49
2.3.1 “Análisis de la revista y la web Rolling Stone edición España”, de María Fernanda Carballo, Irene Domínguez Hernández y Sandra de Miguel Sanz	50
2.3.2 “Rolling Stone: La publicidad y sus lectores”, de Emiliana Balmaceda	52
2.3.3 “Subcultura RS. Esto ya no es rock. La disputa cultural en el rock argentino y la construcción de una cultura joven legítima a partir de la revista Rolling Stone”, de Sebastián Pannuzzo	55
2.4 Resumen del estado del arte: similitudes y diferencias	57

3. Desde el margen. Marco teórico	60
3.1 Juventud	60
3.2 La construcción ilusoria de la objetividad en los medios masivos de comunicación.....	64
3.3 Representaciones sociales	65
3.4 Semiosis social y teoría de los discursos sociales	69
4. Random. Metodología de investigación	72
5. A fondo. Las representaciones de la juventud en la revista Rolling Stone argentina – Análisis	82
5.1 Análisis preliminar: estructura de la Rolling Stone.....	82
5.2 Tapas: ¿y dónde están los jóvenes?.....	89
5.3 Correspondencia: Palabras ¿cruzadas?	94
5.4 Notas principales y temas políticos. Los grandes ausentes	99
5.5 Rankings: música nueva y juventud ecléctica	101
5.6 Críticas: lo nuevo y lo viejo	105
5.7 Rock & Roll: la sección multi-temática por excelencia.....	107
5.8 P&R. Entrevistas clásicas y entrevistados modernos	109
5.9 Ediciones especiales: reafirmación de las representaciones.....	110
5.10 Notas extranjeras: visión extranjerizante.....	118
6. Close-up. Conclusión.....	120
7. Playlist. Anexo	122
8. Sound-track. Bibliografía.....	130

1. Palabras cruzadas. Introducción

La revista Rolling Stone es una de las publicaciones periódicas con mayor reconocimiento internacional. Fundada por Jann Wenner y Ralph J. Gleason en 1967, ha logrado retratar el naciente movimiento rockero y las diversas expresiones de la cultura hippie que se instalaban entre los jóvenes de la época. La cultura joven fue su contenido principal. Desde allí logró posicionarse en el mercado estadounidense, para luego expandir su marca por nuevos mercados, en un mundo globalizado. En la Argentina, luego de intentos fallidos y licencias concedidas a otras revistas, se instaló a fines del siglo XX.

El slogan de la edición nacional versa “Lo que importa está acá”. Una frase simple y concisa que tiene detrás una complejidad discursiva digna de análisis. Se presentan como la publicación que abarca todos los temas que pueden interesarle a la juventud: música, cine, series, libros y política nacional e internacional retratadas a partir de noticias, entrevistas, investigaciones periodísticas y crónicas. En este metadiscurso se posicionan en un lugar de privilegio dentro de dentro del gran abanico de los medios de comunicación masivos. Se presentan como el resumen mensual de todo lo que interesa saber.

Pero, ¿lo que importa para quién? ¿Quiénes son estos enunciatarios que se identifican con los temas y notas que aparecen en la revista? ¿Cuáles son esas temáticas tan importantes? En la introducción del libro que selecciona las mejores crónicas de los primeros diez años de la edición nacional, se define la línea editorial de la revista de acuerdo con las temáticas allí retratadas: *“Es así como nos es retribuido el valor de apostar a las grandes historias, a encarar los temas con una perspectiva inédita o fuera de lo común, a dedicarle un tiempo que excede las urgencias y un espacio que contradice el lugar común de que ‘ahora ya nadie lee’”* (Publirevistas, 2008: 12). De esta manera la revista se presenta a sí misma, como un medio original que cuenta historias diferentes y de una manera poco convencional, con la música como punto de partida, pero diversificando hacia otras cuestiones. Por supuesto, la respuesta que la propia revista puede dar no es suficiente.

Antes de comenzar con esta investigación y mucho antes de tener una formación académica en ciencias de la comunicación, hemos intentado dar respuesta a esos

interrogantes. Como simple lectores de la revista, nos hemos preguntado cómo definirla, ¿es una revista de rock? ¿de música? ¿o simplemente una revista de interés general con una mirada rockera? Ahora, como científicos sociales y analistas de la comunicación, poseemos las herramientas teóricas y metodológicas para poder relacionar las temáticas tratadas por Rolling Stone con su público ideal. Si “lo que importa está acá”, resulta tentador detectar qué es eso tan importante y, principalmente, de qué manera se construye.

Es nuestro desafío dar cuenta de esos temas que la propia revista define como relevantes, analizando su contenido y estructura y comprendiendo qué patrones se repiten a lo largo del corpus elegido. El concepto principal que servirá para realizar el análisis es el de representaciones sociales, proveniente de la sociología y que ha sido utilizado en las ciencias sociales en general. Teniendo en cuenta que la Rolling Stone es, por tradición, una revista destinada a los jóvenes, daremos cuenta de las representaciones sobre la juventud que construye en su publicación nacional.

A todas estas curiosidades que nos han surgido como simples lectores, se intentará analizar, estudiar y dar respuestas con las herramientas teóricas y metodológicas que proporcionan las ciencias de la comunicación, en su amplitud multidisciplinaria. A partir del concepto de representaciones sociales, este trabajo dará cuenta de la manera en que la juventud se construye en la edición argentina de Rolling Stone. A partir del análisis, se indagará de qué forma la revista se construye a sí misma y a los jóvenes, teniéndolos como su público ideal.

La particularidad que vuelve interesante el análisis de una revista como la Rolling Stone es que su estilo y la elección de los personajes destacados en sus tapas o en notas principales, dan cuenta de un criterio editorial ecléctico. Personalidades diversas han sido retratadas en las portadas de los diferentes números. Han sido tapa desde Nirvana o Charly García, hasta el Papa Francisco o el fallecido fiscal Nisman, pasando por las bandas del momento, como Tan Biónica. Es justamente esa diversidad la que permite reflexionar acerca de la manera en que Rolling Stone construye la juventud y la manera en que los jóvenes son representados.

Los distintos abordajes teóricos sobre la juventud muestran diferencias en su definición y delimitación. ¿Quiénes son considerados “jóvenes”? ¿Existe un solo criterio para definir a los jóvenes?, ¿es una categorización etaria o de clase? El

concepto de juventud es sumamente complejo y no debe quedar ligado simplemente a una cuestión etaria y biológica. Sino que es una noción históricamente construida, relacionada con un modo de ser joven, de acuerdo con parámetros sociales y de clase.

Teniendo en cuenta esto, es posible afirmar que no es la misma juventud la que leía las revistas Pelo o Expreso Imaginario que la que lee y consume Rolling Stone en la actualidad. Son revistas que tienen contratos de lectura diferentes y se vinculan de otras maneras con su público. Es por eso que, para comenzar, es pertinente desarrollar brevemente la historia de las revistas de música en nuestro país, para contextualizar el desembarco de la Rolling Stone en 1998, con su éxito internacional ya afianzado y en período de expansión hacia nuevos mercados. La Rolling Stone es una marca importada. En este sentido, su nacimiento en los Estados Unidos se encuentra bastante emparentado con el de las publicaciones argentinas más emblemáticas.

Tanto Rolling Stone como sus precedentes se definen como revistas de música. Este tipo de publicaciones han sido clasificadas de diferentes maneras de acuerdo a su contenido: revistas culturales, juveniles o de rock. La denominación “revistas de música” parece ser la más acertada. El investigador Leandro Donozo (2009: 17), en su magnífica “Guía de revistas de música de la Argentina”, señala los rasgos que debe tener una revista para ser definida como tal. Advierte la imposibilidad de precisar severamente si los contenidos musicales ocupan o no la mayor parte de las publicaciones. Él toma en cuenta otros factores: *“[...] como la preponderancia de los textos sobre música o su importancia relativa dentro de la publicación (puesta en evidencia en parte por la extensión de los artículos o por las portadas), pero también por la percepción que los lectores o los estudiosos tienen de las mismas”*.

Teniendo en cuenta esta acertada definición, es que la Rolling Stone pertenece al género de las revistas de música. Como ya ha sido señalado anteriormente, el contenido de esta revista no es solamente el musical, sino que trata otros temas, tan amplios como diversos. Pero, como argumenta el propio Donozo, Rolling Stone es considerada por los lectores, la crítica y los investigadores como una revista de música. De hecho, está incluida dentro de su trabajo enciclopédico.

1.1 Antecedentes históricos a la llegada de Rolling Stone a la Argentina

Desde la salida de “El Orfeo Argentino”, la primera publicación periódica sobre música, lanzada en 1829, hasta nuestros días, el periodismo musical ha ganado cierta preponderancia dentro de los medios de comunicación nacionales. Muchas publicaciones de este género terminaron marcando una época y trascendiendo las generaciones. Estas publicaciones, muchas veces dejadas de lado por los investigadores, han sabido dar testimonio de procesos no solo culturales, sino también políticos y sociales de los momentos históricos de los que fueron parte. En ciertas ocasiones, han logrado posicionarse en lugares de privilegio dentro de la agenda mediática y, por sobre todo, dentro de un sector social que consume este tipo de contenidos. Supieron brindar información que había estado ausente en los medios hegemónicos, conformando sus propias agendas con temáticas originales. Supieron, también, hacer frente a los intereses empresariales de los multimédios más poderosos, representando algunas voces olvidadas por ellos, con contenidos novedosos y frescos. Por otra parte, algunos de sus periodistas ganaron prestigio y reconocimiento gracias a su paso por estas publicaciones. Estas revistas de música han sido grandes escuelas de periodismo, en la que generaciones de jóvenes curiosos y con notables habilidades estilísticas y lingüísticas se consagraron dentro del ambiente del rock. Mientras que otros, ya con su renombre auestas, han fundado nuevas revistas.

Tanto la Rolling Stone como otras revistas de música, obtuvieron reconocimiento público, y sus marcas han resonado masivamente, presentándose como publicaciones de rock destinadas a públicos juveniles. La prensa escrita dedicada a la música no sólo difunde información e instala su propia agenda, sino que también participa dentro del campo artístico con sus debates, opiniones y críticas. Intervienen defendiendo sus propios intereses, ya sea de acuerdo con sus pretensiones estéticas, su ideología y, fundamentalmente, de acuerdo a sus influencias económicas y comerciales.

Teniendo en cuenta las cuestiones problematizadas anteriormente, es pertinente desarrollar la historia de determinadas revistas de música que resultaron ser los antecedentes a la llegada la Rolling Stone. Habiéndola categorizado como una “revista de música” y habiendo planteado su relación con la juventud es que aparecerán aquellas que se ajusten a estos dos parámetros.

En la Argentina, en un contexto en el que la democracia tambaleaba constantemente y el autoritarismo era moneda corriente, las revistas orientadas a la juventud, con la música como temática disparadora, se convirtieron en íconos de una determinada forma de hacer periodismo. Con información contracultural, mostrando una parte de la realidad social que los demás medios dejaban fuera, adquirieron una mística especial. Pelo y Expreso imaginario son sin dudas las dos que más trascendencia han logrado. Aún décadas después de sus cierres siguen siendo reconocidas en el ambiente rockero.

1.1.1 Revista Pelo: la Biblia del rock naciente

Pelo fue fundada en 1970, durante un período de alta movilización política y social. El rock, que había llegado desde los países anglosajones de la mano de The Beatles, comenzaba a sedimentarse en la escena local con músicos y temáticas propias. Las canciones ya se cantaban en castellano y muchos jóvenes comenzaron a escuchar a las bandas que abrieron el camino para que pudiera surgir la semilla de lo que más tarde sería el prolífico rock nacional. Manal, Los Gatos y Almendra llevaban unos años sobre los escenarios y marcaban una nueva tendencia, un rock de acá, con sonidos y intereses nacionales.

Osvaldo Daniel Ripoll, un hombre ilustre dentro el rock nacional, decidió que era necesario tener su propia revista para difundir la movida que se estaba generando en torno a ese nuevo estilo. Él fue también quien organizó los míticos BA Rock, los primeros festivales de rock made in Argentina. Luego de ser despedido de la revista Pinap, el 4 febrero de 1970 sacó a la calle la Pelo. En un sótano en la Avenida Independencia comenzó a forjarse la redacción de la revista que sería una de las leyendas dentro de la historia de los medios locales. A mediados de los años '90 dejó de salir. Nació en un contexto determinado, en el que los jóvenes querían informarse acerca de esa nueva cultura de la que formaban parte y llegó a su fin en un momento en el que el rock y la juventud habían cambiado sus intereses.

La primera tapa estaba formada por los hermanos Mike y Paul Mc Cartney. Luego aparecieron Mick Jagger, John Lennon, nuevamente Paul, Ringo Starr, Creedence y Jimi Hendrix. Durante su primer año de vida, Pelo le dio lugar a los artistas más reconocidos internacionalmente por la juventud de principios de esa década. La Pelo

fue una revista de tirada quincenal, de gran importancia para la cultura rock durante casi tres décadas. El éxito inicial fue arrollador. Según la revista Periscopio ("Tapas", 1970), en sus primeros seis meses, vendían el 80% de su tirada, llegando a los cuarenta y cinco mil ejemplares solamente en Capital Federal. Un número más que auspicioso para la época. Para ello utilizaban el mailing, un sistema novedoso por aquellos años en nuestro país. A través de un padrón con veinte mil direcciones enviaban a sus posibles lectores una correspondencia con el adelanto de la tapa del próximo número y los bocetos de los principales artículos.



1

La Pelo siempre tuvo una línea editorial bien marcada que era, básicamente, informar con seriedad y profesionalismo acerca de la movida rockera. *"Tratamos de dar un enfoque filosófico del fenómeno juvenil sin desatender la cobertura de todo el espectro de la música pop argentina; hay conjuntos locales, como Arco Iris, Manal o Almendra, que no se limitan a imitar lo que viene del exterior y han incorporado elementos del tango y el folklore"*, comentaba Ripoll en una entrevista concedida a la revista Periscopio, en agosto de 1970 ("Tapas", 1970). Y desde ese lugar es que se posicionaron como una revista contracultural, por fuera de lo que marcaba la militarizada y pacata agenda mediática de esos años. *"La revista, y aquellos editoriales libertarios que escribía, contribuyeron, creo, a fijar y difundir las ideas éticas y estéticas de todo el movimiento"*, reflexionaba Ripoll en una entrevista publicada por la agencia de noticias peruana Andina en el año 2013. Esta revista terminó siendo un símbolo de la rebeldía de esos años, sin ser políticamente partidaria.

¹ Revista Pelo, ediciones de Febrero de 1970 y Marzo de 1986

Ya desde su nombre intentaba dar batalla. En esos tiempos, la longitud del cabello era un tema de conflicto social. Los más conservadores veían en el pelo y la barba largos como un signo de subversión, de “actividades sospechosas” o simplemente de homosexualidad. Por su parte, los más jóvenes mostraban su disconformidad dejándolo crecer. Ripoll lo explicaba de esta manera en el prólogo que escribió para el libro “La Biblia del rock”, de Juan Manuel Cibeira (2014: 18): *“Me pareció que en ese momento era la palabra más contracultural e irritativa y que, por otra parte, significaba la expresión silenciosa y pacífica del deseo de libertad para la expresión y para la individualidad. Tener el pelo largo, o de un modo no convencional, era una forma de resistencia, de decir no, no queremos ser iguales a todo lo instituido”*.

Poco después del debut en los kioscos, la Pelo ya se había convertido en un referente del nuevo ambiente que se generaba alrededor del rock. Este nuevo estilo se esforzaba por diferenciarse de la música comercial, considerada por ellos como pasatista y de baja calidad. Según señala Cibeira (2014), Manal, Almendra, León Gieco o Los Gatos eran las armas que la revista tenía para enfrentar a los Palitos Ortega, los Rubén Mattos y otros artistas que, según la visión del propio Ripoll y sus colegas dentro de la Pelo, reproducían la lógica del sistema con canciones y letras superficiales.

Y en ese contexto de lucha constante por imponer hegemonía, en medio de una sociedad conservadora y más acostumbrada a ser gobernada por militares que por civiles, la Pelo ganó un lugar de referencia, casi mítico. El contenido de esta publicación era “palabra sagrada” (cf. Cibeira, 2014: 84) para un movimiento que pretendía ir más allá de la revolución política y social. Tal es así que fue nombrada, y es recordada con el paso de los años, como la “Biblia del rock” haciendo referencia a la importancia que sus notas tenían entre los rockeros.

Pero este lugar protagónico dentro de un movimiento que buscaba los cambios culturales, a partir de la revolución de las conciencias y la apertura de las mentes, no fue gratuito para la Pelo. En un país que llevaba cuatro décadas de constantes interrupciones de la democracia y con una sociedad conservadora que rechazaba las nuevas tendencias, esta revista rápidamente se convirtió en el objetivo de los servicios de inteligencia y las fuerzas represivas. Cuenta Cibeira (cf. 2014: 147) que durante el período en el que gobernó la última dictadura militar, habían decidido lanzar una nueva sección: “El correo de los sueños”. Al poco tiempo se convirtió en un éxito. Cientos de

jóvenes enviaban cartas a la redacción contando sus historias oníricas. Verdaderas o no, la sección fue tomando trascendencia hasta que la hija de un militar decidió participar. Su padre encontró ese escrito y se comunicó con la redacción para “pedir” que esa sección fuera retirada.

Pero no todos fueron “pedidos”, ni terminaron siendo anécdotas graciosas. El propio Ripoll fue secuestrado por un grupo de tareas, luego de una caricatura publicada en la revista Mad - del mismo grupo editorial - en la que ridiculizaba a un sacerdote, ofendiendo a la Iglesia y a las fuerzas militares. En 1978 estuvo dos meses detenido y luego fue obligado a exiliarse en Francia por dos años. *"Cuando se enteraron que yo era el director de 'Pelo', las condiciones de mi reclusión y los 'interrogatorios' fueron a peor"*, contaba su director en el sitio web de Andina (2013).

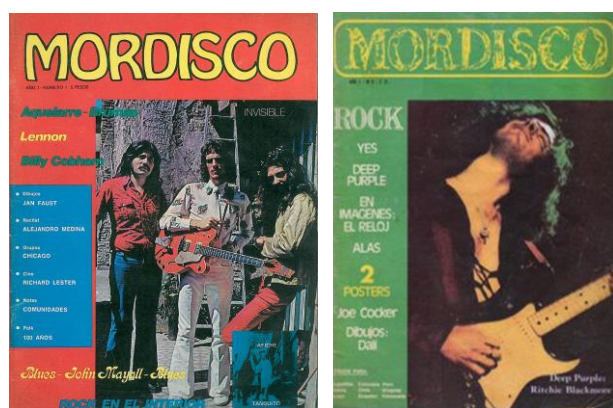
A mediados de la década del '90 la Pelo dejó de salir a la calle. No pudo resistir a los cambios de época - quizá no quiso - y en vez de adaptarse a los nuevos tiempos, decidió quedarse con el bronce de un pasado glorioso y mítico. Su nombre sigue siendo sinónimo de rock y, sin dudas, se encuentra entre las principales revistas del ambiente. Al momento de su cierre, el neoliberalismo se había instalado como modelo económico y la globalización hacía que la entrada de contenido cultural internacional fuera corriente. Y el rock sufrió esa situación con un estancamiento creativo. Ya no luchaba contra los gobiernos conservadores. La juventud era otra también, el hippismo había pasado de moda y las ideas revolucionarias fueron perdiendo espacio frente a la despolitización constante. En ese contexto, los editores de Pelo decidieron consciente o inconscientemente no cambiar, no adaptarse a los nuevos lectores, ni hablar un nuevo idioma. Cuando esa juventud de los '70 ya había crecido, cuando el movimiento rockero había cambiado, decidieron dar un paso al costado, antes que el paso del tiempo los arruinara.

1.1.2 Mordisco: el paso inicial hacia la Expreso

En 1973 Jorge Pistocchi, periodista de la Pelo, recibió una oferta para lanzar una nueva revista. Se llamaría Polenta Rock, pero al momento de registrar el nombre se dieron cuenta que alguien ya lo había hecho. Fue entonces cuando decidió llamarla Mordisco. La joven mecenas era la hija de un rico y formaba parte de una publicación subterránea. *"Me pidieron que la dirigiera y aunque no tenía la más remota idea, me*

entusiasmo”, recordaba Pistocchi en una entrevista concedida a la agencia de noticias de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA (Scarincini, 2015).

A mediados de 1974, en medio de la efervescencia política generada luego de la muerte de Perón, Mordisco salió por primera vez a la calle. Con nula experiencia como director, Pistocchi montó la redacción en un altillo en el barrio de Once, en la esquina de Viamonte y Pasteur. Su plan inicial era nutrir la revista con toda la información sobre el movimiento alrededor del rock, pero sin resignarse sólo a lo musical. Pretendía abarcar también la poesía, la pintura, la filosofía y el arte en todas sus expresiones. Pero más allá del éxito editorial, con ventas que alcanzaron los cincuenta mil ejemplares, sus planes no pudieron continuar. El inversor resultó ser un estafador que desapareció y dejó a la redacción quebrada y en la calle.



2

Con tal solo ocho números publicados y un año de recorrido, Pistocchi anunció su nuevo proyecto. Quería lanzar una nueva revista que fuera contracultural y que abarcara otras temáticas además del rock. El director recordaba ese proceso: *“En Mordisco anunciamos El Expreso Imaginario. Era una revista más movimientista, Mordisco apuntaba más al público de rock, que era muy numeroso, pero yo pensaba que si no se transforman las cabezas de la gente que cursaba en la facultad o que manejaba otra información, no iban a cambiar las cosas. Por eso pensé en una revista para un sector mucho más amplio”* (Scarincini; 2015). Mordisco fue parte de Expreso Imaginario, en forma de suplemento, a partir del segundo número. Luego se incorporó al cuerpo principal de la revista, manteniendo su propia numeración. En edición veintiocho fue incorporada definitivamente como sección.

² Revista Mordisco ediciones n° 1 y n° 8

1.1.3 Expreso imaginario: el faro de la contracultura

Luego de su frustrado paso en la dirección de Mordisco, Jorge Pistocchi decidió enfrentar la tragedia política que se vivía por esos días utilizando al rock como disparador para difundir un contenido basado en la diversidad. El primer número de la Expreso Imaginario salió a la calle el 6 agosto de 1976, unos meses después de que comenzara la más cruel y represiva de las dictaduras militares nacionales. Paradójicamente o no, la última edición fue en enero de 1983, año en el que se recuperó definitivamente la democracia. Su ciclo de vida sucedió enteramente durante el denominado “Proceso de Reorganización Nacional”, que se encargó de perseguir a la juventud que no respondía a los estrictos parámetros de normalidad militar. Esta dictadura intentó destruir sistemáticamente no sólo una generación, sino también su producción cultural. En ese contexto sangriento, Expreso Imaginario cumplió una función alternativa marcando una época y transformándose en un emblema del periodismo contracultural.



3

Con una tirada mensual de diez mil ejemplares, Expreso Imaginario tuvo un dream team en su redacción. Muchos de sus periodistas terminaron siendo grandes referentes dentro de los medios locales. Se destacaron los nombres de Alfredo Rosso, Horacio Fontova, Roberto Pettinato, Gloria Guerrero, Pipo Lernoud, Claudio Kleiman y Rocambole, el dibujante que luego sería el diseñador de las tapas de Los Redondos. *“Empezamos a buscar financiamiento para el proyecto, y pensar en armar un equipo. El primero que se nos ocurrió fue Horacio Fontova, el ‘negro renacentista’, actor, dibujante, músico, escritor y viejo amigo de las noches de naufragio con Miguel Abuelo y Tanguito. Horacio le pondría la impronta estética al Expreso, una personalidad que la*

³ Revista Expreso imaginario ediciones n° 1 de Agosto de 1986 y n° 26 de Septiembre de 1978

destaca entre las revistas de la Argentina y probablemente del mundo. Jorge trajo a Alfredo Rosso, que estaba terminando la colimba y escribía para su anterior revista, Mordisco. El veinteañero Rosso trajo a dos amigos, Claudio Kleiman - compañero de la colimba - y Fernando Basabru”, recuerda Pipo Lernoud sobre esos primeros pasos en un blog dedicado a la revista (“Expreso imaginario”).

El capital inicial fue aportado por Alberto Ohanián, por entonces manager y abogado de Almendra. El consejo de un amigo de Pistocchi, un tal Luis Alberto Spinetta, fue fundamental para que decidiera invertir su dinero para imprimir quince mil números de una revista contracultural que se enfrentaría a la dictadura militar. Con el rock como puntapié inicial, trataban diferentes temáticas que no tenían lugar en otros medios, como el cuidado del medio ambiente, las culturas originarias o el peligro del uso de la energía nuclear. Las únicas prohibiciones directas eran el sexo, las drogas y la religión. Más allá de ello, se incitaba a los redactores a desarrollar un estilo propio y libre. Expreso generaba una especie de libertad colectiva, en la que muchas de las decisiones editoriales se tomaban de manera conjunta durante reuniones interminables en la redacción ubicada en la Avenida Cabildo. Esos momentos eran sumamente delirantes y creativos, con ideas extremas que eran motorizadas por su director. Por otra parte, Expreso tenía corresponsales en algunas ciudades del interior. Los dos más destacados fueron Fito Páez en Rosario, que luego se convertiría en uno de los más reconocidos músicos del rock local y Patricia Perea en Córdoba. Fallecida en septiembre de 2016, ella fue quien hizo enojar a Charly García por una crítica negativa e inspiró “Peperina”, uno de los temas que ha trascendido las décadas y las generaciones.

Como también lo hacía la Pelo, Expreso buscaba generar una relación directa con sus lectores, con un lenguaje cercano e intereses compartidos. Ellos eran invitados a participar activamente. En una entrevista concedida a la revista Dale (Falcón, L; 2012: 43), Pipo Lernoud recordaba: *“La idea era generar un lenguaje común, un código propio entre músicos, periodistas y gente. Que la comunicación funcionara hacia ambos lados. Así se creaba algo más cálido”.*

Tras el alejamiento de Jorge Pistocchi en 1979, Pipo Lernoud tomó la dirección bajo la presión del financista de cambiar la estrategia editorial para vender más ejemplares. En esta segunda etapa, Expreso asumió una mirada latinoamericanista, dando lugar a las expresiones culturales de los países vecinos, que eran olvidados por la prensa

gráfica más enfocada en los Estados Unidos y en Europa. Fue en ese momento en el que el folclorista Atahualpa Yupanqui apareció en la tapa del número 53. Fue realmente polémico para la época y una de las peores ventas de su historia.

Dos años más tarde de asumir como director, Pipo Lernoud, junto con Horacio Fontova, decidieron bajarse del proyecto por las serias diferencias editoriales que mantenían con Ohanián, más preocupado por las ventas que por el contenido. Un joven Roberto Pettinato tomó el timón del barco y le dio un nuevo giro. La revista perdió la diversidad temática de sus comienzos y se abocó tan solo a lo musical. Poco a poco, los primeros miembros de la redacción se fueron alejando. Para Rosso, en esa época a la revista *“le faltaba mística”* (cf. Falcón, 2012: 44).

En enero de 1983, cuando la salida democrática era casi un hecho, Expreso Imaginario lanzó su último número. La tapa titulaba “1982: el golpe del rock”, haciendo referencia a la consolidación del movimiento del rock nacional durante ese año. En medio de la guerra de Malvinas, el gobierno militar prohibió a los medios de comunicación publicitar música anglosajona. Paradójicamente, el gran beneficiado fue el rock local, que se posicionó masivamente. Setenta y ocho números en menos de siete años convirtieron a la Expreso en uno de los principales referentes del periodismo de rock.

1.1.4 Los ´80, ´90 y 2000: rock en democracia

La década del ochenta fue una de las más prolíficas del rock argentino. En medio de la dictadura más cruel, muchas de las grandes bandas de la historia surgieron a en este momento: Virus, Riff, Sumo, Los Abuelos de la Nada y Soda Stereo. Además, la guerra de Malvinas, que dejó cientos de muertes jóvenes y tantas vidas destruidas, irónicamente, impulsó al rock argentino. La prohibición de pasar música en idioma inglés trajo como consecuencia una mayor difusión de los artistas nacionales.

Finalmente, la democracia llegó a fines de 1983 y con ella la esperanza de diversidad y multiplicación de las voces. Con la Pelo en pleno auge y la Expreso emprendiendo la retirada, muchas publicaciones aparecieron en esta época tratando de encontrar su espacio. Luego de su pelea con Ohanián y la salida de la dirección de Expreso Imaginario, Jorge Pistocchi intentó continuar con una “nueva Expreso”. Zaff y Pan Caliente, fueron sus intentos para reflotar su mejor proyecto. A pesar de que tenían los

derechos de la edición estadounidense de Rolling Stone para publicar sus notas, duraron muy poco en la calle.



4

Como afirma la investigadora Mariel Zabiuk (cf. 2007: 52), muchas de las revistas surgidas en ese momento estaban dirigidas a la juventud de clase media, en su mayoría despolitizada. Por lo tanto, le daban espacio a las bandas, temas y géneros que a ellos le interesaban. Por ese motivo, la aparición del suplemento Cerdos y Peces en agosto de 1983, significó una bocanada de aire fresco, con un contenido innovador y una nueva mirada sobre la juventud. Siendo parte de la revista El porteño, se especializó en temas que otros medios no trataban: prostitución, drogas, sexo, orgías y marginalidad tiñeron sus páginas desde su primer número. El talento corrosivo e inmenso de Enrique Symns y su “dream team” la convirtieron en una publicación recordada dentro del ambiente rockero. Vera Land, Néstor Perlongher, Carlos Solari, Tom Lupo y Gabriel Levinas fueron los principales integrantes de una redacción caracterizada por los excesos y la adrenalina. Rock and roll en estado puro. Por otro lado, la revista Humor Registrado, sin estar dedicada a la música le dio espacio al rock. A través de “Las páginas de Gloria”, Gloria Guerrero durante años publicó crónicas, reportajes y críticas sobre el ambiente rockero.



5

⁴ Revista Pan Caliente ediciones n° 2 de Junio de 1981 y n° 7 de Julio de 1982

⁵ Revista Cerdos y peces edición n° 1 de Abril de 1984

Durante los primeros meses de la democracia surgió la “Twist y gritos”. Dirigida por Tom Lupo, fusionaba información sobre las bandas de rock junto con temas de ecología y medio ambiente. No era una revista de resistencia pero tampoco superficial. Mezclaba en sus tapas artistas que difícilmente hoy serían compatibles entre sí. Al mismo tiempo, la Cantarock fue el espacio donde Pipo Lernoud, Miguel Grinberg y Claudio Kleiman siguieron luego del cierre de Expreso Imaginario y que introdujo por primera vez los acordes de aquellas canciones “que sabemos todos”, junto con notas de actualidad, especiales sobre artistas internacionales y agenda de recitales.



6

A mediados de la década, la aparición de la Rock And Pop significó una revolución estética y cultural en la radiofonía argentina. Con rock en toda su programación, conductores y programas novedosos y sobre todo, mucha actitud, se convirtió en la favorita de gran mayoría de los jóvenes argentinos. Junto con la aparición de una radio especializada, los principales diarios de circulación nacional también sumaron suplementos dedicados a temáticas juveniles. El Sí! de Clarín⁷, surgió el mismo año que Rock and Pop (1985). Con sus notas y secciones, por tres décadas ha destinado su información hacia la juventud, de una manera liviana y descontracturada. Con un lenguaje coloquial y “cancho”, ha intentado dirigirse a sus lectores hablando el mismo idioma. Más tarde, Página 12, que revolucionó el lenguaje y el formato del periodismo gráfico en nuestro país, también lanzó su propio suplemento para jóvenes. Intentando siempre diferenciarse de Clarín, inventó el suplemento “No”, repitiendo las estructuras de su antónimo. Tras la explosión de los medios digitales y para completar

⁶ Revistas Twist y Gritos edición n° 3 y Cantarock edición n° 9

⁷ El viernes 7 de octubre de 2016 salió el último número del suplemento luego de una reestructuración del diario.

las opciones de cuestionario, el sitio diarioregistrado.com.ar lanzó el suplemento “No sé”, sin diferenciarse de sus antecesoras en sus contenidos.

Llegando a la década del '90, el panorama esperanzador de la recuperación democrática se oscureció. De la esperanza alfonsinista que generó el Juicio a las juntas se pasó a la decepción por las leyes de Punto final (1986) y Obediencia debida (1987). Esto sumado a los problemas económicos y los levantamientos militares. Del “nunca más” se pasó a “la casa está en orden”, de la expectativa que generó el Plan Austral se terminó en el manotazo de ahogado del Plan Primavera y el caos de la hiperinflación y los saqueos. En 1989, Carlos Menem ganó las elecciones presidenciales, prometiendo el “salariazó y la revolución productiva”. Los '90 no solo trajeron un cambio de gobierno, sino un cambio de paradigma. Las revistas para jóvenes debieron acomodarse al nuevo panorama.

La 13/20 fue la gran revista de fines de los ochenta y principios de los noventa. El título refería a la franja etaria a la cual se dirigía. Enfocada en los ídolos del nuevo rock nacional e internacional y la televisión, su contenido incluía temáticas en relación a la sexualidad, lanzamientos musicales y películas en VHS. Su diversidad iba desde Calamaro o Pappo, hasta Carolina Papaleo. Sumaban además las traducciones de letras de canciones internacionales. Fue tal su éxito que también tuvo su versión televisiva en el canal estatal ATC.



8

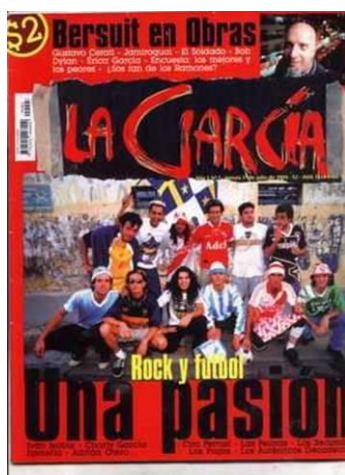
Musicalmente hablando, los noventa corrieron de atrás a los ochenta. Los sónicos y el rock chabón reemplazaron a los Luca, los Moura y los Abuelo. El desmantelamiento

⁸ Revistas 13/20 ediciones n° 114 del 24 de mayo de 1991 y n° 124 del 2 de agosto de 1991

del estado, la expansión del sistema neoliberal y la convertibilidad fracturaron de tal manera el tejido social argentino, que nunca volvió a ser el mismo. La frontera entre ricos y pobres se volvió aún más evidente y la juventud y la música no quedaron fuera de esto. Los sónicos se convirtieron en los “chetos”, el rock destinado a la clase media, mientras que el rock chabón se ubicó en el lugar de los “grasas”, representando a numerosos jóvenes de clase obrera. Babasónicos de un lado, La Renga, Los Piojos y Viejas Locas del otro, fueron las caras más visibles de cada bando.

En esta época surgieron revistas como Esculpiendo Milagros y Revolver, que se abstrajeron de esta división y publicaban notas sobre el rock internacional del momento. En sus números fueron muy críticos del rol del periodismo de rock local. Unos meses antes del desembarco de la Rolling Stone a nuestro país, se lanzó la revista francesa Los Inrockuptibles. Siguiendo los parámetros de su edición original, se ha enfocado en el rock y pop indie y alternativo, el cine y las series y los libros. Comparte ciertos rasgos de estilo con la Rolling Stone, pero con una perspectiva diferente y un enfoque literario.

En un contexto en el que la década menemista había dejado evidentes consecuencias sociales y económicas, surgió “La García” en 1999, homenajeando al cantante del bigote bicolor. Desde el inicio siguió la actividad de Los Redonditos de Ricota, junto con la del rock barrial. La banda platense era un fantasma que sobrevolaba la escena local, sin espacio en los medios masivos. Se iban convirtiendo en la banda más importante del rock argentino, pero la violencia en sus recitales se instaló fuertemente en el imaginario colectivo. La revista tuvo acceso privilegiado al círculo íntimo ricotero. Reunieron por última vez al Indio Solari, Skay Beilinson y la Negra Poli en una entrevista. Con gran parte del staff de la futura Barcelona, como Pablo Marchetti e Ingrid Beck, muchas de sus secciones tenían su estilo irreverente, como “Sending Fruit” o “Intocables”, con notas a personajes poco rockeros, pero considerados de culto o bizarros. La debacle económica de comienzos de siglo terminó con La García, como tantas otras cosas en nuestro país.



9

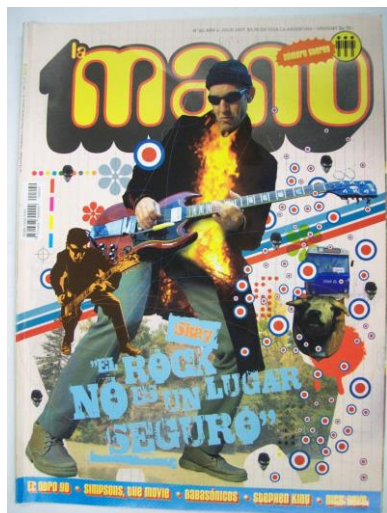
La crisis del 2001 arrasó con todo lo conocido en la Argentina y el descontento con los políticos se hizo evidente de la peor manera. Al grito del “que se vayan todos”, el corralito y la crisis institucional se devoraron a cinco presidentes en una semana, en busca de una renovación política que no llegó a concretarse. Con el fin de la convertibilidad, muchas publicaciones dejaron de salir y otras que llegaban desde el exterior, gracias a la paridad del peso con el dólar, fueron cada vez más difíciles de conseguir.

La Mano fue una de las revistas del nuevo siglo, que desde el contenido, intentó captar el espíritu de la mítica Expreso Imaginario. Fundada y dirigida por Roberto Pettinato, su consejo de dirección estaba integrado, entre otros, por Pipo Lernoud y Alfredo Rosso. Creada en abril de 2004, su nombre proviene de una vieja historia entre Lernoud y Mauricio Birabent, más conocido como Moris. En la década del ´60 ambos planeaban crear una revista que hablara de la cultura rockera, en ese momento emergente, que tomaría su nombre de la frase del lunfardo “¿Cómo viene la mano?”. Pettinato, conocedor de ésta anécdota, la utilizó para nombrar a la revista.

Temática y estilísticamente, la revista se enfocó en la cultura local. Con críticas de cine, libros, discos y entrevistas a bandas y solistas e informes sobre temas sociales y ecológicos, intentó regresar al espíritu contracultural que caracterizó a la Expreso. Pero esta vez, el enemigo era diferente. La Mano no confrontaba contra una dictadura sangrienta y cruel que arrebató de manera violenta los sueños de gran parte de la juventud, sino que surgió en un contexto democrático, en los primeros meses del

⁹ Revista La García ediciones n° 8 y n° 45

gobierno de Néstor Kirchner. Muchas de sus notas resultaron ser una crítica ácida al panorama cultural, cercanas estilísticamente al nuevo periodismo, escritas desde un punto de vista subjetivo y con las emociones de sus autores expresadas en cada artículo.



10

Unos meses después de su lanzamiento, la tragedia de Cromañón cambió por completo la relación del rock con la sociedad. El público tuvo que redefinir sus conductas y el under vio como sus lugares se cerraban en nombre de la seguridad. Los artistas emergentes debieron adaptarse al nuevo panorama, sin espacios donde tocar y con el rock estigmatizado. En ese contexto La Mano dejó de salir en 2010. Andrés Ciro, uno de los artistas fundamentales del rock barrial de los ´90, fue el protagonista de su última tapa. En una entrevista exclusiva anunciaba el comienzo de su carrera solista tras la separación de Los Piojos.

Un mes después del lanzamiento de La Mano, salió a la calle otra revista de música: Soy rock. Heredera estilística de La García, cubrió gran parte de su agenda. La aparición de tapas con artistas “poco rockeros”, como Miranda o Gustavo Cerati, generó cierta polémica entre sus lectores. En sus primeros números traía un disco compilado de regalo, con temas de distintos artistas. Más tarde, fue comprada por el sello discográfico Pop Art y se convirtió en un sitio web de difusión de sus artistas. Parte del staff reflató la revista a comienzos de ésta década, conviviendo ambas publicaciones. Otra revista aún vigente es la Mavirock, que desde el 2006 se autoproclama “la verdadera revista de cultura rock”. Siendo una publicación similar a sus contemporáneas, informa acerca de la agenda del rock barrial y sus referentes.

¹⁰ Revista La Mano ediciones n° 40 de Julio de 2007 y n° 41 de Agosto de 2007



11

1.2 El nacimiento de la Rolling Stone: cultura joven y cambios políticos

La Rolling Stone fue fundada en el año 1967 en California, Estados Unidos, por Jann S. Wenner y el crítico musical Ralph Gleason. Desde sus inicios, la revista se preocupó por cubrir todos los temas de actualidad vinculados con la música y la cultura joven, en una época en la que ésta tomó un gran protagonismo dentro de la escena política, social y cultural. En la edición especial por el 40 aniversario de la publicación (2007: 9), sus editores recordaban aquel momento en el que la idea de la Rolling Stone comenzó a germinar: *“Desde sus inicios, la intención de Rolling Stone no ha sido meramente hablar de la extraordinaria música que estaba desafiando al mundo en los años 60, sino también relatar todo lo que la música estaba afectando, trastocando, todo el universo cultural al que se vinculaba. [...] Rolling Stone se dedicó a reseñar una agenda histórica que incluyó música, política, cine y las infinitas variedades de la cultura joven”*. Estas palabras definen el intento de sus creadores de dar cuenta no sólo de las novedades del mundo del rock y la cultura surgida a partir de él, sino también del impacto en la sociedad norteamericana de las nuevas costumbres y hábitos, en los cuales la juventud participaba activamente.

La lucha por los derechos civiles, la guerra de Vietnam, los disturbios estudiantiles y Woodstock tenían como denominador común el rol protagónico de los jóvenes. Sea como víctimas, como soldados, disfrutando de la nueva música o luchando por sus derechos, pero siempre desde el lugar de la construcción de una nueva cultura. En ese contexto, estos dos periodistas decidieron crear una revista que mostrara esa nueva realidad que se estaba gestando. *“Rolling Stone es la revista más importante de*

¹¹ Revistas Soy Rock de Septiembre de 2009 y MaviRock edición n° 34

la cultura joven mundial. Nacida en 1967, cuando la cultura rock asomaba en el mapa global trayendo nuevos lenguajes, nuevas identidades y una mirada no convencional, la revista supo traducir esa cosmovisión en un medio de comunicación que durante estos 40 años acompaña las tendencias del universo rockero y sus aledaños: de la moda a los deportes, de la tecnología a la política". Así relatan sus comienzos en la página oficial de Facebook de la edición nacional de la revista.

Por otro lado, el rock se consolidaba no solo como género musical, sino también como fenómeno masivo. La popularidad de intérpretes como Elvis Presley o Chuck Berry en un primer momento o de The Beatles y The Rolling Stones a partir de los años ´60, puso en evidencia la manera en que este nuevo género musical había dejado de ser una movida juvenil para convertirse en un "estilo de vida", con sus reglas y su lenguaje propios. Representaba y le era cercano a esa juventud que vivía buscando cambios políticos y sociales. El hippismo, las protestas contra la guerra de Vietnam y la lucha por los derechos civiles, redefinieron lo que significaba ser joven en esa época. Como consecuencia del denominado "baby boom", en el que aumentó notablemente la tasa de natalidad entre 1946 y 1964 en los Estados Unidos, durante las décadas posteriores la cantidad de jóvenes aumentó notablemente. Esos mismos jóvenes que se convirtieron en los protagonistas de los cambios sociales.

Por otra parte, la Rolling Stone surgió en un momento histórico de expansión de los medios de comunicación masivos, con la televisión como estandarte. Luego de la Segunda Guerra Mundial, el nuevo medio-electrodoméstico llegó a todos los hogares estadounidenses como resultado de la estandarización industrial, que abarató los costos y amplió los sectores sociales que podían acceder al nuevo aparato. Nada tenía ver esa vieja televisión con la actual, ni en su soporte, ni mucho menos en su contenido. Pero ya se vislumbraba su fuerte influencia en la cotidianeidad mundial.

La Rolling Stone fue el resultado lógico de todo ese movimiento que se estaba gestando en la sociedad. Eran necesarios nuevos medios, que no solo hablaran y criticaran esos cambios, sino también que mostraran y masificaran toda esa movida cultural. La revista, desde su línea editorial, se posicionó del lado de la contracultura, difundiendo las nuevas bandas y las nuevas costumbres, pero también ubicando al rock como una nueva y poderosa fuerza política. Los fundadores veían en él un potencial revolucionario, por su capacidad para difundir ideas de cambio. La revista asumió el fuerte y pretencioso compromiso de ser la voz de una generación y contar

sus problemáticas. Eso fue lo que la llevó a cubrir protestas callejeras contra la guerra. Entendían el cambio político como una consecuencia de los efectos que generaba la nueva música sobre los jóvenes dentro de ese amplísimo campo cultural, en el que surgían diversos movimientos artísticos.

La Rolling Stone es la consecuencia de una época. Y en este sentido, es que John Lennon fue el protagonista de la primera tapa. El líder de The Beatles representaba a esa juventud que le decía basta a los enfrentamientos armados, a las guerras y que se enfrentaba a las políticas de estado represivas. Teniendo en cuenta la época y los intereses de los fundadores a la hora de crear la revista, Lennon es la síntesis perfecta.

La línea editorial de la revista proclamaba que *“el rock and roll, no era solamente una manera de entender a la generación emergente”*, sino que era *“la única manera en que el vasto pero informe poder de la juventud se estructurara, la única manera en que se lo puede definir o estudiar”* (“40 años de rock”, 2007: 16). Para los que hacían Rolling Stone en un pequeño galpón californiano, el rock podía ser una poderosa fuerza de cambios. Fue a partir de la violencia que adquirieron varios de los acontecimientos de fines de los ´60 y principios de los ´70, que la revista giró a un tono más moderado, criticando los excesos de esta nueva juventud y los desbordes del llamado “Partido Hip”.

Los primeros números de la versión original no tenían una portada como las actuales, donde la fotografía ha ganado una importancia fundamental. En el inicio tenía un formato tabloide plegable como el de los periódicos, con predominio del texto por sobre las imágenes. No estaba todavía presente la noción de tapa tal como la conocemos hoy, no era la presentación, lo que vendía al número, sino que era parte de él. No era una decisión exclusiva de la revista, sino que el periodismo se pensaba de esa manera. El concepto de tapa apareció posteriormente, cuando los medios entendieron que a partir de ellas, con más imágenes que texto, podían vender mejor su producto. Y eso fue justamente lo que le sucedió a la Rolling Stone. Los fundadores de la revista tardaron un tiempo en entenderlo e incorporarlo. No sospechaban que serían más tarde la revista en la que todos los artistas soñarían con aparecer en su tapa, la gran máquina fabricadora estrellas.

Las mega producciones actuales tienen una responsable. La tapa no tuvo tal importancia hasta 1970, cuando Annie Leibovitz se incorporó al staff como fotógrafa en jefe de la revista. A partir de allí, se reemplazó el concepto de las tapas espontáneas por un enfoque en el que la imagen ocupaba el lugar principal. Wenner relataba en una carta abierta publicada en el número especial por las 1000 ediciones de la revista (cf. 2006: 15), que ellos se habían dado cuenta del potencial que tenía la tapa para incrementar las ventas, pero que aun así fueron reacios al cambio. Fue necesaria la llegada de un miembro externo para que la portada pasara a tener una veta artística. *“La clave para vender revistas en los puestos de diarios era sacar portadas que anunciaran novedades, o contuvieran imágenes provocadoras”*, admitiría su fundador décadas después. Con el paso de los años, esa tapa se se ha ido convirtiendo en el parámetro de éxito y popularidad, capaz de catapultar a la fama a cualquier artista.

En estas casi cinco décadas desde la creación de la Rolling Stone, la revista ha mutado notablemente. Comercialmente hablando ya no es una pequeña empresa liderada por dos editores aventureros. Se extendió a lo largo y a lo ancho del mundo. En cuanto a su línea editorial, la publicación ya no es la defensora de esa revuelta juvenil de los años ´60. Ese interés por formar parte de un cambio político y social fue dejado de lado. La Rolling Stone dejó de ser el panfleto que promocionaba y defendía a esa juventud rebelde, combativa y revolucionaria. Comenzaron por criticar su accionar luego de determinados hechos de violencia y terminaron por convertirse en una revista creadora de estrellas. Nació representando a una generación pero luego, desde su línea editorial, se fue alejando de ella. Siempre ha sabido aggiornarse y re adaptarse a las nuevas épocas. Así ha sobrevivido a los grandes cambios generacionales que se han suscitado en este casi medio siglo.

1.3 Rolling Stone: la expansión internacional

La expansión editorial de la Rolling Stone hacia otras latitudes comenzó poco tiempo después de su fundación en los Estados Unidos. En 1969, la revista se instaló en Inglaterra bajo el nombre de Friends. Ese mismo año, fue llevada a Australia, primero como un suplemento, para finalmente convertirse en una publicación completa. Esas fueron las dos primeras experiencias internacionales de la publicación. Comenzando la década del ´80, la marca Rolling Stone se instaló en Italia.

Ya consolidada definitivamente en su tierra natal, durante la década del '90 se produjo una inmensa expansión. En un contexto de globalización, la música, el arte y la cultura internacional fueron adquiriendo preponderancia sobre las experiencias locales. La expansión se concentró fundamentalmente en América Latina y Europa. En primer lugar, fue llevada a Colombia en 1991, desde donde se distribuía a Ecuador, Perú, Venezuela y Panamá. Siete años más tarde, fue editada por primera vez en la Argentina, para distribuirse desde allí a Bolivia, Paraguay y Uruguay. De esta manera, logró ocupar casi todo el mercado del continente, exceptuando dos de los grandes líderes del bloque: Brasil y México. En Europa desembarcó primeramente en Alemania, donde comenzó a editarse en 1994. Mientras que en España se instaló, dentro del grupo mediático Prisa, en 1999. Una década y media más tarde, en junio de 2015, se conoció la noticia de que Rolling Stone dejaría de salir en el país hispanoparlante.

La primera década del 2000 trajo otra gran ola expansiva para la publicación en el mundo. La Rolling Stone comenzó a editarse en Francia y México (2002), Chile (2003), Rusia (2004), Indonesia (2005), Brasil, Turquía y China (2006), Japón (2007), India (2008) y Bulgaria (2009). Fue en este momento en el que la marca estadounidense logró instalarse en el ascendente mercado asiático y consolidó su participación en América Latina y Europa. Más tarde, en 2010 fue lanzada en Dubai, arribando por primera vez a un país árabe, potencia económica gracias a sus petrodólares. Tres años más tarde lanzó su primer número en Croacia, uno de los tantos países que había formado parte de la experiencia socialista de Yugoslavia, desintegrada luego de la guerra que asoló los Balcanes.

1.4 La Rolling Stone argentina

Luego de varios intentos frustrados, la Rolling Stone finalmente desembarcó en la Argentina en 1998. En contraposición con sus competidoras en el mercado local, Rolling Stone no fue una creación nacional y original de estas tierras, sino que arribó cuando ya llevaba tres décadas editándose en los Estados Unidos. Es una marca importada y globalizada, que concede los derechos de su publicación a diferentes grupos mediáticos a lo largo del mundo.

Por otra parte, llegó en un momento en el que el rock local ya se había instalado como tal, dejando de ser un incipiente movimiento juvenil y revolucionario en su modo de vida, para convertirse en un género artístico masivo. Argentina era uno de los pocos, y tal vez el único país latinoamericano, en el que logró ser un movimiento creativo tan importante que pudo constituir el rock nacional como un género propio, con características musicales originales, a partir de la fusión con nuevos sonidos. Pappo, Charly García - ahora como solista luego de sus tres experiencias grupales -, Calamaro y Fito Páez - que ya habían dejado de ser las jóvenes promesas -, Spinetta y Gustavo Cerati - quien había sacudido la década del '80 con Soda Stereo - ya eran grandes estrellas dentro y fuera del ambiente.

Pero esos ilustres nombres no lograron opacar la crisis a la que se enfrentaban las bandas más pequeñas que luchaban en inferioridad de condiciones, frente a los conjuntos extranjeros que tenían mayor rotación en los medios. Los nuevos canales de música, como Much Music y MTV, habían instalado la cultura del videoclip, privilegiando lo internacional y otros géneros más comerciales, como el pop. El rock debió competir, también, con la cumbia villera, una nueva forma de expresión musical nacida en los barrios humildes y que, en un contexto de crisis económica y cultural, fue ganando terreno en otros sectores sociales.

Como toda la producción nacional, lo artístico también sufrió las consecuencias del modelo económico neoliberal, que había comenzado Martínez de Hoz durante la dictadura militar y que Menem continuó, junto con su tristemente célebre ministro de Economía Domingo Cavallo. Un gran trabajo de penetración cultural e ideológica había logrado forjar una nueva hegemonía. La industria nacional era desprestigiada frente a la importación masiva y se instaló en el sentido común la idea de que lo que venía de afuera era indefectiblemente superior. La producción cultural nacional se vio perjudicada por la entrada de los “cañones” pop extranjeros. La música argentina comenzó a rotar menos en las radios y las bandas locales debieron resistir, no sólo frente a su poca presencia en los medios masivos sino también atravesando situaciones desfavorables para tocar en vivo, ya sea por las condiciones impuestas por los dueños de los boliches como por el deplorable estado de muchos de estos lugares.

La Rolling Stone llegó, entonces, en un momento de cambios para la juventud como colectivo social. Ya no era perseguida sistemáticamente por los militares, pero se convirtió en la carne de cañón del desempleo. El descreimiento en la política y la falta

de referentes eran moneda corriente. En abril de 1998, la Rolling Stone salió a la calle, con una venta de casi ochenta mil ejemplares. La licencia fue concedida a la empresa Publirevistas, el grupo mediático de La Nación. Como John Lennon en Estados Unidos, Charly García fue el protagonista de la primera tapa. Con su estilo Say No More a cuestas, posó con las piernas cruzadas y un cigarrillo en la boca, vestido con una bata roja. El color del logo estaba pintado en tonos azules, al igual que el resto de los títulos que adelantaban el contenido de la publicación, rodeando la figura del artista del bigote bicolor.

Desde su arribo, la revista ha tenido una periodicidad mensual, a las que se le suman las ediciones especiales que se publican de manera independiente. El precio del primer número, todavía con la paridad del peso con el dólar, fue de \$4,50, hasta el año 2002, en el ascendió a \$5,90. Tres años más tarde, aumentó un peso y así fue subiendo, de acuerdo a los vaivenes de la inflación. En marzo de 2015 costaba \$38,90, mientras que en julio de 2016 -último número analizado en el presente trabajo, \$59,90.

En cuanto al equipo periodístico, hasta el 2003, la edición nacional de Rolling Stone fue dirigida por Víctor Hugo Ghitta, quien en la actualidad es el Director del Grupo de Revistas La Nación, que edita no sólo Rolling Stone, sino también Living, Lugares y Ohlalá, entre otras. Ese año fue reemplazado por Ernesto Martelli. Llegó siendo el editor del Suplemento Sí! de Clarín, el otro diario de gran tirada nacional. Su paso por la revista le permitió posicionarse dentro del grupo y, con los cambios editoriales del 2013, asumió como Gerente de Marketing & Negocios en La Nación S.A. En 2010 se hizo cargo de la dirección Pablo Plotkin, que había llegado a Rolling Stone siete años atrás, luego de ser becario de la agencia EFE en su sede de Berlín. Cuando Juan Ortelli -un joven periodista que había comenzado escribiendo notas de manera freelance y había creado la sección "En caliente"- lo reemplazó, Plotkin se quedó como asesor editorial. Actualmente, Juan Morris los acompaña en el equipo directivo como Secretario de Redacción. Claudio Kleiman es, sin dudas, el periodista estrella, por su trayectoria y por haber colaborado en la revista desde su llegada a la Argentina. En estas casi dos décadas, Rolling Stone ha tenido grandes nombres en su staff, como Gloria Guerrero, una de las pocas periodistas femeninas de rock, Fernando Sánchez, Sergio Marchi, el biógrafo del rock local, y Alfredo Rosso, un melómano empedernido con pasado en las publicaciones emblemáticas de nuestro país.

En cuanto a sus ventas, Rolling Stone argentina se comercializa en todo el país y en el exterior. Según los boletines editados por el Instituto Verificador de Circulaciones, la revista tiene una tirada mensual cercana a las cuarenta mil ejemplares. Puede observarse una oscilación de sus ventas, que bajan durante el verano, para retomar sus números habituales entre los meses de marzo y abril. Por otra parte, entre enero de 2015 y junio de 2016 las ventas por suscripción en Capital Federal y Gran Buenos Aires superaron ampliamente a la de los kioskos. Generalmente la duplicaron, mientras que en ciertas ocasiones las triplicaron, como en febrero, abril, septiembre, octubre y diciembre de 2015 y enero y marzo de 2016. En el caso de las ventas en el interior del país estos números se emparejan, promediando una circulación de trece mil ejemplares, distribuidas en partes iguales entre venta en los kioskos y las suscripciones.

Por otra parte, la revista posee el sitio RollingStone.com.ar en el que aparecen dos tipos de contenidos: el que se replica de la edición impresa y el exclusivo, producido solamente para la web. El segundo va ocupando un lugar de cada vez mayor preponderancia. Si bien no es una página que se actualice constantemente al ritmo que las noticias requieren, se suben notas, del mismo estilo del que aparecen en la revista, con mucha más frecuencia que en los tiempos en los que recién incursionaban en el periodismo digital. Por otro lado, se reproducen las tapas, del número actual y los anteriores, promocionando la edición que estará en los kioskos.

SimilarWeb.com es una plataforma que brinda estadísticas sobre navegación y entradas a diferentes portales. Para el caso de RollingStone.com.ar, la ubica entre los mil quinientos sitios con más tráfico en la Argentina. En promedio tiene quinientos setenta y siete mil visitantes mensuales y sus entradas mes a mes vienen en descenso. A finales de 2014, tenía más setecientas mil visitas mensuales. Mientras que enero de 2015 subió a novecientos cincuenta mil y en febrero retomó su promedio habitual. Ya durante el primer trimestre de 2016, no superó las quinientas mil visitas, teniendo un pico positivo durante abril, con una leve baja en los tres meses siguientes.

Siguiendo con algunos datos estadísticos interesantes, el 83% de las entradas provienen de la Argentina, lo cual resulta lógico y esperable. El 7% se divide entre México, Estados Unidos, España y Uruguay. Solamente el 10% entra a RollingStone.com.ar de manera directa y casi el doble, por medio de un buscador. El

59% del tráfico proviene de un link en otro sitio, principalmente de Wikipedia y dos páginas del grupo mediático: LaNacion.com.ar y CanchaLlena.com y el 6%, de las redes sociales, principalmente de Facebook.

En cuanto a su contenido, Ortelli, el director actual de la revista afirma que la edición nacional busca parecerse a su par estadounidense. En una entrevista concedida al Diario Uno (*Juan Ortelli, el director...*, 2016), cuenta que han recibido cartas del fundador Jann Wenner felicitándolos por la manera en que se producen las notas. *“Hay revistas de otros países que se quieren parecer menos: pero en nuestro caso tenemos una cultura de rock de 50 años y eso es rarísimo, es todo un capital que podemos aprovechar. La idea siempre fue llevar el rock argentino al estándar de calidad americano, en el parámetro de Rolling Stone”*. Siguiendo la línea editorial de su país de origen, la revista se define a sí misma como el lugar donde confluyen las nuevas tendencias musicales, estéticas y artísticas con notas sobre la actualidad política y económica.

1.5 Rolling Stone: entre la aristocracia argentina y la “tribuna de doctrina”

El arribo de la Rolling Stone al mercado nacional fue a través de la empresa Publirevistas S.A., el nombre con el que se comercializan las revistas editadas por el grupo de medios del diario La Nación. Es la unidad de negocios de La Nación S.A. y también es conocida como Grupo de Revistas La Nación. Publica además, la revista femenina Ohlalá!, la española ¡Hola! - que en Europa muestra la vida de reinas y princesas - Susana - la publicación de la diva de los teléfonos - y otras menos conocidas como Living, Jardín y Lugares.

La Rolling Stone, que en 1967 combatía junto a los jóvenes, en el 98 y en el sur del mundo se unió a las filas de un grupo mediático que siempre se ha ubicado del lado del conservadurismo político. La revista que supo ser la voz de una juventud revoltosa que luchaba por sus derechos y por la paz, en la actualidad, y lejos de lugar de origen, comparte el grupo multimedia con otras en las que se escribe sobre reyes con herencias medievales y personajes con doble apellido de la aristocracia nacional.

El nacimiento del diario La Nación fue el 4 de enero de 1870 y nada hacía siquiera sospechar que sería la cabeza de un grupo mediático tan heterogéneo un siglo más

tarde. Era la época en que la Argentina se estrenaba como nación y muchos hombres ilustres pensaban y escribían sobre los destinos de la patria recién fundada. En ese contexto, Bartolomé Mitre decidió crear su propio diario en el que podría expresar sus ideas políticas y esparcirlas en el suelo argentino, bajo el lema “La Nación, tribuna de doctrinas”. Bartolomé - hoy prócer cuya imagen aparece en el billete de dos pesos - era periodista, además de político, historiador, militar y escritor. Y mucho más importante que eso, había sido presidente de la Argentina entre 1862 y 1868. Es decir, tan solo dos años después de dejar la presidencia y aun siendo Senador de la Nación, Mitre sacó a la calle su propio diario. El sueño de cualquier político moderno.

La leyenda cuenta que La Nación comenzó a editarse en la casa de José María Gutiérrez, pero que allí duró poco tiempo. En abril de ese mismo año, se trasladó a la casa del propio Mitre, ubicada en la calle San Martín, siempre en la ciudad de Buenos Aires. Cuentan además, que el fundador debió vender algunos de sus muebles para poder fabricar el diario en su casa. Así lo relata Bartolomé de Vedia en una edición especial de La Nación por los 135 años del diario, editada en 2005. En esa misma nota-homenaje, su autor cuenta quiénes acompañaron como socios al ex-presidente en esta cruzada: el ya mencionado José María Gutiérrez, Rufino y Francisco de Elizalde, Ambrosio Lezica, Juan Agustín García, Delfín Huergo, Adriano Rossi, Cándido Galván y Anacarsis Lanús.

Al ex presidente le siguió al comando del diario José Antonio Ojeda entre 1875 y 1882. Luego lo sucedieron los hijos del fundador: Bartolomé (h) durante 9 años y Emilio hasta los finales de la primera década del siglo XX. Él fue quien creó la sociedad anónima, que en la actualidad continúa siendo la dueña del diario. Desde el año 1882 hasta la actualidad, el diario siempre ha sido dirigido por un miembro de la familia Mitre.

El 17 de diciembre de 1995 se produce otro hito dentro de historia del medio. Ese día fue lanzada La Nación Line, el sitio web del diario, que significó un gran avance en el uso de las nuevas tecnologías destinadas a la información. La primera aparición en la web permitía acceder a siete secciones. Siete meses más tarde se produjo el primer rediseño, incorporando nuevas secciones y adaptándose a las nuevas necesidades de información. Fue en octubre del 97 cuando decidieron brindar un servicio de noticias de último momento, dejando de replicar solamente la edición en papel. Con el paso de los años, nuevos cambios estéticos y de contenido se han ido realizando a partir de la

posibilidad de incorporar nuevas tecnologías para contar de una manera diferente las noticias.

Al momento de la llegada de la revista Rolling Stone a la Argentina, en el año 1998, Bartolomé Mitre (tataranieto del fundador) se encontraba dirigiendo el diario desde 1982, tarea que continúa en la actualidad, secundado por Carlos Reymundo Roberts, Daniel Arcucci y Pablo Sirvén como Prosecretario y Secretarios de Redacción, respectivamente.

1.6 Objetivos

A partir de todo lo señalado anteriormente, este trabajo buscará analizar la manera en que la edición nacional de la revista Rolling Stone representa a la juventud. Se investigará la manera en que realiza esta construcción a partir del contenido generado por la publicación. De esta manera será posible responder a los interrogantes planteados anteriormente.

Para lograr este objetivo principal, será necesario plantear determinados objetivos secundarios que servirán para responder sobre los modos en que la revista Rolling Stone construye la juventud. Se tomarán los personajes retratados en las tapas con el fin de analizar la visibilidad de la juventud en este lugar destacado de la revista. En este mismo sentido, y ya en el contenido específico de la publicación, se observarán que hechos y protagonistas que aparecen en las notas y cómo esto conforma una representación de la identidad juvenil. Por otro lado, se tomarán en cuenta las ausencias temáticas, otorgándole la misma importancia que a las presencias. El análisis de los temas no tratados servirá para reafirmar un determinado tipo de construcción de la juventud. Por último, y en relación con esto, se observarán las problemáticas que hacen a la juventud que aparezcan en el contenido de la revista.

Para lograr el pretendido análisis, se partirá de un marco teórico con una mirada sociológica, semiótica y comunicacional, focalizando en el concepto de representaciones sociales. La mirada sociológica servirá para presentar las diferentes perspectivas con respecto del concepto de juventud, mientras que la semiótica, a partir de la teoría de Eliseo Verón en relación con sus concepciones acerca de los discursos sociales y la producción social del sentido. La mirada crítica de los medios de comunicación servirá como punto de partida para pensar las construcciones realizadas por la revista Rolling Stone y las representaciones sobre la juventud.

Para lograr los objetivos propuestos tomaremos un corpus que abarca 18 ediciones: desde enero de 2015 hasta julio de 2016. Cada una de las notas que aparecen en estas ediciones, serán clasificadas según diversos ejes, describiendo además sus tapas y secciones que aparecen en cada número. Los datos obtenidos a partir de una metodología cuantitativa serán procesados. Esta clasificación permitirá encontrar patrones editoriales, repetición de temáticas y similitudes y diferencias. Esto será

puesto en relación con las corrientes teóricas de análisis. Aquí es donde comenzarán a utilizarse técnicas cualitativas con el fin de comprender la manera en que la revista construye las representaciones del colectivo juventud. Para esto se tendrán en cuenta los rasgos del estilo del medio y la influencia de la edición estadounidense en la local.

2. El túnel del tiempo. Estado del arte

Partiendo del interrogante acerca de la manera en que la edición argentina de la revista Rolling Stone representa a los jóvenes, resulta pertinente realizar un repaso acerca de las investigaciones previas respecto a ésta temática. Dado este objeto de estudio, se reseñarán en primer lugar las investigaciones que traten sobre revistas para jóvenes. Luego se presentarán los trabajos en los que el objeto de estudio sea una revista de música, principalmente orientada al rock. Y por último, aquellos estudios que analicen concretamente la revista Rolling Stone, tanto en su edición nacional como en sus versiones internacionales. El recorte es realizado teniendo en cuenta que el objeto de estudio que analicen comparta ciertas características con la Rolling Stone, ya sea por su clasificación como revista de música, el público al que apunta o su mirada rockera. En este sentido se tendrán en cuenta estas investigaciones de acuerdo al aporte que pueden proporcionar desde el punto de vista metodológico, teórico y analítico.

A pesar de la fama que han adquirido ciertas revistas de música y de su preponderancia en el plano cultural, las investigaciones científicas que las tienen como objeto de estudio escasean. La producción teórica sobre revistas culturales, tanto en el plano nacional como en el internacional, no es abundante. Y menos aún sobre la Rolling Stone. No es posible observar una sistematización en los estudios sobre la prensa periódica especializada, en el que se aplique un mismo método de análisis a distintos objetos de estudio. Esto no quiere decir que no haya trabajos sobre esta temática, sino que los mismos se han producido de manera aislada, sin conexión metodológica y teórica entre sí. Abarcan diferentes aspectos, desde perspectivas diversas, con distintas metodologías y tomando distintos ejes de investigación.

Teniendo en cuenta lo ya mencionado, este repaso permitirá encontrar puntos de contacto, pero principalmente diferencias en los planteos, preguntas metodológicas y en el enfoque. Será interesante observar cómo otros autores han tomado el mismo objeto de estudio desde perspectivas diferentes y que ello pueda enriquecer el análisis acerca de las representaciones de la juventud. Mientras que, los otros estudios serán productivos a la hora de encontrar metodologías de análisis y estructuraciones teóricas. En ambos casos enriquecerá la presente investigación y servirá para dar

cuenta del aporte que esta tesis dará al campo de estudio de las revistas musicales, desde las ciencias de la comunicación.

2.1 Investigaciones previas sobre revistas para jóvenes

Respecto a este criterio, se reseñará la tesis de grado de la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad de La Plata escrita por la Lic. Rosaura de Abajo. Este texto estudia el eje ideológico de dos revistas para adolescentes que se publicaban en ese momento: Rebelde Way y Para Teens. Lo hace realizando una comparación semiótica entre ambas. Si bien las categorías de adolescentes y jóvenes no son sinónimos, la autora los utiliza como tales y es en ese sentido que se ha incorporado al estado del arte.

2.1.1 “La dimensión ideológica en las revistas para adolescentes”, de Rosaura de Abajo

En esta tesis de grado, Rosaura de Abajo se aproxima a cuestiones relacionadas con el concepto de juventud, a partir de las lecturas que este grupo socio-etario realiza. Elige como objeto de estudio a dos publicaciones de origen nacional que, en los primeros años de este siglo, estaban destinadas al público adolescente: Para Teens y Rebelde Way.

El objetivo principal de la investigación es describir al adolescente promedio que construyen estos textos y la manera en que estos deben relacionarse entre sí y con el mundo que los rodea, según la perspectiva de estas dos publicaciones. Para lograr su pretendido análisis, en primer lugar, clasifica a las dos revistas como “revistas para adolescentes no temáticas”. Luego busca los mecanismos a través de los cuales los discursos de Rebelde Way y Para teens conforman la imagen paradigmática de lo que debe ser una adolescente, los esquemas de representaciones que operan en ambas y la función que cumplen como objetos culturales, que refieren acerca de los modos de hacer, de relacionarse con el mundo y con sus pares. Este trabajo intenta demostrar cómo estas dos revistas para adolescentes, a pesar de dirigirse al mismo público, enunciativa y discursivamente pueden dirigirse a destinatarios diferentes. Para ello, la autora realiza una comparación estilística y discursiva de Rebelde Way y Para Teens, describiendo las diferencias entre ambas publicaciones.

Ambas han sido revistas de tirada mensual, dirigidas a un público predominantemente femenino, dentro de la etapa adolescente-juvenil. De Abajo toma como punto de partida de su investigación una multiplicidad de estudios sobre adolescencia y juventud, pero para ella no abarcan en su totalidad a su objeto debido a que utilizan distintos enfoques, desde la psicología, la antropología y la sociología.

Tomando como referencia teórica predominante a Verón, busca estudiar las revistas desde el punto de vista discursivo y semiológico. Para ello utiliza diferentes conceptos propuestos por este autor. En primer término, retoma la teoría de los discursos sociales, descripta por Verón e inspirada en Frege y Peirce. Entiende al discurso como construcción dinámica de lo real. Siguiendo esta línea, señala que el analista toma determinados paquetes de materias significantes - productos - que son puestos en relación con sus condiciones sociales de producción y las de reconocimiento. Por otra parte, utiliza como herramientas metodológicas, la retórica, la temática y la enunciación, según las definiciones presentadas por Oscar Steimberg. Y finalmente, define lo ideológico entendido como una dimensión analítica, poniendo el discurso en relación con sus condiciones sociales de producción.

Siguiendo con el marco teórico utilizado, la autora señala las diferentes definiciones de adolescencia que serán tenidas en cuenta para su análisis. Retomando la Psicología y la Sociología, entiende la adolescencia como una etapa de crisis, de rápidos cambios físicos, sexuales y sociales. Agrega que está determinada tanto biológica como culturalmente, y que forma parte de una etapa aún más compleja y duradera llamada "juventud". Siguiendo a Margulis y Urresti, el planteo inicial considera a la juventud como un grupo etario que posterga la conformación de su familia y su entrada al mundo laboral en función de completar su estudio y capacitación, lo que se denomina "moratoria social". Es un período de tolerancia al que determinados sectores sociales no pueden acceder, ya que hay jóvenes que deben formar su familia y comenzar a trabajar a muy temprana edad. Son jóvenes que se inscriben en esa franja por su edad pero tienen responsabilidades de adultos.

Este estudio permite definir la juventud como una "construcción histórica y social", determinada por las condiciones de clase y la cultura de cada país. Esta concepción supera a la que considera a la juventud como una mera etapa cronológica de la vida, con un comienzo y un final determinados. De Abajo agrega también que, según Silvia

Sigal, en América Latina la juventud queda reservada para las clases medias y altas. Por momentos confunde los conceptos de juventud y adolescencia. Si bien la autora ubica la adolescencia dentro de un período más amplio que es el de juventud, en ciertos tramos de sus tesis los utiliza como sinónimos y no termina de diferenciarlos.

Para comenzar su análisis, De Abajo utiliza la definición de motivo desarrollada por Segre en su estudio sobre la estructura del texto literario. El motivo es entendido como la unidad significativa mínima del texto o elemento germinal. Para ejemplificar estas nociones utiliza casos tomados de las dos revistas analizadas, sobre todo para describir el concepto de “caracterización” que Thompson une al de motivo. La autora también cita a otros investigadores (Sperber, Petsch y Frenzel) que estudian el tema y que, con distintos nombres, realizan la misma conceptualización que Segre.

A partir del desarrollo teórico realizado por Traversa en su estudio sobre la publicidad, introduce las nociones de cuerpo para analizar la manera en que se representan los mismos en las revistas Para Teens y Rebelde Way. La autora define cuatro tipo de cuerpos que se constituyen en los discursos de estos medios. En primer lugar, señala el “cuerpo maniquí”, el cuerpo muerto, en el que debajo de la ropa no hay nada. Muestra un producto y lo que hay debajo de él se ha perdido como tal. Ejemplificando esta noción, aparecen las fotografías de modelos desconocidas, mostrando y, sobre todo, “vendiendo” la indumentaria que llevan puesta. Por otra parte, aparece el “cuerpo saludable”, relacionado con el cuidado del mismo. Cita como ejemplos los casos de artículos que, en principio, parecen tener una estructura similar a la de cualquier artículo de divulgación científica, pero que se encuentran teñidas por la frivolidad de la moda.

Luego, aparece un tercer cuerpo femenino, que es el “cuerpo problema”. Presente solamente en Rebelde Way, se desarrolla desde una sección denominada “Psico”, en el que se ponen en cuestión diferentes problemáticas. Son las problemáticas de un cuerpo no mostrado, que surge en la interacción social con los otros. No es un cuerpo construido en función de la belleza, sino que es nombrado en sus padecimientos psicológico-sociales. Esta sección está planteada como los Talk Show, pero en un soporte gráfico. La revista, como narrador omnisciente, asume el rol de una consejera que siempre sabe qué hacer y plantea la mejor solución posible. Por último aparece el concepto del “cuerpo bombon”, en relación al cuerpo masculino, colocado en el lugar de sex symbol, de objeto de deseo. Se presenta como un ideal a alcanzar,

principalmente por sus atributos físicos, y a partir de ese deseo, construir la imagen del chico ideal que todas sus lectoras quieren tener de novio. El mecanismo de construcción de la imagen del hombre bombón es la fotogenia, concepto creado por Barthes para describir la constitución del mensaje a partir de la imagen, modificada a partir de técnicas de “iluminación, impresión y revelado”.

Agrega, además, que en los casos de la mujer-maniquí y hombre-bombón se produce la misma lógica: el cuerpo es concebido como fetiche, como objeto de culto y de deseo. Desde allí se produce un proceso de identificación que opera en las direcciones del ser y del tener. Para Teens y Rebelde Way contribuyen a la reproducción de un sistema de significaciones en torno al mito de la adolescencia, estableciendo un horizonte de expectativas, que termina equiparando cuestiones diferentes y generando un conjunto de creencias colectivas que ordenan prácticas sociales y generan valoraciones de los sujetos. El deber ser que indican las revistas es el de ser bello y exitoso, aunque abren la posibilidad de ser feo, pero con glamour o rebeldía como única manera de “estar ahí”. El “cuerpo maniquí” es el ideal a alcanzar, con la cual la adolescente se identifica con todo lo que quisiera ser y todo lo que quisiera tener. En cuanto al “cuerpo bombón”, constituye el ideal de belleza, con el cual las lectoras se identifican en función de su deseo de tenerlo. El mito, a partir de la repetición de sus narrativas y la violencia simbólica con la que opera, elimina la diversidad y define las características de lo que un adolescente debe ser.

Por otro lado, de Abajo se refiere a la enunciación en ambas revistas. En cuanto al contrato de lectura - término acuñado por Eliseo Verón - Rebelde Way y Para Teens crean un lazo particular entre soporte y lector. Según el análisis realizado por la autora, la revista que se desprendió de la tira juvenil televisiva, desde el diseño, se arma en función de una doble entrada: cada ejemplar tiene dos tapas que permiten dos posibles comienzos de lectura, respetando el espíritu rebelde de la publicación. Mientras que, la revista perteneciente al grupo editorial Atlántida, posee una estructura de diseño conservadora y lineal, con el predominio de la imagen por sobre lo escrito. Ambas utilizan modismos provenientes del idioma inglés, sobre todo para nombrar categorías referentes al mundo de la moda. En cuanto a las tapas, Rebelde Way ubica solo personajes famosos, mientras que en Para Teens se aprecian solamente a modelos anónimas en función de sostener algún título. Pensando en las condiciones lingüísticas, la autora afirma que ambas utilizan el recurso de la interpelación directa, se dirigen a sus lectores, les hablan. Pero Rebelde Way interpela mediante el uso de

verbos imperativos, ordenando una conducta determinada. Mientras que Para Teens, emplea pronombres personales, posesivos y acusativos.

En cuanto a los sujetos enunciativos, Rebelde Way construye tres tipos: “Enunciador testigo” (que posibilitan el acceso al hecho desde una perspectiva privilegiada) - “Enunciario participante” (que vive a la par de sus ídolos); “Enunciador intruso” (que revela información privada de personas públicas y en situación de naturalidad, “in fraganti”) - “Enunciario espía” (que se enfoca en la vida privada de los famosos); “Enunciador consejero” (que orienta a los lectores al estilo de una hermana mayor que pasó por las mismas situaciones) - “Enunciario problemático” (que entra en conflicto con el mundo exterior). Por su parte, Para Teens, sostiene un “enunciador pedagógico”, informativo y que opera en función de la moda. La revista enseña qué es lo se debe usar en cada situación.

Por último, la autora señala las conclusiones a las que arribó luego de la comparación de ambas publicaciones. En primer término, observa que son dos revistas cercanas desde el punto de vista temático, que comparten un lectorado relativamente homogéneo en cuanto a su perfil socioeconómico. Fue su análisis interno fue lo que le permitió describir las diferencias. En cuanto a los contratos de lectura, afirma que son consecuencias de toda una configuración de elementos significantes que se repiten.

Siguiendo esta línea, Rosaura de Abajo afirma que ambas revistas edifican imágenes y producen metáforas, no son representaciones exactas de la juventud. Son invenciones de formas que no conducen a la “verdad”. Por último, concluye que el joven construido en ambas revistas es el joven de la “moratoria social”. Un joven fuertemente exhibido, que experimenta el hedonismo y desarrolla actitudes narcisistas, con un marcado interés por el cuidado del cuerpo. La autora afirma que es un joven despolitizado, alejado de la lucha política y social, que consume las ofertas del mercado y no utopías. Su rebeldía se orienta hacia la vestimenta.

2.2 Investigaciones previas sobre revistas de rock

En cuanto a las investigaciones que tienen como objeto de estudio a las revistas de música, orientadas al rock es posible citar cuatro casos que servirán como

antecedentes de este trabajo. Juan Manuel Cibeira, en “La Biblia del rock” recorre la historia de la revista Pelo en primera persona, habiendo sido redactor y luego director, tras el forzado exilio de Daniel Ripoll. Por otro lado, Sebastián Benedetti y Martín Graziano hicieron lo propio con otro emblema de la prensa local, la Expreso Imaginario. Lo que comenzó siendo su tesis de grado en la Licenciatura en Ciencias de Comunicación la Universidad de La Plata, terminó publicándose como un libro, que ya lleva dos ediciones.

Por su parte, Gabriela Zabiuk, en su ensayo “Las revistas de rock en Argentina” repasa brevemente, pero no por eso de manera menos precisa, las publicaciones más importantes a nivel local. Mientras que, Leandro Donozo, en un exhaustivo trabajo documental, recopila y registra todas las publicaciones sobre música en nuestro país durante los dos últimos siglos en “Guía de revistas de música de la Argentina”.

2.2.1 “La biblia del rock (Historia de la revista Pelo)”, de Juan Manuel Cibeira

Juan Manuel Cibeira incursionó en el periodismo a partir de su gran pasión: el rock, ese nuevo movimiento artístico juvenil que afloraba en el mundo durante las décadas del ´60 y ´70. Comenzando como cronista, llegó ser el director de Pelo. Considerada dentro del ambiente rockero como “La biblia del rock” ocupó un lugar de gran importancia en la construcción de este movimiento a nivel nacional.

Cibeira escribe este libro desde su experiencia personal. Relata no solo la manera en que funcionaba la revista, sino que también se introduce en su experiencia dentro del movimiento rockero. Sin pretensión científica alguna, el autor recorre su memoria en busca de grandes historias que merecían ser contadas. Y lo hace ubicando a Pelo en el centro de la escena.

A través de las páginas de “La biblia del rock” es posible recorrer los comienzos de la revista, sus primeras notas, sus tapas y la manera en que fue concebida. El primer número, en febrero de 1970, tuvo a los hermanos Mc Cartney en su portada y desde ese momento se instaló en el sector social juvenil. Por primera vez, una revista publicaba imágenes de los artistas del momento, los instrumentos, los shows y los festivales de los que se tanto se hablaba y tan poco se sabía. Para Cibeira, aquel fue un momento en el cual había una necesidad de información sobre los grupos de rock

nacionales e internacionales, lo cual era suficiente para lanzar una revista de esas características. Los artistas admirados y tantas veces difíciles de encontrar, estaban ahí, al alcance de la mano y en un medio gráfico nacional. Comprar la revista, para este autor, era también una toma de posición frente al mundo, a la sociedad, a sus padres, a la música comercial y a todo lo que el rock se oponía.

Para demostrar este papel de pionero que tuvo la revista, a partir de distintas anécdotas, el autor realiza un recorrido histórico por esta etapa de efervescencia política y social, que tuvo su correlato en el ámbito cultural, con las expresiones artísticas que surgieron en la época, dentro de una sociedad aún retrógrada y conservadora, atravesada por constantes dictaduras militares. Para el autor, la juventud fue el motor de esos cambios y la Pelo fue uno de los mayores exponentes de ese momento.

Por otra parte, Cibeira relata la forma en la que trabajaban en medio de la dictadura. Para las Fuerzas Armadas, la revista era el órgano de difusión de los jóvenes rebeldes, que le daba espacio a los artistas declarados enemigos del régimen. Como respuesta, cuenta el autor, la empresa decidió mantenerse indiferente a las amenazas y seguir con su línea editorial a pesar de todo. Esta decisión le costó caro a la Pelo. En 1977 Daniel Ripoll fue secuestrado por los militares y puesto a disposición del Poder Ejecutivo unos meses más tarde. Este hecho marcó el fin de su rol como director y su forzado exilio.

Para Cibeira, la revista Pelo perteneció a una época y representó a una juventud determinada. Cuando esos jóvenes crecieron, y cuando los nuevos se acercaron a otras movidas culturales, la editorial a la que pertenecía decidió retirarla del mercado. *“Pelo podría haberse actualizado para ser una más de las que competían en el kiosco, pero afortunadamente se extinguió y pudo conservar la gloria de los tiempos idos”* (Cibeira, 2014: 24).

En su libro, Cibeira destaca al rock dentro del movimiento juvenil de la época. *“El rock se transformó en una fuerza histórica mundial genuinamente transformadora, porque representaba fielmente la sexualidad, la emoción y el instinto de la juventud”* (Cibeira, 2014: 22). En ese contexto, y durante dos décadas, la Pelo se convirtió en un referente dentro de las revistas juveniles. Según este autor, fue testigo y parte de ese crecimiento. La revista no solo informaba al público sobre las últimas novedades, sino

que también se convirtió en una fuente de referencia para aquellos músicos que querían saber cómo tocaban los instrumentos o disponían sus equipos las bandas del exterior que tanto admiraban.

A lo largo de este libro es posible reconstruir la estructura de la revista y las secciones - innovadoras en ese momento - con las que contaba. En sus primeros años, Pelo tenía una sección de crítica de discos, con la particularidad de que esos textos eran escritos por músicos locales que ya tenían un cierto reconocimiento dentro del ambiente. Por otro lado, la publicación siempre buscó generar un canal de comunicación con sus seguidores: “El correo de los lectores” se convirtió en una de las secciones más fuertes de la revista, en la que los jóvenes podían expresar sus opiniones y sentimientos. El director decidió rediseñarla y agregar “El correo de los sueños”, en el que los lectores podían contar sus pasajes oníricos.

Además incorporaron los “Avisos libres” que, agrupando varios rubros, permitía la comunicación entre los lectores. Se sumaron también, la venta de discos y cassettes, el ofrecimiento de clases, la búsqueda de músicos y la venta de instrumentos. La última propuesta incorporada en una nueva sección fue el “Hot Line”. Los lectores debían dejar un mensaje en el contestador del teléfono de la redacción y eso era escrito en la siguiente publicación.

Una vez al año se publicaba el “Libro del Año”, en el que la revista hacía un balance de lo sucedido durante los últimos doce meses. La publicación se realizaba en diciembre y contaba con varios artículos destacados. “La Encuesta Anual” era una de ellas, en la que el público elegía las bandas, solistas y discos del año. Los resultados eran analizados por los integrantes de la redacción de manera crítica, con ironía y humor.

“La Biblia del Rock” permite aproximarse al mundo interior de una de las revistas emblemáticas para pensar en la cultura rock y la juventud. Las historias que cuenta Cibeira respetan una misma estructura. En primer lugar, el relato detallado del hecho en cuestión, conocido por todos. Pero además el anecdotario suma, con una tipografía diferente, datos desconocidos, anécdotas o repercusiones del hecho que se cuenta. Es allí en donde se encuentra el valor agregado dado por un autor testigo de los hechos narrados.

El libro no tiene una estructura necesariamente cronológica paralelo a la historia de revista. Si bien las anécdotas han sido narradas de manera desordenada, a partir de la lectura de este texto, es posible reconstruir cuatro grandes ejes temáticos que lo atraviesan: “los orígenes y consolidación”, “rock y dictadura”, “retorno a la democracia y aceptación masiva del rock” y “grandes shows internacionales”.

2.2.2 “Estación imposible. Expreso imaginario y el periodismo contracultural”, de Sebastián Benedetti y Martín E. Graziano

“Estación Imposible” comenzó siendo la tesis de grado de los periodistas Sebastián Benedetti y Martín Graziano. En 2007 salió a la calle en formato de libro, editado por Marcelo Héctor Oliveri. Dentro del ambiente del periodismo de rock se convirtió en un libro de consulta fundamental para los amantes de la Expreso Imaginario y los curiosos sobre las temáticas relacionadas con la contracultura de los ´70. En 2016 fue reeditado por El Gourmet Musical, la editorial de Leandro Donozo, y fue recibido como una buena noticia por los medios especializados y los colegas.

El prólogo fue escrito por Sergio Pujol, un investigador platense especializado en la música popular. El libro se divide en cinco grandes capítulos. El primero de ellos, denominado “AE/DE (antes del Expreso)”, marca desde allí la mirada que los autores tendrán sobre la revista, ubicándola como una pieza fundamental dentro del periodismo especializado en nuestro país y, fundamentalmente, como una publicación que marcó un antes y un después. Los siguientes tres capítulos tienen que ver con las tres etapas en las que dividen la corta, pero rica, historia de la revista, teniendo en cuenta los tres personajes que pasaron por su dirección. Cierra con un “AE/DE (después del Expreso)”.

Este libro cuenta la historia de la Expreso Imaginario recorriendo su estilo, las temáticas que en ella se desarrollaban, sus periodistas y sus lectores. Realizando este recorrido la ubica en su contexto, dando cuenta del cuándo y el por qué se ha convertido en una publicación mítica. Enfocado en la historia de esta publicación, el libro funciona como un panorama de época. Siendo una revista nacida en plena dictadura militar, aunque la idea había surgido unos meses antes, Graziano y Benedetti desarrollan minuciosamente los hechos políticos, económicos y sociales que transcurrieron durante esos siete años y que influenciaron notablemente en la mirada

que tuvo la revista sobre la realidad. Describen los cambios en su historia, mostrando cómo se convirtió en un emblema del periodismo contracultural, para luego finalizar siendo “solo una revista de rock” (Benedetti, S. y Graziano M. E., 2016: 206).

El libro comienza con el recorrido de Pistocchi dentro del periodismo, primero en la Pelo como redactor y luego en la dirección de Mordisco. Los autores le otorgan un lugar de preponderancia a ese joven talentoso. Describen el paso a paso desde esa idea germinal hasta el frío 6 de agosto de 1976 en el que Expreso Imaginario llegó a los kioscos. Cuentan cómo se armó el equipo, cómo se conocieron entre sí sus miembros y la manera en que consiguió la financiación económica.

Graziano y Benedetti ubican a la Expreso entre los medios que no fueron condescendientes con las fuerzas militares gobernantes. La definen como una publicación contracultural, que se oponía al modo de vida imperante, tratando temáticas alternativas a la agenda mediática. *“Una serie de manifestaciones genuinas que, con poca información y mucha intuición, respondía a la tendencia cultural que se desarrollaba al margen del mainstream”* (2016: 24). Sus editoriales, a cargo de Pistocchi mientras cumplió su rol de director, eran una declaración de principios, pero sin decir todo, utilizando las metáforas para evitar la censura dictatorial. Eran su espacio para crear, sin bajar línea de manera directa, sino proponiendo caminos y visiones.

La Expreso buscaba ser más que una revista de rock. Si bien relataba todo lo que rodeaba este movimiento, tenía una agenda alternativa, coherente a las preocupaciones del movimiento hippie. Notas con contenido científico concreto, investigaciones sobre las consecuencias del uso de energía nuclear, la defensa de la naturaleza y el ecologismo fueron sus líneas editoriales más marcadas. Se oponían a la idea del progreso indefinido, reivindicando la vida en el campo, lejos de las contaminaciones de la gran ciudad. Además, defendían los derechos de los pueblos originarios, en medio de los festejos por el centenario de la Conquista del Desierto.

En la segunda etapa, con Pipo Lernoud en la dirección, comenzaría, para estos autores, la mutación lenta y silenciosa que alejaría a la Expreso Imaginario de sus comienzos y la llevaría a convertirse en una clásica revista de rock. Con una mirada más latinoamericanista, el financista fue ganando espacio en las decisiones sumariales e editoriales. Según Graziano y Benedetti, la Expreso se fue convirtiendo

en una revista conceptual: *“La valorización de la ecología, las prácticas artesanales y folclóricas, las problemáticas de los pueblos originarios y la vindicación del lugar de la mujer en la sociedad iban a confluir no solo en el territorio latinoamericano, sino también en cada uno de los reportajes”* (Benedetti, S. y Graziano M., 2016: 142).

La tercera etapa, bajo el comando de un joven Roberto Pettinato, es vista por los autores como el fin de la era “amateur-militante”. Ante un cambio de época, la revista profundizó su perfil musical, dejando de lado su mirada latinoamericanista y ecológica. Hasta llegar a su final, no solo porque Expreso Imaginario ya no era la misma, sino también por motivos económicos. En el capítulo **“AE/DE (después del Expreso)”** los autores describen los intentos por volver a publicar la revista, sin demasiado éxito y sin la estirpe inicial.

La historización es realizada de manera dinámica, utilizando distintas voces. Es completo y melancólico a la vez. La minuciosidad en la búsqueda de diversas fuentes les permitió no solamente recorrer los distintos números de la revista, sino también hablar con sus principales protagonistas y, encontrar en sus recuerdos, grandes anécdotas y reflexiones sobre sus pasos por la Expreso. Cada hecho narrado y cada análisis de contenido se encuentran sustentados por un fragmento de una nota de la revista o por la palabra de alguno de sus periodistas. Es una investigación certera, con la amplitud de fuentes y voces necesarias para lograr un recorrido pretencioso y sin fisuras metodológicas.

Más allá de la historización propiamente dicha, el libro se ancla sobre el eje “Triángulo de Comunicación”, desde el cual se realiza el análisis. Los autores afirman que se dieron tres lados entre los cuales se generó el fenómeno comunicacional. No solamente existía una relación entre la revista y los lectores de la misma, sino también de los lectores entre sí. En diferentes secciones se fomentaba esta triangulación, propiciando el espacio para que los lectores no solo opinaran sobre el contenido de la publicación sino también pudieran expresar sus pensamientos y sentimientos en un contexto de represión y censura. Y así se fomentaba la comunicación entre ellos. La sección “Rincón de los Fenicios” estaba destinada a la publicación de avisos de compra y venta y, principalmente, de mensajes para entablar vínculos personales. Como señalan los autores del libro, con el paso de los números, estas secciones fueron convirtiéndose en un foro de lectores, en los que se destacan la identificación y

el diálogo. Ese triángulo es el que guía toda la investigación haciendo eje en el repaso histórico de la revista.

2.2.3 “Las revistas de rock en la Argentina”, de Mariel Gabriela Zabiuk

En este ensayo, la profesora Mariel Gabriela Zabiuk recorre la historia del rock nacional a partir de las revistas que surgieron a partir del mismo y lo tuvieron como su temática central. Entrelazando el contexto político, social y cultural con el movimiento juvenil rockero, señala y describe su producción periodística. Afirma que apenas llegado el rock a nuestras tierras ya nacieron las primeras publicaciones que acompañaron el movimiento. Ciertos jóvenes, con un fuerte sentido de pertenencia hacia la nueva música, comenzaron a escribir sobre ella y generaron una nueva práctica cultural distinguible de las realizadas por otros grupos sociales.

El recorrido comienza con Pinap, a fines de la década de la ´60. Durante el mismo período surgieron Cronopios y La Bella gente, esta última con una mirada más enfocada en la música comercial, mostrando a los artistas de efímero estrellato entre los jóvenes. Zabiuk continúa su reseña con Pelo, que surgió en la década del 70. Dirigida por Daniel Ripoll, se oponía a los medios de comunicación masivos y a la fabricación de ídolos para la juventud por parte de éstos.

En esos primeros años, también surgieron revistas de paso efímero por los medios locales, como Estornudo, Roll y Rolanroc. Es en ese momento en el que apareció Expreso Imaginario, como un desprendimiento del proyecto Mordisco. La música era el contexto sobre el cual se trataron otras temáticas como la ecología o la política. Para la historiadora, no es una mera coincidencia que el período en que la revista fue editada coincidiera con la última dictadura militar. Destaca su importancia dentro del contexto represivo que vivía nuestro país. Considera que la Expreso recuperó el sentido originario y contracultural del rock, ya que se estableció como el lugar en el cual se manifestaba la disconformidad y planteaba una alternativa diferente. Cuando

La autora destaca a Pelo y Expreso imaginario como publicaciones fundamentales para la constitución de un campo cultural reconocible y reconocido por otros sectores de la sociedad. Zabiuk señala que, para conformar este campo, se debía diferenciar de otros “habitus” culturales y sociales donde primaba lo comercial y lo pasatista. La

historiadora cuestiona la tensión entre los ejes “verdadero/comercial” y “artístico/superficial”, que fue fundamental para la construcción de la identidad de las revistas y la definición de su público. A su criterio, aparece una contradicción en esta postura antisistema, ya que el rock ganó gran masividad a partir del éxito que obtuvo “La Balsa”. Para la autora, la Pelo fue fundamental en la creación del debate entre la música progresiva y la música comercial, por ser la primera que planteó esta división.

El recorrido histórico continúa con las revistas surgidas tras el retorno democrático. Prácticamente sola en un mundo masculino, Gloria Guerrero logró sobresalir con su columna en la revista Humor. El Porteño lanzó Cerdos y Peces, un suplemento dirigido por Enrique Symns. Fue el primero en incorporar relatos que tuvieran en cuenta a los sectores marginales, cuando el rock aun parecía ser exclusivo de las clases media y media alta. Publicaban notas que trataban sobre los abusos policiales, la homosexualidad, la prostitución y las drogas. También apareció Twists y Gritos. Mientras que Lernoud, Grinberg y Kleiman continuaron sus carreras en Cantarock. Surgieron también 13/20 y Caín, entre muchas otras revistas que tuvieron apariciones esporádicas, dirigidas por estudiantes secundarios y universitarios y gente ligada al rock, en la que los jóvenes buscaban espacios para expresar sus intereses.

Para los años ´90, la autora narra el surgimiento de nuevos proyectos periodístico con nuevos intereses. Por un lado, Revólver y Esculpiendo Milagros se encargaban de contar acerca del rock internacional que no tenía lugar en los grandes medios y la escena under local. Es en este momento en que fueron lanzadas las revistas que responden a licencias provenientes de diferentes lugares del mundo. La tensión entre independencia e industria que dio origen a las publicaciones locales, se hizo más manifiesta en esta etapa. Sostiene la autora que la industria y lo artístico están mezclados y esa mezcla influye en las publicaciones. Ese es el caso de Rolling Stone que, anteriormente, fue el símbolo de una postura contracultural del rock en los Estados Unidos y que, a partir de los ´80 se posicionó en el lugar de lo comercial, tanto en su país de origen como en el resto del mundo.

A pesar de esta relación entre industria cultural y revistas para jóvenes, la autora concluye que las distintas publicaciones siguen cumpliendo el rol de generadoras de identidades. Para ella, ésta es la causa del “*renacimiento de la prensa rockera*”. Según relata esta autora, desde el surgimiento del rock local, periodistas y músicos formaron parte del mismo movimiento. Las revistas de música no solo lo retrataron sino que

fueron parte fundamental dentro de él. Esto es justamente para la autora, lo que vuelve interesante el estudio de este tipo de publicaciones, debido a su valor fundamental dentro del campo.

2.2.4 “Guía de revistas de música de la Argentina”, de Leandro Donozo

Leandro Donozo realiza un exhaustivo trabajo de recopilación y documentación de datos acerca de todas las publicaciones relacionadas con la música en la Argentina desde 1829 hasta 2007. A partir de su tarea como investigador y coleccionista, el autor intenta rastrear los orígenes de estas publicaciones en nuestro país y comprender su papel dentro del campo cultural. Con ese objetivo, hace una enumeración enciclopédica en la que recupera más de 160 años de historia. Con este trabajo busca compensar el poco reconocimiento que tienen las revistas y otras publicaciones periódicas como insumo para la investigación, como herramienta que dé cuenta de los procesos culturales en una época determinada.

El valor documental de este trabajo está centrado en la enumeración enciclopédica de cada una de las revistas, en la que señala los datos más relevantes de cada una de las publicaciones. Con una breve introducción, describe su metodología de trabajo y señala la dificultad para investigar sobre esta temática. Sostiene que la hemerografía musical es un campo en el que, a pesar de tener poco desarrollo teórico, se pueden reconocer algunos antecedentes de su tarea, como por ejemplo “La historia de la música en la Argentina” de Vicente Gesualdo, “La música en revistas argentinas” de Pola Suárez Urtubey, el texto de Carmen García Muñoz, “Materiales para una historia de la música argentina. Las revistas musicales. Bibelot” y el estudio preliminar sobre “Boletín Musical”, de Melanie Plesch. Este último ha sido destacado por el autor por ser el primero que analiza en profundidad las características de una publicación periódica sobre música en nuestro país.

A la hora de delimitar su objeto de estudio, el autor elige la expresión “revista de música”, diferenciándose de otras similares como “revista musical”, “revistas sobre música” o “publicaciones periódicas musicales”, que pueden dar lugar a confusiones respecto a la especificidad del mismo. Donozo define como revista de música a aquella en la cual los textos sobre música (recitales, críticas de discos, entrevistas a músicos o publicación de partituras) ocupan un lugar de importancia dentro de la

publicación, así como para sus lectores, independientemente de que haya notas sobre otros aspectos del campo cultural o social. Una vez definido el objeto de estudio, Donozo realiza una pequeña clasificación de aquellas publicaciones que no tienen las características de una revista, pero que sin embargo cumplen las condiciones para ser incluidas dentro del mismo, porque la música ocupa un lugar predominante, como por ejemplo los cancioneros, los fanzines, los coleccionables y los reviposters.

La principal característica de esta guía es que está diseñada como un diccionario, ordenada alfabéticamente, con ciertos datos de cada una de las publicaciones como subtítulos, editorial, lugar de publicación y los colaboradores de la misma. Luego del índice alfabético, se encuentra una guía con la bibliografía disponible sobre revistas de música y crítica musical en la Argentina, incluyendo artículos en diarios, revistas especializadas y en libros. A continuación, aparece el listado de las publicaciones pero ordenadas por el año de su primera edición. Finalmente, hay una sección dedicada a los autores que escribieron en las revistas argentinas sobre música durante el periodo estudiado. La misma se organiza alfabéticamente con los nombres de los periodistas y la (o las) publicaciones en las que colaboraron.

Si bien este libro posee un objeto de estudio más amplio que el planteado en el presente trabajo, tiene un valor fundamental al recopilar todas aquellas revistas donde la música ocupa un lugar preponderante, tanto para sus editores como para sus lectores.

2.3 Investigaciones previas sobre la Rolling Stone

En este último punto serán reseñadas aquellas investigaciones que compartan objeto de estudio con el presente trabajo. Si bien la revista Rolling Stone es reconocida mundialmente, existen pocos estudios sobre la misma. En el plano internacional, las estudiantes españolas Carballo, Dominguez Hernandez y De Miguel Sanz analizan la revista que en su momento se editaba en su país, en relación con su edición de origen y los sitios web de las mismas. Lo hacen desde el punto de vista temático, estilístico y de contenido. En cuanto a la edición argentina, la Lic. en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Plata, Emiliana Balmaceda, ha estudiado esta publicación a partir de un corpus de publicidades, delineando así su lector modelo. Por su parte, el también licenciado Sebastián Panuzzo describe en su tesina para la carrera de

Ciencias de la Comunicación de la UBA las características de la llamada “Subcultura Rolling Stone”, un segmento de la juventud con determinados consumos culturales y de clase.

2.3.1 “Análisis de la revista y la web Rolling Stone edición España”, de María Fernanda Carballo, Irene Domínguez Hernández y Sandra de Miguel Sanz

En este trabajo universitario, las estudiantes españolas María Fernández Carballo, Irene Domínguez Hernández y Sandra de Miguel Sanz realizan una descripción del formato y diseño de Rolling Stone de su país. Abarcando un período entre el 2003 y 2007, analizan también el contenido generado en el sitio web de la revista. Por otra parte, realizan una comparación entre los números de julio de 2004 de las ediciones española y la estadounidense.

Parten de la premisa de que la Rolling Stone, específicamente la edición española, es “*una revista elitista dirigida a un público selecto*” (Carballo, M.F.; Domínguez Hernández, I. y de Miguel Sanz, S., 2010: 4). Señalan que el cambio de dirección de la revista propuesto como una estrategia empresarial de Prisa, el grupo económico al cual pertenece, generó una ampliación en el target de la misma desde su línea editorial. Bajo esas hipótesis es que realizan un análisis centrado en el formato, la tipografía y el logotipo de la revista, dejando de lado el contenido de cada una de las notas.

El trabajo comienza con una síntesis histórica de la revista en su edición estadounidense, describiendo los factores que la llevaron a consolidarse como un referente en el ámbito de la cultura juvenil. Aquí señalan la expansión internacional que ha tenido la marca, destacando que ciertas notas que aparecen en la edición estadounidense, gracias a su impacto e importancia, se replican en las demás ediciones a partir de las directivas que provienen de las oficinas centrales. Dejan en claro que la relación de Rolling Stone Estados Unidos con el resto de las redacciones es unidireccional y no existe feedback.

Las estudiantes señalan, además, los cambios en el formato de la edición española, sus características principales y las reacciones de los lectores frente las progresivas modificaciones. Luego realizan un análisis cuanti y cualitativo de las secciones de la

revista, de la presentación de las mismas, la calificación de los usuarios en los blogs - que ocupa un lugar de importancia dentro del trabajo - y la comparación con otras publicaciones que tratan la misma temática.

La edición impresa de España, según este trabajo, tiene una estructura camaleónica, en la que la presentación de las notas varía número a número, con ciertos rasgos de estilo que se mantienen. Las secciones se van estructurando a partir del contenido, de acuerdo con las temáticas desarrolladas durante ese mes. Además, periódicamente surge una nueva sección y desaparece otra.

Respecto a cuestiones formales de la revista (estructura y presentación), estas son analizadas a partir de la comparación entre las ediciones impresas de Estados Unidos y España del mes de junio de 2004. Las autoras analizan ambas tapas y su contenido, concluyendo que la edición española mantiene las investigaciones que han sido publicadas en su par estadounidense y existe un paralelismo entre algunas de sus secciones.

Al momento de analizar los sitios web, resaltan el hecho de que en España éste reproduce parcialmente los contenidos de la edición en papel, como una manera de estimular la compra del ejemplar en los kioscos. Mientras que la edición digital estadounidense incluye elementos que favorecen una mayor interacción con los lectores. Las autoras creen que el potencial de la edición digital de su país se está desaprovechado, al no ser un complemento de la edición gráfica sino una mera promoción de ella. En comparación con otros sitios de la marca en el mundo, las autoras afirman que la generación de contenido en la versión española continúa siendo escasa.

Por otro lado, analizan tanto cuanti como cualitativamente el diseño, formato, logo y tipografía, describiendo que el color y tamaño del logotipo de la revista dependen mucho del personaje que aparece en la tapa, siguiendo una tendencia histórica de la edición estadounidense, en la que la letra se adapta a algún rasgo del personaje que aparece en ella. En este trabajo se analizan también los números especiales publicados por la Rolling Stone durante el período analizado.

Por otro lado, las autoras describen la manera en la que la revista interactúa con los usuarios, sea a través del correo tradicional o utilizando las nuevas tecnologías. Las

opiniones de sus lectores frente a los cambios o el contenido, tiene un papel relevante dentro de la investigación. De hecho, toman citas de estas opiniones para argumentar sus premisas. La muestra tomada es absolutamente azarosa y no posee ningún rigor científico en su elección.

En cuanto a las conclusiones del trabajo, repiten que la edición digital de la revista española está desaprovechada, sobre todo en un contexto de disminución de la venta de ejemplares y de ampliación del consumo de internet. El trabajo de estas estudiantes universitarias españolas se encuentra atravesado por la valoración negativa que ellas mismas tienen acerca de la revista. Algunas de sus premisas son justificadas con argumentos de poco peso, como la opinión de un internauta. Por otro lado, el corpus es demasiado amplio y nunca llegan a utilizarlo totalmente. Al menos les es imposible plasmarlo por completo en la investigación. Parece faltarles un método cuantitativo de análisis que sea utilizado a lo largo de todo el trabajo. Sin embargo, la recolección del material ha sido meticulosa, encontrando hasta ejemplares históricos de distintos años y lugares del mundo. El análisis, por momentos, es bastante exhaustivo, mientras que en otros se vuelve superficial y no ahonda demasiado en el contenido de las publicaciones.

2.3.2 “Rolling Stone: La publicidad y sus lectores”, de Emiliana Balmaceda

En esta tesis de grado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Plata, Emiliana Balmaceda busca determinar qué características tiene el lector ideal de la revista Rolling Stone en su versión argentina. Para lograrlo, se centra en los rasgos estilísticos de un conjunto de publicidades que forman parte de los diferentes números de la misma. A partir de su análisis, intenta dar cuenta de las competencias que debe tener el lector tipo de Rolling Stone para poder comprender el mensaje publicitario y que, de esa manera, la publicación cumpla su función de estimularlo al consumo. La autora afirma que estas son competencias que han sido incorporadas previamente por el lector y que le servirán poder entender el sentido de las publicidades y sentirse interpelado por las mismas. Para lograr el objetivo propuesto en esta tesis, delimita un extenso corpus de publicidades. Muchas de ellas forman parte de la Rolling Stone desde los primeros números, mientras que otras que han sido pautadas esporádicamente.

El texto comienza con un recorrido histórico de la revista desde sus orígenes en los Estados Unidos a fines de la década de los ´60 hasta su desembarco en la Argentina, treinta años más tarde. Es una descripción breve, pero suficiente a los fines del trabajo. Señala, además, los criterios estéticos utilizados para la conformación de las tapas y los personajes que han aparecido en ellas. Balmaceda también tiene en cuenta la importancia que poseen las fotografías en las notas publicadas, siguiendo los lineamientos provenientes de la edición estadounidense. Por otra parte, resume la forma en que son estructuradas las secciones y da cuenta de las modificaciones de la redacción, así como la evolución del precio de tapa hasta el año 2008, momento en que fue presentado el trabajo.

En este punto es que Balmaceda define, a modo de hipótesis, el público lector hacia el cual está orientada la publicación. Señala que la Rolling Stone se dirige a jóvenes de entre veinte y treinta y cinco años, con ciertos intereses, competencias y habilidades.

A continuación, Balmaceda señala el marco teórico con el que trabajará. Para esto utiliza uno de los textos fundamentales en relación con el estudio de las publicidades y su relación con la imagen, enfocado en las características de los análisis denotativo y connotativo, que es “Retórica de la imagen”, de Roland Barthes. Allí, el semiólogo francés, señala que el mensaje publicitario es resultado de la unión de dos planos (expresión y contenido) y logra su cometido cuando el receptor comprende el significado global del mensaje.

La selección del corpus de avisos se encuentra justificada a partir de diferentes criterios. En primer término, la relación que las publicidades poseen con los diversos temas que aparecen tratados en la revista (rock, cine y literatura). Y por otra lado, la frecuencia con que aparecen determinadas marcas y su repetición a lo largo de los primeros años de la edición nacional. Finalmente también analiza anuncios que no se repiten con frecuencia en otros medios, lo que, para esta autora, da cuenta de que el lector de la revista Rolling Stone debe poseer un conjunto de competencias culturales especiales para poder entenderlas e identificarse con las mismas. Según Balmaceda, esas publicidades buscan una complicidad con el lector modelo de la revista.

Para justificar su elección de un corpus anclado en la publicidad, la autora señala que ésta es muy importante para Rolling Stone. En primer término, como cualquier

medio, la necesita para poder subsistir económicamente. En este caso particular, según señala Balmaceda, la publicidad cobra un valor fundamental en comparación con otras revistas. Es por eso que detalla en qué proporción aparecen a lo largo de los números que forman parte de su corpus: unas dos páginas en el inicio (entre dos y cuatro avisos) y luego, una página de contenido - sea entrevista, crónica o cualquier otro tipo de nota periodística - intercalada con una página de publicidad.

Realiza el análisis de las publicidades de las siguientes marcas: Vodka Absolut (en sus versiones Woodstock, Alverre, Revealed, Berlín, Buenos Aires, Homage, Groupies, Charly), seis anuncios de la radio Aspen Classic 102.3, siete publicidades de la marca de ropa Levi's, cuatro de la cigarrera Lucky Strike, tres de la cervecería Quilmes y cuatro de la radio Rock & Pop. Suma, en una sección denominada "Bonus track" a: Chiva's Regal, las señales de cable I-sat y MTV, Kosiuko y dos publicidades de la propia Rolling Stone, en la que se construye un metadiscurso de la revista, destacando su propia importancia en la construcción de la cultura rock y joven.

En cada uno de los análisis, realizados de manera separada uno del otro, la autora cita el número en el cual fue publicado, junto con la página, mostrando el lugar de importancia dentro de esa publicación. A la hora de realizar la descripción de cada publicidad utiliza los niveles de análisis propuestos por Umberto Eco. El semiólogo italiano señala cinco niveles de análisis. En primer término, el nivel icónico, que se relaciona con la literalidad de las cosas, en el que Balmaceda realiza una descripción minuciosa de los elementos que componen las publicidades. En cuanto al nivel iconográfico, atiende lo convencional, lo establecido en virtud de la costumbre. El nivel tropológico comprende las figuras retóricas. Por su parte, el nivel tópico comprende las premisas y lugares de argumentos. Y, por último, el nivel entimemático, corresponde a la articulación de las argumentaciones. La relación estrecha entre estos últimos hizo que fueran agrupados a los fines del análisis.

Finalmente, y luego de analizar dichas publicidades, la autora arriba a la conclusión de su trabajo delineando las competencias que el lector modelo de la Rolling Stone debe tener. Aclara en este sentido que la lectura de una revista no forma parte del "deber hacer", sino que es un consumo placentero. Es por eso que señala que son muchas las competencias que los lectores ponen en juego a la hora de comprender las significaciones de las publicidades, que exceden los límites del texto convencional. En primer término, reconoce el género publicidad. Por otra parte, no solo sabe leer el

idioma español, sino que también conoce las jergas de diferentes tribus y grupos sociales y puede comprender y reconocer otras lenguas. Además, el lector, posee determinadas competencias culturales que tienen que ver con los hábitos de la historia ciudadana argentina y de las europeas y norteamericanas. Señala que es joven, que conoce las conductas y comportamientos de ser joven y es un lector básicamente urbano. Por otro lado, Balmaceda concluye que es un lector que tiene conocimientos sobre todo aquello que tiene que ver con lo musical, especialmente de la segunda mitad del siglo XX e ideológicamente es progresista, transgresor y sin prejuicios.

Teniendo en cuenta que esta es una de las pocas investigaciones que comparte objeto de estudio con este trabajo, cabe señalar, una discordancia de tipo estructural. Aunque parezca obvio, es necesario resaltar que el discurso publicitario no es generado por la propia revista. Si bien, cuando una empresa decide publicitar en un determinado medio de comunicación tiene en cuenta el lector modelo de la misma, no es el único motivo por el cual lo hace. Resulta inocente pensar que las publicidades solo responden a esta cuestión, sin tener en cuenta las relaciones comerciales que la empresa publicitada pueda tener con el grupo mediático y sus intereses económicos en relación con esto. Por otro lado, la selección del corpus, más allá de la justificación de la autora, parece ser bastante arbitrario y sin un rigor demasiado marcado. En cuanto al análisis, es exhaustivo y detallista a la hora de contar cada una de las publicidades, pero eso mismo lo vuelve repetitivo, porque muchos de los avisos estudiados poseen rasgos en común.

2.3.3 “Subcultura RS. Esto ya no es rock. La disputa cultural en el rock argentino y la construcción de una cultura joven legítima a partir de la revista Rolling Stone”, de Sebastián Pannuzzo

En esta tesis de grado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, Sebastián Pannuzzo describe la manera en que la cultura dominante del rock argentino busca legitimarse a través de la marca Rolling Stone. Así se diferencia del rock chabón e impone una “moda rockera” bajo los parámetros del mercado para resistir a esta subcultura proveniente de los sectores populares. La hipótesis principal es que la cultura rock dominante se opone a la cultura rock chabón, utilizando una marca reconocida internacionalmente como Rolling Stone como modo de mantener su lugar de privilegio dentro del campo simbólico. Esta revista construye un lector ideal con acceso a determinadas competencias culturales y

que posee determinado nivel de ingresos para consumir los productos que en ella aparecen.

Para comprobar su hipótesis de trabajo toma un corpus de revistas de acuerdo a dos períodos históricos. El primero, durante el lanzamiento de la edición local en 1998, en pleno gobierno menemista y el segundo, durante los últimos meses del gobierno de Fernando de la Rúa y los primeros de Eduardo Duhalde. Pannuzzo describe en ambos períodos el pasaje de una revista de cultura joven a una revista de consumo joven.

Según este autor, la edición argentina de Rolling Stone busca negar otras expresiones sobre el rock, ubicándose en “la pirámide de la subcultura rock”. Esta pertenencia a una subcultura la relaciona con el concepto de habitus, desarrollado por Pierre Bourdieu. Para Pannuzzo pertenecer a una cultura joven implica pertenecer a un habitus.

Pannuzzo define a la Rolling Stone argentina como una “revista de consumo joven”. Esto es así ya que se dirige a un sector juvenil que cuenta con cierto poder adquisitivo para consumir lo que se vende en las publicidades. Por otra parte, sus lectores poseen determinadas necesidades culturales que le sirven para distinguirse de sus pares. En este sentido, describe los rasgos del lector ideal de la revista Rolling Stone, haciendo eje en el dominio de determinadas competencias culturales. Pannuzzo introduce al lector ideal de Rolling Stone dentro de un segmento de mercado, el de los jóvenes de dieciocho a cuarenta años, de clase media o media alta, con educación universitaria y conocimientos del idioma inglés.

Según el análisis realizado por Pannuzzo, la revista legitima el consumo de determinados productos como condición para poder acceder a esa subcultura Rolling Stone. Detalla tres consumos: el consumo de productos onerosos, el consumo de productos musicales legítimos y la naturalización del consumo de drogas. El autor sostiene que la revista le habla a sus lectores como consumidores, porque se dirige a la juventud desde el punto de vista etario, relacionado a las exigencias del mercado.

Por otra parte, el autor utiliza el concepto de representaciones sociales como un complemento al de consumo cultural. Destaca las representaciones que la revista construye en torno al consumo de drogas. Sin caer en la apología, la representa como algo natural, que potencia la creatividad. En un contexto de marcada movilización

política y social, Pannuzzo señala la manera en que se representan las cuestiones relacionadas con la política. Los políticos aparecen señalados como adultos que realizan mal su trabajo, ya sea por corrupción o por ineptitud. Se produce, desde la cultura joven, una crítica a la clase política llegando incluso a agredir la figura presidencial.

Para finalizar su análisis, Pannuzzo introduce a Mario Pergolini como personaje paradigmático de Rolling Stone en las dos etapas estudiadas. Luego de analizar las dos ediciones en las que fue entrevistado, afirma que el conductor comparte ciertos rasgos con el lector ideal de la revista, representando al eterno adolescente rebelde, que gusta de las nuevas tecnologías y que es empresarialmente exitoso. Agrega que dentro del corpus elegido, muchas de sus empresas y emprendimientos son publicitadas en la revista.

El autor concluye que Rolling Stone se constituye como la revista de la cultura dominante que surge como contrapuesta al rock chabón, de origen popular. Es la vocera de una cultura dominante legítima dentro del rock, con determinados rasgos de estilo. Además construye una subcultura, con un lector modelo perteneciente a una burguesía con estudios universitarios, que gusta de los artistas internacionales y con los ingresos suficientes para poder consumir los productos que aparecen publicitados en cada edición. El consumo es la variable de análisis a través de la cual los “jóvenes RS” construyen su legitimidad como la cultura dominante dentro del rock argentino y se diferencian de otras subculturas juveniles.

2.4 Resumen del estado del arte: similitudes y diferencias

Teniendo en cuenta los trabajos reseñados anteriormente, en este apartado se describirán los puntos en común y las diferencias de los mismos respecto al presente trabajo, en cuanto sus objetos de estudio y las metodologías adoptadas. En primer término, la tesis de Rosaura de Abajo posee un objetivo similar, al analizar la manera en que las revistas Para Teens y Rebelde Way construyen a los adolescentes a partir de su contenido. Si bien su enfoque es predominantemente semiótico, la teoría de los discursos sociales servirá de anclaje para el presente trabajo. En ese sentido, el marco teórico es similar. Sin embargo, esta autora realiza un análisis comparativo de dos

publicaciones, mientras que esta tesis se enfocará en una revista. Muchas de sus herramientas metodológicas serán compartidas.

Por otra parte, los textos de Zabiuk y Donozo presentan un objetivo diferente al del presente estudio. En ambos casos, a pesar de sus diferencias, buscan ordenar e historizar revistas de música de nuestro país. El trabajo de Zabiuk, a pesar de su brevedad, sirve para entender de qué manera las revistas para jóvenes y en especial, las revistas de rock, construyen su identidad y qué ejes tienen en cuenta. Mientras que el libro de Donozo es una completa recopilación enciclopédica, de la que serán utilizados sus definiciones y criterios a la hora de clasificar las revistas.

En cuanto al libro de Juan Manuel Cibeira, es un anecdotario, basado en la memoria de su autor. No tiene pretensión científica alguna y su objetivo es claramente repasar la historia de la revista Pelo. Por su parte Graziano y Benedetti realizan un análisis predominantemente histórico junto con el de contenido. Si bien caracterizan la juventud de la época, no lo hacen a partir de las representaciones que la Expreso imaginario realizaba de ésta.

Por último, es necesario plantear las similitudes y diferencias de esta investigación con aquellas que comparten objeto de estudio. En cuanto a las estudiantes españolas, su trabajo está orientado al análisis de la estructura de la revista, pero no a los discursos que en ella se producen. En el presente trabajo, ambos enfoques se tendrán en cuenta para analizar las representaciones de la juventud en la revista Rolling Stone argentina. Otra diferencia metodológica es que el análisis será en producción y no así en recepción. La opinión de los lectores y sus críticas no serán tenidas en cuenta, quedando fuera del objetivo del trabajo. Por otro lado, se utilizará un corpus más acotado pero con una mayor sistematización de los datos obtenidos cuantitativamente.

Por otro parte, el enfoque de la tesis realizada por Emiliana Balmaceda es similar pero con una perspectiva diferente. Ella analiza las publicidades de la revista para dar cuenta del lector modelo. En este caso, los lectores, clasificados como jóvenes, serán el punto de partida para realizar el análisis. Por otro lado, no será tenido en cuenta el contenido publicitario ya que es el único discurso de la revista que no es producido por ella.

Por último, la tesis de Pannuzzo cuenta con puntos de contacto, pero también con una perspectiva diferente. Si bien utiliza el concepto de representaciones sociales es un eje secundario que le permite desarrollar su objetivo principal. El autor analiza la

construcción de una subcultura Rolling Stone a partir de los discursos de la revista y este concepto sociológico le permite también construir el lector modelo de la misma. Por otra parte, él define la juventud en términos etarios y con una mirada orientada al consumo de este grupo. En cambio, en este trabajo la juventud será pensada a partir de una construcción socio-cultural de la misma, independientemente de las cuestiones biológicas.

Con lo dicho anteriormente, analizar las representaciones que la Rolling Stone construye sobre la juventud presenta una nueva mirada en los estudios científicos realizados sobre la revista. Por otra parte, el marco teórico así como la metodología utilizada presentan ciertas novedades respecto a sus precedentes. La triangulación metodológica entre los métodos cuanti y cualitativos permitirá realizar un análisis de contenido y discursivo, lo que será un nuevo enfoque para dicho objeto de estudio.

3. Desde el margen. Marco teórico

El análisis acerca de la manera en la que se representa la juventud en la edición nacional de la revista Rolling Stone se realizará a partir de diferentes lineamientos. En este sentido, el marco teórico es posible dividirlo en dos ejes. En primer término se definirán los conceptos que servirán de marco para esta investigación, que son el punto de partida desde donde se ancla este análisis. La noción de juventud será definida de manera tal que sirva de encuadre para este trabajo, teniendo en cuenta la variedad de definiciones, construcciones teóricas y variables sociológicas que existen para delimitar este concepto. Por otro lado, se presentará un breve relato sobre los medios de comunicación, desde una perspectiva crítica, negando todo tipo de objetividad de los mismos. Este pensamiento sirve de contexto para pensar las representaciones sociales que estos realizan. Pensar los medios de comunicación de esta manera significa entender que construyen una realidad a través de su contenido.

Por otra parte, se encuentran los lineamientos que hacen al análisis en sí. El concepto de representaciones sociales será tenido en cuenta partiendo de las concepciones de Moscovici, siguiendo principalmente con Jodelet y Raiter. Con variaciones en las definiciones y las aplicaciones del concepto según el campo de estudio, esta noción dará cuenta de los mecanismos que utiliza la Revista Rolling Stone en su edición argentina para construir la juventud. Por último, “La teoría de los discursos sociales” proporcionada por Eliseo Verón acompañará esta conceptualización. Ambas serán las nociones principales a partir de las cuales se podrán en relación los datos obtenidos a partir de técnicas cuantitativas y se enfocará el trabajo en su análisis discursivo.

3.1 Juventud

No existen grandes acuerdos acerca de la noción de juventud y aparecen grandes debates en torno a este concepto. Esto no quiere decir que se deba caer en el relativismo, dejando de lado la posibilidad de arribar a una definición concreta. El único acuerdo radica justamente en la dificultad a la hora de definirlo y en la imposibilidad de reducirlo simplemente a una cuestión etaria y biológica. La categorización a partir de este criterio es imprecisa y sus límites, borrosos. Taguenca Belmonte (2009: 165) hace foco en la falta de un acuerdo académico internacional acerca del rango de edad que

delimita a la juventud y sus justificaciones acerca de cada elección. En términos prácticos, esto trae aparejado ciertas dificultades a la hora de proponer e implementar políticas públicas destinadas a estos sectores. No es solo una problemática teórica, sino que también trae sus consecuencias en las prácticas concretas. De todas maneras, resolver estas cuestiones tampoco reduciría la complejidad acerca de esta noción.

Siguiendo esta misma línea y definiendo la categoría de juventud por lo que no es, diversos autores la colocan en contraposición a la adultez. La juventud es prácticamente un momento para sumar de experiencias, un paso previo hacia una nueva etapa de la vida, un momento de aprendizaje. En una sociedad en la que se producen luchas de poder, el adulto es pensado como la fuerza dominante, relegando al joven al lugar de dominado. Y es justamente por eso que su producción cultural es encasillada como contracultura. María Eugenia Villa Sepúlveda (2011: 151) señala en este sentido, que *“[...] la condición juvenil está inmersa en las relaciones de poder social que se configuran y que configuran las sociedades humanas”*. Continúa: *“La condición juvenil como proceso social, que genera una condición de subordinación frente a la condición adulta, se construye socialmente en las disputas que suceden, en las sociedades, para construir situaciones de dominación en el marco de unos ordenamientos sociales que especifica la política”* (Villa Sepúlveda, 2011: 151). Desde esta perspectiva no existe la posibilidad de igualdad y da lugar a la marginalidad. De esta manera se construye la juventud como potencia de lo que será en el futuro, cuando llegue a la adultez, negando toda posibilidad de ser en el presente. Esta dicotomía no aporta grandes soluciones y genera nuevas preguntas e inconvenientes. ¿No puede construir la juventud su propia identidad? ¿Existe una oposición como tal entre los jóvenes y los adultos?

La misma Villa Sepúlveda (2011: 149), retomando a Margulis, señala que: *“el concepto juventud no está adscrito a un criterio demarcado por la edad o por el tiempo vivido por una individualidad, dado que la edad, como criterio de orden biológico que corresponde a los ciclos de la naturaleza para definir la juventud, es desbordada y afectada por la complejidad de significaciones sociales que implica el significante social juventud que, como se ha escrito, hace referencia a una condición social”*. Entonces, la juventud como tal posee una significación social y cultural, enmarcada en un contexto socio-histórico. Su conceptualización no pertenece al mundo de la naturalidad, sino que es una construcción social.

La juventud es un concepto histórico, que no debe ser categorizado con respecto a la edad. En este sentido, algunos autores introducen la noción de “moratoria social”. Esta da cuenta de una posibilidad que tienen los jóvenes de sectores medios y altos de relegar su paso a la adultez, *“de postergar su ingreso a las responsabilidades de la vida adulta”* (Margulis, M y Urresti, M., 1996: 2). En otras palabras, los jóvenes pertenecientes a estas clases tienen la posibilidad de estudiar y formarse profesionalmente, de casarse y tener hijos más tardíamente, mientras que los sectores populares pasan de la niñez (o la adolescencia) a la adultez casi de manera inmediata. La necesidad de conseguir un empleo tempranamente imposibilita el acceso a esa moratoria que da la juventud. El problema de esta definición es que hace foco en tan solo una de las cuestiones que afectan a esta categoría: la cuestión de clase. Corre el riesgo de caer en un determinismo por el cual ya no haya posibilidad de escape de acuerdo a la clase social.

Margulis y Urresti (cf. 1996:4) problematizan acerca de un concepto complementario, que es el de la “moratoria vital”. Relacionándose con esta oposición entre adultez/juventud, la moratoria vital permite pensar a la juventud como *“un período de la vida en la que se está en posesión de un excedente temporal, de un crédito o de un plus [...]”*, de un capital temporal (Margulis, M. y Urresti, M., 1996: 4). Ser joven es estar alejado de la muerte, es tener la sensación de invulnerabilidad, despojado de inseguridades y la posibilidad de que el mundo se presente abierto a nuevas experiencias sin los recuerdos de las generaciones anteriores. La muerte es algo lejano, así como también la enfermedad y la vejez. Por su parte, los no jóvenes acumulan experiencia, pero también se acercan cada vez más al final de sus vidas. Esta categorización, si bien no es incorrecta, deja de lado muchísimas variables que merecen ser tenidas en cuenta.

Más allá de las salvedades ya señaladas, estas dos últimas definiciones permiten introducir dos categorías y dar respuesta a ciertas cuestiones que tienen que ver con el objetivo de este trabajo. A partir de estas moratorias es posible hablar de jóvenes no juveniles y de no jóvenes juveniles. Y aquí salta a la luz otro de los motivos por los cuales enfocar la juventud en una cuestión etaria es ciertamente miope. La juventud no puede pensarse simplemente de manera biológica y utilizando esa categorización para dar respuesta a todo. La juventud “es más que una palabra”¹², es un concepto

¹² Así lo afirma el título del texto escrito por Margulis y Urresti (1996): “La juventud es más que una palabra ¡Error! Marcador no definido”.

que trae consigo ciertos debates y diferentes posturas. Es un concepto ciertamente social y cultural. *“La condición de juventud, en sus distintas modalidades de expresión, no puede ser reducida a un solo sector social o ser aislada de las instituciones, como si se tratara de un actor escindido, separado del mundo social, o solo actuante como sujeto autónomo”* (Margulis, M. y Urresti, M, 1996: 10).

Por otra parte, la juventud se ha convertido en mercancía a partir de su valor simbólico. Margulis y Urresti (1996) señalan que la juventud también significa un producto y, por lo tanto, sus atributos pueden ser comercializados. Son sus condiciones externas lo que lo convierte en un objeto de la estética. *“La juventud-signo se transforma en mercancía, se compra y se vende, interviene en el mercado del deseo como vehículo de distinción y legitimidad”* (Margulis, M. y Urresti, M.; 1996: 3). Al ser una mercancía, la juventud puede ser comprada por los adultos para extender en el tiempo su capacidad para portarla. En constante relación con el concepto de moratoria vital, estos delineamientos teóricos serán retomados en el análisis propiamente dicho, siendo un anclaje fundamental a la hora de pensar la manera en que la Rolling Stone representa a la juventud.

Para poder analizar los rasgos de la juventud construida por la edición nacional de la revista Rolling Stone, es necesario arribar a una única definición a partir de las nociones ya señaladas. Pero sin dejar de lado el interesante debate que se produce a partir de la postura de diferentes autores que tratan el término juventud desde ópticas similares y disímiles a la vez. Queda claro entonces que la juventud es una condición que ha sido históricamente construida. Tiene una base en cuestiones etarias y biológicas pero no se agota allí. Dependen también de la clase social, el marco institucional y el crédito vital. Esta condición social e histórica se articula en función de la edad, de acuerdo con la experiencia vivida, en un contexto social determinado. Así lo resumen Margulis y Urresti (1996: pp. 4): *“Ser joven, por lo tanto, no depende solo de la edad como característica biológica, como condición del cuerpo. Tampoco depende solamente del sector social a que se pertenece, con la consiguiente posibilidad de acceder de manera diferencial a la moratoria, a una condición de privilegio”*.

La juventud será tenida en cuenta en el presente trabajo desde un punto de vista social y cultural, como un modo de vida, más allá de las cuestiones etarias. A los condicionantes sociales deben sumarse las imágenes culturales, los ritos y valores

asignados a los jóvenes en un universo simbólico que lo configura en sus elementos materiales e inmateriales. Ser joven significa parecerlo, tener una actitud juvenil de acuerdo con sus consumos culturales. Es estar alejado de la muerte, es sentirse joven. Teniendo en cuenta esto, en suma con lo señalado anteriormente, es que se tomará esta noción de juventud para analizar la manera en que ésta es construida en la revista Rolling Stone en su edición nacional en un período delimitado.

3.2 La construcción ilusoria de la objetividad en los medios masivos de comunicación

Para analizar las representaciones de la juventud en la revista Rolling Stone es necesario tener como punto de partida una concepción de los medios de comunicación desde una perspectiva crítica a partir de las ciencias de la comunicación, resaltando su imposibilidad de ser objetivos. A principios del siglo pasado el periodismo se posicionó en el lugar de la información, dejando relegada la opinión a una sección particular y ocultando sus condiciones de producción. Se han mostrado como objetivos e independientes, escondiendo las representaciones que fehacientemente construyen. Diversos son los autores que han señalado que la noticia es un relato sobre la realidad y no un reflejo, como los medios intentan posicionarse. Como Miceli, Albertini y Giusti (1999: 12) afirman: *“los medios como institución son los que se manifiestan como las entidades informadoras objetivas de lo que pasa en la realidad”*.

La objetividad de los medios de comunicación - noción anclada en el sentido común - es un mito como tal. A pesar de las críticas que ha recibido sigue siendo un posicionamiento hegemónico que sostiene el modelo liberal de la prensa burguesa. La noción de objetividad periodística parte del supuesto de que la realidad objetiva existe independientemente del sujeto y que el periodismo simplemente refleja esa realidad. Deja de lado la construcción de esa realidad que el periodismo realiza a partir de un producto discursivo. El teórico sobre la comunicación Rodrigo Alsina (1989: 176), retomando a Bechelloni sentencia: *“La objetividad, en su versión liberal-burguesa, es un mito, una mentira subjetiva travestida”*.

Entender que los medios de comunicación construyen la realidad es el punto de partida necesario para poder observar las representaciones en uno de ellos. Son dos cuestiones que se encuentran interrelacionadas. Para utilizar este concepto tomado de la sociología con el fin de realizar un análisis de un medio de comunicación es necesario concebir la información que en ellos aparece como una construcción social

de los hechos y no como un reflejo de tales. Es un punto de partir desde el cual se desprenden las nociones de representaciones y de producción social de sentido que serán los conceptos-áncla del presente trabajo.

3.3 Representaciones sociales

El concepto fundamental que hace al objetivo de este trabajo es el de representación social. Para poder dar cuenta de la manera en que la versión argentina de la revista Rolling Stone construye la juventud, es necesario entender este concepto y repasar las diferentes nociones acerca del mismo que han trabajado distintos autores. Moscovici ha sido el primero en dar una definición, desde el marco de las ciencias sociales, entendiéndose como un *“corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad”* (Cuevas, 2008: 3). Los seres humanos le dan sentido al mundo que los rodea, lo interpretan y esto le permite la relación con los demás miembros de la comunidad. Todo este proceso lo llevan a cabo sin ser conscientes de ello.

Heredero de la tradición sociológica de Durkheim, Moscovici utiliza el concepto de representaciones sociales para dar cuenta de una construcción en la que participan el objeto de referencia, la creatividad del sujeto, el grupo al que pertenece y las reglas y normas que lo rigen para que dicha representación esté o no habilitada. La complejidad de esta herramienta hace que no se puedan distinguir a simple vista el proceso en el cual se construyen, ya que el analista, como miembro de la sociedad, está inmerso en la construcción y selección de algunas representaciones por sobre otras.

Para Denise Jodelet (1986: 474), las representaciones sociales son el punto donde se intersectan lo psicológico y lo social y las define por lo tanto como *“una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio designa una forma de pensamiento social”*. Añade que *“constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, comprensión y dominio del entorno social, material e ideal”* (Jodelet, 1986: 474). Para la autora, las representaciones son el resultado de procesos sociales que construyen significados sobre una imagen o un concepto y que indican cómo los integrantes de la

sociedad deben comportarse o pensar frente a ellos. Es una representación de algo y de alguien el resultado de un proceso en el cual se establece una relación con el mundo y con las cosas.

Por otra parte, Moscovici, que buscaba estudiar el grado de penetración del psicoanálisis en la sociedad francesa de los años ´50, afirma que las representaciones sociales funcionan a través de dos procesos que transforman el conocimiento en representación colectiva: la objetivación y el anclaje. La primera consiste en la selección de los elementos y su naturalización, lleva los hechos a un esquema conceptual y los asemeja a un elemento de la vida. En términos de Moscovici (1979: 75), *“los signos lingüísticos se enganchan a estructuras materiales (se trata de acoplar la palabra a la cosa)”*. Los conceptos abstractos se materializan en algún tipo de experiencia concreta, como menciona Vergara Quintero (2008: 66): *“el SIDA se materializa en la homosexualidad, los locos en el manicomio y la salud en la clínica”*.

Por otro lado, el anclaje sirve para ligar la representación social con el marco de referencia de la comunidad en la cual se despliega, para entender la realidad y actuar sobre ella. La primera dimensión del anclaje es la inserción de la nueva representación en un marco preexistente. La segunda es la instrumentalización, que permite a los miembros de un mismo grupo comprender los eventos, las personas y a los demás grupos. Le sigue la dimensión de la clasificación, que sirve para ordenar el entorno y facilitar su comprensión. Finalmente, la dimensión de categorización social que implica la identificación como miembro de un grupo y su diferenciación de los integrantes de otros grupos.

Por su parte, Jodelet sostiene que el anclaje se refiere a la integración cognitiva del objeto que se representa dentro de un sistema de representaciones preexistente. Es un proceso complementario al de la objetivación, ya que es la inserción del concepto dentro de un pensamiento ya previamente constituido. Es la fase en la cual se complementa con la objetivación para cumplir las funciones de la representación: *“función cognitiva de integración de la novedad, función de interpretación de la realidad y función de orientación de las conductas y relaciones sociales”* (Jodelet, 1986: 486). Al mismo tiempo, los cambios culturales inciden en los modelos de pensamiento y generan cambios en las representaciones. De esta manera, conceptos rechazados en un momento histórico pasaron a ser aceptados en otro diferente, comprendidos y hechos propios por el grupo social.

Diversos autores, tomando esto como punto de partida, han problematizado acerca de este concepto. Martín Mora (2002: 7) toma la definición de representaciones sociales de Moscovici y la utiliza para dar cuenta de su aplicación en una variedad de ámbitos. Resume el concepto como *“el conocimiento de sentido común que tiene como objetivos comunicar, estar al día y sentirse dentro del ambiente social y que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social”*.

En relación a la manera en que la prensa construye representaciones sociales, el ensayo realizado por Yazmín Cuevas Cajiga (2006) analiza la manera en la que circulan las representaciones sociales sobre el sistema educativo mexicano en la prensa de ese país. En este sentido, la autora concluye que los medios proporcionan información y puntos de discusión en la vida cotidiana. Si bien el objeto de estudio de este texto difiere del planteado en este trabajo, da una pauta de cómo los medios juegan un papel fundamental en la construcción de las imágenes sobre la vida social que rigen el comportamiento y las formas de pensar. Es este punto el que muestra la importancia que tiene el análisis de las representaciones sociales en los medios de comunicación específicamente, ya que ellos son un eslabón fundamental en la construcción de la realidad.

Tal es así, que para Alejandro Raiter, los medios construyen un lugar de omnipresencia que les permite establecer la agenda. La agenda son las *“representaciones activas en un momento dado”* (Raiter, 2010: 16), las creencias que son determinantes en la vida cotidiana de una comunidad e incitan a sus habitantes a actuar de determinada manera. Al ser uno de los grandes generadores institucionales de representaciones - junto al sistema educativo -, los medios de comunicación conforman una imagen de sí mismos a partir de una imagen - también construida - de sus audiencias. El autor lo denomina el *“discurso de los medios”*. Ambas representaciones son inexactas, aproximadas y no dan cuenta de la realidad de los sujetos, debido a la complejidad para abordarlos a todos ellos, entre otros motivos por su tamaño y diversidad.

En cuanto al concepto de representaciones sociales, Raiter (cf. 2010:1) las define como imágenes mentales que se construyen sobre algo no mental y que percibimos de alguna manera: *“Representación refiere a la imagen (mental) que tiene un individuo cualquiera, es decir, un hablante cualquiera de cualquier comunidad lingüística, acerca*

de alguna cosa, evento, acción , proceso no mental que percibe de alguna manera” (Raiter, A., 2010:1). Las representaciones generan creencias y esas creencias son la base a partir de la cual se entienden los estímulos posteriores.

Este autor agrega una perspectiva novedosa e interesante. Aborda este tema a partir del lenguaje y el sentido común. El lenguaje es una herramienta que sirve para construir y modificar el mundo, debido a que es un poderoso transmisor de creencias. En síntesis, la transmisión de las representaciones sociales no se hace sino a través del lenguaje. Y no es posible transmitir otra cosa que no sea nuestro propio sistema de creencias, es imposible transmitir algo que no tengamos almacenado previamente. Para el autor, las representaciones naturalizan nuestras conductas a través del lenguaje: *“nos parece normal, habitual y natural conversar diariamente de lo que conversamos, hablar de lo que hablamos, hacer lo que hacemos, comprar lo que compramos, divertirnos como nos divertimos, consumir lo que consumimos”* (Raiter, 2010: 9).

Por tal motivo, Raiter sostiene que nuestra vida cotidiana está afectada por las representaciones y que sus contenidos no son neutros ni mucho menos. Las decisiones que tomamos son siempre mediadas, no desde los hechos o los objetos que nos hayan sido dados “naturalmente”, sino desde una mirada del mundo que tiene consecuencias en la vida de la comunidad, tanto en su conjunto como en la vida individual de sus miembros.

Siguiendo esta línea, la investigadora colombiana Vergara Quintero (2008) considera que las representaciones sociales no solo ayudan a construir la realidad sino que también incitan a la acción. Sirven para poder reaccionar y realizar acciones en un sentido u otro. Son una guía de acción y marco para leer la realidad, con una alta relevancia para abordar los problemas sociales. Esta mirada teórica es complementaria a la propuesta por Raiter y no se queda solamente en el plano de lo discursivo sino que avanza hacia las acciones, teniendo en cuenta el lenguaje y el sistema de creencias. Señala la forma en que las personas se relacionan entre sí y con la comunidad en la que viven, consecuencia de la interacción con los discursos que circulan en el espacio público y que son socialmente válidos y reconocidos por todos.

“Mi interés en abordar el tema de las representaciones sociales se relaciona con el convencimiento de que son guía de acción y marco de lectura de la realidad. Son significaciones que permiten interpretar el curso de los acontecimientos y las actuaciones sociales. Expresan las relaciones que las personas mantienen con el mundo y con los otros” (V. Quintero, 2008: 62). Es por eso que la autora afirma que las representaciones sociales sirven para aprehender sobre el mundo en el que vivimos y la manera en que nos comunicamos con los demás. Las personas se influyen unas a otras a partir de las representaciones construidas colectivamente, y a partir de allí, le dan sentido a sus mitos y creencias. Como dice Vergara Quintero (2008: 59): *“las representaciones sociales son una construcción sociocultural cuyos contenidos son influidos por procesos emergentes en la sociedad, influyendo en la realidad, y se refieren a imágenes y modelos que explican algún fenómeno relevante para un grupo social determinado”.*

Vergara sostiene que las representaciones sociales se forman a partir de la combinación de nuestra experiencia y las informaciones que recibimos a través de un acervo cultural previo a nuestra existencia en la sociedad. Estas informaciones se transmiten y amplían a través de mecanismos como las tradiciones, la educación, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, siendo éstas últimas un nuevo modo de conservar y pasar a las nuevas generaciones las experiencias vividas en décadas o siglos anteriores. Sin importar la modalidad, las representaciones buscan responder las preguntas sobre el mundo y saber lo que significan los nuevos conocimientos y descubrimientos para nuestras vidas. Las representaciones se construyen a partir de las posiciones sociales que ocupan los sujetos dentro de la comunidad.

3.4 Semiosis social y teoría de los discursos sociales

Eliseo Verón en “La semiosis social” postula la teoría de los discursos sociales como un modelo alternativo y superador a las teorías lingüísticas y binarias sobre el signo, que son herederas del enfoque de Saussure. Allí propone una mirada teórica centrada en los conceptos de “discurso” y “producción del sentido”. Si bien el concepto de discurso tiene un origen lingüístico, el autor afirma que se extiende en un ámbito que excede al del propio lenguaje.

Teniendo en cuenta esto, propone una teoría de los discursos sociales anclada en el pensamiento de Peirce, quien considera al signo como una entidad basada en terceridades. El modelo peirceano le permite señalar que los discursos sociales no existen per se, de manera espontánea, sino que entre las condiciones de generación de un discurso siempre se encuentran otros discursos. De esta manera, los define como una *“configuración espacio-temporal de sentido”* (Verón, 1993: 127). Las condiciones de producción y las condiciones de reconocimiento son reglas que determinan las restricciones de generación de un discurso o las determinaciones que definen las restricciones de su recepción.

Los discursos sociales forman parte de un sistema productivo del sentido, entendiendo que estos fenómenos son *“conglomerados de materias significantes”* (Verón, 1993: 124) que se encuentran dentro de un sistema de producción. A partir de la teoría de Verón, el corpus seleccionado de revistas Rolling Stone es solo un fragmento de la red de la semiosis. Durante el proceso analítico que se realizará en este trabajo, se partirá de productos - las revistas seleccionadas - para analizar procesos. En este caso el proceso estudiado refiere a la construcción de representaciones sobre la juventud que realiza Rolling Stone en su edición argentina.

Verón plantea una doble hipótesis, en donde toda producción de sentido es social, porque refiere a condiciones sociales de producción y, por otra parte, todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido. En otras palabras, *“todo funcionamiento social tiene una dimensión significativa constitutiva”* y *“toda producción de sentido está insertada en lo social”* (Verón, 1993: 125). A partir de lo planteado anteriormente, Verón afirma que en la semiosis se *“construye la realidad de lo social”* y *“abre el camino para la construcción social de lo real”* (Verón, 1993: 26). Es por ese motivo que sostiene que la semiosis es una red significativa infinita, en la que dado un discurso, otros textos forman parte de las condiciones de producción del mismo. Mientras que esa producción textual dada en el análisis es un fenómeno de reconocimiento.

Verón afirma que el análisis de todo objeto significativo admite una multiplicidad de lecturas y enfoques. Por lo tanto, el presente trabajo es solo una lectura entre tantas posibles acerca del conjunto de discursos que constituyen la revista Rolling Stone. En el estado del arte fueron reseñados diversos trabajos que poseían otros enfoques para el mismo objeto de estudio: las publicidades que aparecen en la revistas, una

descripción de la publicación y su sitio web en España y los rasgos que posee la “subcultura Rolling Stone”, a partir de criterios basados en el consumo y las nuevas tecnologías. Todos estos discursos son igualmente válidos y constituyen las condiciones de producción de ésta tesina.

4. Random. Metodología de investigación

Con el fin de comprender la manera en que la revista Rolling Stone representa a la juventud se ha tomado un corpus de dieciocho ediciones, entre enero de 2015 y junio de 2016. El motivo de esta elección obedece a dos necesidades surgidas ante este objetivo. En primer término, que el corpus y las conclusiones a las que sea posible arribar a partir de este análisis sean lo más actualizadas posible y muestren el momento actual de la revista. En cuanto a la cantidad, la selección permite encontrar regularidades así como diferencias. Relevar un año y medio cronológico es un tiempo suficiente para encontrar estas particularidades y dar cuenta de los cambios estéticos, de estructura y de contenido que pudieran producirse, con el fin de responder las preguntas que guían esta investigación. Dieciocho números es una cantidad necesaria y suficiente, para encontrar las repeticiones en secciones y ediciones especiales, con la finalidad de analizar la construcción de la juventud a partir de diversos ejes de análisis.

El corpus elegido abarca desde el número 202 hasta el 219. En el orden cronológico en el que fueron publicadas, estos son los personajes destacados en sus tapas: Dave Grohl, el líder de Foo Fighters; Bob Dylan y la historia del disco “The Basement Tapes” y la entrevista con Diego Lagomarsino en relación a la muerte del fiscal Nisman. En este caso, ninguna fotografía ocupa la tapa sino que lo hace el título “Detrás del arma que mató a Nisman” con letras negras y grises, en diferentes tamaños. Luego continúan las tapas de Madonna; Kurt Cobain en relación a la entrevista exclusiva realizada a su hija a partir del documental sobre el líder de Nirvana y Charly García tocando en vivo. Les sigue Santiago del Moro conduciendo Intratables, Soda Stereo en una fotografía inédita de la grabación de “Canción Animal”, Litto Nebbia y más tarde, Damon Albarn, el cantante de Blur. Luego, Keith Richards y, para cerrar el año, Cucho Parisi, de Los Auténticos Decadentes disfrazado de Papá Noel y rodeado por dos voluptuosas mujeres. El 2016 comenzó con los protagonistas de la nueva película de Star Wars, “El despertar de la fuerza”. Luego continúa con la tapa homenaje a David Bowie luego de su fallecimiento, Chris Martin, el líder de Coldplay, Dante Spinetta y Emmanuel Horvilleur de Illya Kuryaki & The Valderramas y The Ramones. Finalmente, el último número posee tres tapas dedicadas a los pioneros del rock nacional: Manal, Los Gatos o Almendra.

ENERO 2015



FEBRERO 2015



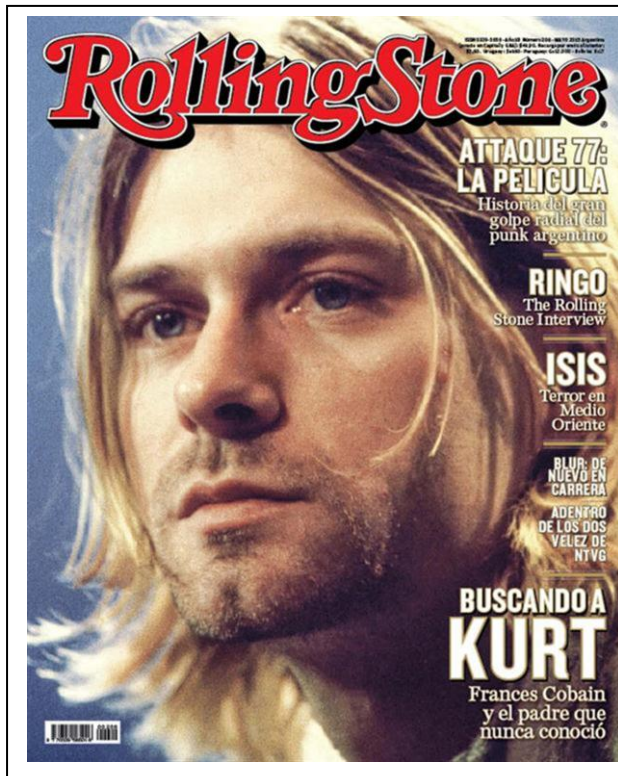
MARZO 2015



ABRIL 2015



MAYO 2015



JUNIO 2015



JULIO 2015



AGOSTO 2015



SEPTIEMBRE 2015



OCTUBRE 2015



NOVIEMBRE 2015



DICIEMBRE 2015



ENERO 2016



FEBRERO 2016



MARZO 2015



ABRIL 2015



MAYO 2016



JUNIO 2016 – TAPA 1 DE 3



JUNIO 2016 – TAPA 2 DE 3



JUNIO 2016 – TAPA 3 DE 3



Para analizar las representaciones de la juventud en la revista Rolling Stone argentina se combinarán técnicas cuanti y cualitativas, realizando una triangulación metodológica. El método de investigación cuantitativo es secuencial y probatorio. Es un estilo de trabajo metódico y organizado. Se basa en la recolección de datos, que a partir de la medición de variables, permite comprobar hipótesis elaboradas previamente, con la finalidad de establecer, a partir de ellos, regularidades y patrones para corroborarlas o refutarlas. Refiere a lo empírico y tiene en cuenta los contenidos manifiestos y observables. Según Piñuel Reigada (cf. 2002: 2) el análisis de contenido es una técnica en la cual se utilizan procedimientos de interpretación de productos comunicacionales que sirve para procesar datos sobre las condiciones en las cuales se han elaborado textos. Es una *“técnica utilizada para analizar el contenido de la comunicación, su mensaje, en forma sistemática y objetiva”* (Estrada Cortés y Lizárraga Bernal, 1988: 115).

Por su parte, los métodos cualitativos tienen en cuenta la recolección de datos sin utilizar la medición numérica o estadística. Se enfocan en la realización de preguntas de investigación de manera “circular”, que aparecen a lo largo de todo el trabajo. Es una perspectiva interpretativa.

Para responder a las preguntas planteadas se utilizará un enfoque de investigación mixto, en el cual se combinarán técnicas cuanti y cualitativas. Se realizará, justamente, una triangulación metodológica. Para Mariño (2009: 5), la triangulación es un *“proceso de contraste entre las técnicas de investigación que permite comparar y completar los resultados de cada una de ellas sobre un objeto de estudio común”*.

Desde esta perspectiva, es un error plantear los análisis de contenido y del discurso como contrapuestos, sino que son complementarios. Siguiendo lo planteado por Hernández Sampieri (cf. 2010:16-17), ambos métodos son válidos para realizar cualquier tipo de investigación, generando grandes aportes al campo del conocimiento. Anteriormente, se pensaba que ambas nociones eran irreconciliables, perspectivas opuestas que no debían mezclarse.

Durante años, las investigaciones ligadas a las “ciencias duras” utilizaron exclusivamente el método cuantitativo mientras que los trabajos ligados a las ciencias humanas y sociales, solamente los cualitativos. *“El divorcio entre ambos enfoques se originó por la idea de que un estudio con un enfoque podía neutralizar al otro. Se trató*

de una noción que impedía la reunión de los enfoques cuantitativo y cualitativo” (Hernández Sampieri, 2010: 17). Actualmente, estas barreras han sido traspasadas y existe una tendencia a utilizar ambos métodos de manera mixta, sin predominio exclusivo de una sobre la otra.

El método cuantitativo servirá como punto de partida para realizar luego el análisis discursivo. A partir de los datos obtenidos con las matrices elegidas, será posible responder a las preguntas que guían esta investigación. En primera instancia se realizará el análisis cuantitativo de las notas publicadas en las dieciocho ediciones seleccionadas de la Rolling Stone nacional. Los datos de la investigación se elaboran en función de objetivos previamente establecidos.

En primer lugar se colocará el título de la nota, el tema que trata y la sección a la cual pertenece. En caso que no esté englobada en ninguna sección eso será señalado, ya que será uno de los ejes del análisis. Luego se clasificará cada artículo de acuerdo a diversas matrices. En primera instancia, el lugar que ocupa la nota, con respecto a su extensión: una o más páginas y las variables: tres cuartos de páginas, media página y un cuarto. Si ocupa un espacio menor a los ya mencionados se clasificará como suelto. En el caso de que la nota se encuentre en un recuadro, así será mencionado. Esto servirá para analizar el espacio que cada nota ocupa dentro de su edición y el destaque que posee desde el diseño, para entender la importancia dentro del corpus total.

Luego se clasificará cada una de las notas de acuerdo al género temático al cual pertenece. Teniendo en cuenta las temáticas que suelen aparecer en la revista, a los fines de los objetivos propuestos, serán los siguientes: música nacional o internacional mainstream e indie, arte, negocios, medios, tatuajes, diseño, tecnología, internet, libros, fotografía, moda, deportes, televisión, política nacional o internacional, interés general, series y cine. Teniendo en cuenta que la Rolling Stone es una revista de música - a pesar que no es el único tema tratado - es necesario realizar una aclaración respecto a las clasificaciones de música nacional mainstream e indie y música internacional mainstream e indie. Las clasificaciones de nacional e internacional responden, obviamente, a los límites geográficos. Todos los artistas nacidos fuera de la Argentina serán clasificados como internacionales, sin hacer referencia a su lugar de procedencia, ni diferenciando entre los artistas latinoamericanos y los anglosajones. En cuanto a las denominaciones de mainstream e indie tiene que ver

con diversas cuestiones que se relacionan básicamente con el nivel de exposición que los artistas poseen. Convierte en mainstream a una banda o solista que tenga un reconocimiento mediático, ya sea por temas artísticos o de sus vidas privadas, su masividad - fácilmente medible a partir de sus redes sociales o los lugares en los que realizan sus show - y el nivel de noticiabilidad que tienen ante cada acontecimiento producido. No tiene que ver con su nivel musical, ni los gustos estéticos. Por otra parte, serán considerados indies aquellos artistas emergentes, que se encuentran comenzando una carrera con poca rotación y exposición mediática. Además, se incluirán en esta categoría los artistas que pertenecen a géneros menos masivos como pueden ser el jazz o el tango. No tiene que ver con su independencia política y comercial ni con su relación con las discográficas multinacionales. Tiene que ver con la masividad o la emergencia, que será útil a la hora de pensar en las representaciones sobre la juventud que se construyen en la Rolling Stone.

Otra de las matrices tiene que ver con el género periodístico al cual pertenece la nota. Se las clasificará en: noticia, entrevista, crónica, investigación periodística, reseña, ranking, fotogalería, perfil, editorial y carta de los lectores. Por último, se señalará el origen de la publicación, en relación a si ha sido publicada en la edición estadounidense de la revista o es de producción nacional. Además, en caso de ser necesario a los fines estrictos de este análisis, se clasificará el género musical con el cual la revista define a determinados artistas.

Por otra parte, de manera separada, se tomará una nueva matriz con el fin de encontrar regularidades a lo largo del corpus ya mencionado. Se señalarán las secciones y ediciones especiales que aparecen en cada uno de los números seleccionados. De esta manera será posible observar y cuantificar qué secciones se publican con mayor frecuencia y cuáles lo hacen esporádicamente, con el fin de encontrar regularidades y excepciones.

Con esto, se tomará el corpus total de las notas publicadas en las dieciocho ediciones y a partir de ello se realizará el análisis discursivo. Los ejes de análisis tienen que ver con las tapas de la revista, la sección de correspondencias, las temáticas de las notas típicas de la publicación que no pertenecen a ninguna sección, las listas de temas - con las secciones "Playlist", "Rolling Stone Soundtrack" y "Rankings" -, las críticas, las secciones "Rock & Roll" y "P&R", las ediciones especiales y la utilización de artículos publicados en la edición de Estados Unidos. A partir de

estos ejes, se irá desandando la manera en que se construye la juventud en cada uno de ellos.

5. A fondo. Las representaciones de la juventud en la revista Rolling Stone argentina – Análisis

5.1 Análisis preliminar: estructura de la Rolling Stone

Habiendo analizado estas dieciocho ediciones de la revista Rolling Stone Argentina es posible observar que posee dos grandes particularidades en cuanto a la forma en que es estructurada. Por un lado, es bastante camaleónica en cuanto a las secciones que se reiteran número tras número. Algunas de ellas se repiten, mientras que otras aparecen, desaparecen y vuelven a aparecer de acuerdo a la producción periodística de cada edición. Más allá de las ediciones especiales, algunas secciones aparecen de manera continua mientras que otras se van reformulando con el paso del tiempo.

Teniendo en cuenta esto, cualquier lector desprevenido podría pensar que la Rolling Stone es un desorden total, en el cual se publican notas de manera azarosa y sin ningún tipo de coherencia. Todo lo contrario. Y aquí está la segunda de las particularidades respecto a este tema: más allá de las secciones, las revistas analizadas proponen una estructura organizada, en la que se plantea cierta coherencia interna y temática, tanto en cada número de manera individual, como en el corpus global. Ciertos artistas y ciertos temas, se retoman desde distintos ángulos en distintas secciones y a través de diversos géneros periodísticos. Así, un nuevo disco puede ser presentado desde su corte difusión entre las novedades, reseñado en su sección de críticas, entrevistando al artista y cubriéndose su presentación en vivo, a lo largo de dos o tres ediciones. Esto hace que, a pesar de contar con tan solo tres secciones que se repiten en todos los números analizados, se puede observar una coherencia temática para contrarrestar esta camaleónica estructuración.

Teniendo en cuenta esto, se realizará una breve descripción de la manera en que se estructura la revista en líneas generales en este año y medio analizado, dando cuenta tanto de las regularidades como de los cambios y mutaciones. Esto permitirá mostrar cómo se presenta esta publicación, para luego sí pasar definitivamente a describir la manera en que representa a los jóvenes. Para lograr este objetivo propuesto, es necesario hacer un breve análisis preliminar a partir de las matrices obtenidas que sirva como presentación y descripción de la Rolling Stone en la actualidad. Para

finalmente realizar el análisis propiamente dicho con el objetivo de responder las preguntas que guían esta investigación.

Siguiendo el estilo que prevalece desde hace más de cuatro décadas, en la tapa de la Rolling Stone predomina la imagen. Teniendo en cuenta exclusivamente el contenido proporcionado por la propia revista, y dejando de lado las publicidades, Rolling Stone abre con una página que es un híbrido entre índice y sumario de temas. Allí aparece el lema que motivó el interés por realizar este trabajo: “Lo que importa está acá”. Lo acompañan el número de la edición y una breve descripción de algunas de las notas que aparecen publicadas en ese número. No es un índice completo con la totalidad de las notas o las secciones, tan solo se presentan algunas de ellas.

De los dieciocho números analizados, en dos oportunidades esta página inicial ha sido utilizada para promocionar una sola nota. En las ediciones de marzo de 2015 y 2016 aparece una foto que ocupa toda la página, acompañada por el número de edición y el sumario de una nota. En el caso del número 204 aparece la foto de Diego Lagomarsino, el empleado del fiscal Nisman que le prestó el arma que finalmente lo llevó a la muerte. A un mes y medio del hecho, era la nota que cualquier medio nacional e internacional quería tener. La entrevista exclusiva obtenida por Pablo Plotkin ocupa la tapa, el sumario y se extiende por diez páginas.

Luego, un año más tarde, esa primera página ha sido también utilizada de la misma manera. En este caso no se trataba de la nota de tapa. Ese lugar lo ocupó una foto de Keith Richards tocando la guitarra, con cara sonriente, que presentaba el dossier fotográfico sobre el recital de The Rolling Stones en el Estadio Único de La Plata, probablemente, el último de la banda inglesa en nuestro país.

Una vez presentadas las notas y secciones más importantes de cada edición, resumidas en esa especie de índice, aparece una de las tres secciones que se repite a lo largo de las dieciocho ediciones analizadas. “Palabras cruzadas” es la sección de correspondencia en las que se produce una especie de interacción entre los lectores y los editores. Se presenta la tapa del número anterior y ciertas cartas que llegan a la redacción. Se abarcan diversas temáticas, desde una respuesta ante una nota publicada en la revista hasta una opinión sobre un tema de actualidad o algún fan que se emociona al encontrar alguna vieja edición. En un recuadro aparece destacada la que es elegida como “Carta del mes”.

En tan solo siete oportunidades aparecen otros recuadros que funcionan como una especie de editorial. Son los únicos momentos en los que la voz de la revista tiene lugar en esta sección, para brindar alguna información que ha quedado por fuera del contenido de esa edición o para realizar algún tipo de aclaración. Si bien este debería ser por excelencia el espacio en la que se produzca cierta interacción con los lectores, no hay una respuesta directa de los editores a las cartas publicadas. Simplemente se publican.

Teniendo en cuenta los dos casos emblemáticos de revistas de música a nivel local, como lo son la *Pelo* y *Expreso Imaginario*, es posible encontrar conexiones y diferencias en este sentido. En otro contexto histórico, marcado por la represión y la censura, las cartas de los lectores en estas dos publicaciones eran la válvula de escape por la cual muchos jóvenes anónimos podían expresar lo que sentían y pensaban. Es por eso que esas secciones tomaron relevancia y son marcadas tanto por Cibeira en “La Biblia del rock” y Graziano y Benedetti en “Estación Imposible” como la base fundamental del éxito que ambas publicaciones tuvieron. Ambos libros coinciden en que esas cartas que se publicaban generaban un ida y vuelta muy interesante e importante para ambas revistas. En el caso de *Rolling Stone*, si bien retoma el uso de esa sección, no parece ser tan fuerte su presencia dentro del contexto general de la revista. Ni se propicia desde allí algún tipo de interacción, ya sea entre la revista y sus lectores o bien entre ellos.

Otra de las secciones que se repite a lo largo de los dieciocho números seleccionados es “Rock & Roll”. Aunque su nombre tenga que ver con este género musical no es el único tema tratado. Es la más diversa de las secciones en cuanto a las temáticas. Hace referencia al rock and roll como estilo de vida. La portada de la sección utiliza siempre el mismo estilo: una foto ilustrando la primer nota, que indistintamente puede tratarse de artistas nacionales o internacionales, pero que casi siempre refieren a grandes hechos de la música ocurridos o por ocurrir. Por ejemplo: “NTVG prepara dos Vélez” de abril de 2015, sobre los recitales de la banda uruguaya en el estadio Amalfitani; “La última vuelta de Sabbath”, publicada un año después, acerca de la última gira de la banda encabezada por Ozzy Osbourne o la noticia sobre el festival en California con las máximas leyendas del rock, que se publicó en la edición de junio de 2016. En diciembre de 2015, con la cobertura realizada de los atentados en París, la tapa de la sección estuvo dedicada a un tema político

internacional, pero haciendo foco en la masacre en el teatro “Le Bataclan” durante el recital de la banda Eagles of the Death Metal.

El título de la sección se encuentra en la parte superior de la página que hace de portada. El color de la tipografía es siempre el mismo: las letras son blancas y el signo “&” en amarillo. Luego, el nombre de la sección se repite en todas las páginas pares en letras mayúsculas, con los colores bordó y gris. En cada tapa aparece un adelanto del contenido de la sección, con el número de página en el que se encuentra.

Otra de las secciones fijas es “Críticas”. Las reseñas musicales ocupan gran parte del espacio (cuatrocientos setenta de las quinientas cincuenta y ocho), pero también hay lugar para los shows en vivo, las películas y los libros. Comenzando con los discos, la sección cuenta con una portada propia en la que aparece una foto o dibujo que hace referencia al disco destacado del mes. Su reseña ocupa toda la primera página. Cada disco, show o película es reseñado brevemente y puntuado según la visión del autor de la nota. El sistema de calificación se realiza a través de estrellas. Las cinco estrellas lo convierten en un “clásico”, con cuatro estrellas se define un “excelente”, mientras que con tres es “bueno”. Las bajas notas son “regular” y “malo”, con dos y una estrella respectivamente. En ciertas oportunidades se lo puntúa con un número entero de estrellas y se le agrega media estrella más. Por su parte, los libros no reciben puntuación alguna.

En los recuadros se agrupan reediciones o discos grabados en vivo, pero no es así en todos los números. Claudio Kleiman, el mítico periodista con pasado en Expreso imaginario, tiene su columna dentro de esta sección. Denominada “Desde el margen”, presenta cuatro discos por número. Lleva impresa su impronta personal, con la elección de artistas clásicos y de géneros no tan reconocidos, acentuando su condición de coleccionista. Es una columna digna de un melómano empedernido que formó parte del movimiento hippie-rockero-progresista de nuestro país durante los años ´70.

Por otra parte, en once ediciones hay dos secciones dedicadas a la presentación de temas. “Playlist” es una lista de siete temas que, entre videos y canciones, engloban las novedades del mes. “Rolling Stone Sound-track” es un recuadro que contiene clásicos y algunos lanzamientos. Ambas funcionan de manera similar presentando y

difundiendo temas musicales de preponderancia, de la misma manera que lo hacen Much Music o MTV, pero en papel.

Luego, “RollingStone.com.ar” es una sección que apareció en primeros ocho números analizados. Luego, en la edición de septiembre de 2015, fue reemplazada por “Rolling Stone Redes”. Ambas, con la misma estética y tipografía, tuvieron idéntico contenido: la presentación de cuatro notas desarrolladas en la web. El sitio de la revista en su edición nacional cumple una función complementaria a la edición en papel. En principio, algunas de las notas eran republicadas en la nube, pero básicamente se presentaba y difundía la tapa de cada edición. A partir del avance de los medios digitales, este sitio ha comenzado a generar contenido propio con el mismo estilo que la revista. Siempre teniendo a la versión en papel como la principal y cumpliendo una función complementaria.

En esta sección - que luego cambió su nombre pero no su contenido - se produce el proceso inverso. Este sitio web que comenzó promocionando la revista, ahora es promocionado y difundido en la edición en papel. Cuatro notas son seleccionadas y reseñadas. No aparece un link ni ninguna referencia precisa de cómo llegar a esa nota, como podría ser un código QR que, escaneándolo con el celular dirija el navegador al contenido promocionado. El cambio de nombre responde un cambio de época. Si bien el contenido es el mismo y se difunden las notas digitales, esta vez lo hacen afirmando que lo podrán encontrar en las redes sociales de la revista. Más allá del nombre de la sección, lo que hace la publicación es promocionarse de dos maneras. Primero con el recuadro “RS en tu Ipad”, que ofrece a los lectores descargar los contenidos de la revista en el smartphone o tablet. Al costado de este recuadro aparecen los logos de Facebook, Twitter e Instagram, para seguir a la revista en tres de las principales redes sociales en la actualidad. Sin embargo, no especifica los nombres de usuario en ninguna de ellas.

Por otra parte, en nueve de las dieciocho revistas aparece la sección “Random”. Es una fotogalería clásica como puede tener cualquier revista impresa, desde Pronto hasta Caras. Como es lógico, cada revista destaca los personajes que tienen que ver con su línea editorial. En este caso, artistas musicales, generalmente internacionales y de mucho renombre, que pertenecen al jet-set musical. Esta sección aparece de manera discontinua a lo largo del período seleccionado, en las ediciones de febrero,

marzo, abril, julio, septiembre, octubre, noviembre y diciembre de 2015 y marzo de 2016.

La sección “P&R” acompaña a “Rock & Roll”. Aparece en dieciséis de las ediciones analizadas. Allí se realizan entrevistas a diversos artistas del ambiente musical nacional e internacional con el formato clásico de pregunta-respuesta. Cada nota ocupa una página y está ilustrada por una fotografía. Por otro lado, “Close-up” es la de mayor intermitencia. Si bien aparece en doce oportunidades, muchas veces lo hace dentro de “Rock & Roll” mientras que otras, de manera intercalada a lo largo de toda la revista. El tamaño de las notas no es mayor a los dos o tres párrafos, dentro de un recuadro.

Por otra parte, Rolling Stone suele publicar ediciones especiales. Ya son un clásico las recopilaciones en las que realizan un ranking a partir de determinado criterio. Puede ser los “100 mejores bateristas de la historia” o “Los 40 mejores discos del punk”. Bien argentinos son los “Hot List” o las ediciones “En caliente”. En los “7/10 artistas para ver” aparecen las novedades musicales, es la presentación en sociedad de artistas emergentes. “All Access” es una crónica fotográfica de un show particular de un artista determinado. Se construye una situación de backstage, en la que se muestra la intimidad, a la que solo la revista puede acceder. Es el “como si hubieses estado ahí”. Aparece en cuatro oportunidades, retratando a las bandas uruguayas No Te Va Gustar y La Vela Puerca, además de las argentinas Kapanga y IKV. Por su parte, el dossier fotográfico es también la crónica de un show a través de sus fotografías. La diferencia es que, en este último caso, muestra lo que sucede sobre el escenario. Son cuatro dossiers: Los Rolling Stone en La Plata, el Indio Solari en Tandil, el Cosquín Rock del 2014 y un compilado de shows de rock nacional. Estas ediciones especiales serán analizadas en profundidad más adelante y será uno de los ejes a la hora de pensar la manera en que se representan los jóvenes en la revista.

Por otro lado, las notas de tapa, junto con otras de gran extensión, no forman parte de ninguna sección de la revista. Pueden ser clasificadas como perfiles, entrevistas o crónicas. Obviamente la música no es la única temática desarrollada y otras cuestiones son tenidas en cuenta. Son las notas típicas de la Rolling Stone. Todas ellas comparten un trabajo periodístico profundo, con una investigación certera. Son notas trabajadas, estudiadas, provenientes de charlas extensas. No son simples

entrevistas hechas en una rueda de prensa, ni tampoco son perfiles con datos de Wikipedia.

Más allá de estas características que las identifican, comparten un estilo. Teniendo en cuenta su género periodístico, son un híbrido entre la crónica, el perfil y la entrevista. Estos tres tipos de notas son realizadas a través de conversaciones con los protagonistas, en las que el periodista logra la profundidad de la charla. Hasta las figuritas más difíciles caen ante la historia y el reconocimiento de la Rolling Stone. Y con estas notas logran grandes declaraciones, caracterizadas por los pensamientos más profundos y la intimidad. En el contexto en el que los medios caen ante la inmediatez y la falta de corrección, a la revista no la pisa el ritmo de las primicias, y sus periodistas tienen el tiempo y el espacio para realizar notas más trabajadas.

Estas notas llevan el sello de la Rolling Stone, son las que las distinguen de otros medios de su género. En la contratapa del libro publicado en 2006 que recopila las mejores entrevistas de la primera década de la edición nacional, se define la manera en que estas se conciben: *“Se sabe: hay diferencias entre una entrevista y una Rolling Stone Interview. Es que el modelo que la revista impuso desde su creación en 1967 en Estados Unidos, ha hecho de este género periodístico, algo que trasciende el mero reportaje, al encuentro de preguntas y respuestas entre cronista y entrevistado”* (Publirevistas, 2006: Contratapa). Dejando de lado las cuestiones que tienen que ver con el marketing y su autorreferencialidad, lo logran. Existe una búsqueda especial con este tipo de notas, la búsqueda por diferenciarse. Son notas profundas, en la que los periodistas se inmiscuyen en el tema. Son notas en las que puede observarse el tiempo de trabajo y la investigación. El hecho de que muchas de ellas no pertenezcan a ninguna sección, favorece la heterogeneidad de los temas tratados. Más allá del trabajo de investigación realizado por los periodistas, las notas de Rolling Stone buscan abarcar un amplio abanico de temas.

Finalizando el repaso por la estructura de la revista en el corpus elegido, cabe señalar que en todas las ediciones la contratapa es una publicidad. Varían las marcas, pero nunca hay algún tipo de contenido producido por la revista en ella. Entonces, la que es la última página de contenido periodístico ha ido evolucionando a lo largo de las ediciones estudiadas. Con cambios de estilo a lo largo de los dieciocho números, la última página de la revista tuvo distintas diagramaciones y contenidos. En los primeros diez, la hoja final se dividió en distintas secciones. La primera de ellas es “A fondo”, un

ranking de los cinco hechos más destacados del mes. Dentro de la variedad de temas que aparecieron en esta sección, la mayor parte de las notas son de interés general, cine, deportes y tecnología.

Durante ese período, abarcado entre enero y octubre de 2015, la sección de “Rankings” ocupó un espacio privilegiado en la última página. Con cuatro listados de temas de los canales de música y radios más importantes del país, ha cumplido la función de difundir de manera actualizada las canciones que tienen mayor rotación en esos medios. En un recuadro en la parte inferior, titulado “El túnel del tiempo”, se reseñaba una edición anterior de ese mismo mes.

Ya en noviembre de 2015 se observa el primer cambio de esta sección. El tópico del recuerdo, desarrollado en “El túnel del tiempo” ganó el espacio de la página final. La sección comenzaba con el título “Archivos RS”, con letras blancas sobre un fondo rojo, con el subtítulo “De los baúles de Rolling Stone” en letras gris oscuro. Una fotografía del artista que fue entrevistado para la nota de tapa ocupaba la mayor parte del espacio, junto con un párrafo contextualizando el momento en el que se realizó la nota y de que se trató. Además, incluía fragmentos o declaraciones de la entrevista. También había una fotografía pequeña de la tapa de la edición que se recordaba, un listado de los temas más escuchados durante ese año y dos reseñas seleccionadas de la sección “Críticas”. Este nombre se mantuvo tan sólo durante dos ediciones. Con el comienzo del 2016, la sección pasó a llamarse “Túnel del tiempo”, manteniendo las mismas características que su predecesora. Este es un espacio nostálgico por sí mismo, que recuerda ediciones históricas y grandes tapas.

5.2 Tapas: ¿y dónde están los jóvenes?

Como ya ha sido mencionado, ocupar la portada de Rolling Stone tiene una enorme importancia simbólica para las bandas y solistas que buscan un lugar dentro del rock y el pop. Tanto en Estados Unidos como en las ediciones locales que se desplegaron por el mundo, llegar a la tapa de Rolling Stone, en el imaginario, representa el equivalente al éxito, a tener un reconocimiento de la crítica y el periodismo especializados.

Comenzando por el aspecto físico de las tapas, la fotografía ocupa todo el espacio e interviene sobre el nombre de la revista. En el corpus seleccionado, algunas de ellas tienen ciertas particularidades en cuanto a la composición o al artista elegido que las distinguen de las demás. En el caso del número 208, de julio de 2015, la foto de Santiago del Moro no es una foto posada sino que fue tomada durante el desarrollo de uno de los programas de *Intratables*. La tapa siguiente es una fotografía inédita de una sesión de Soda Stereo para el disco “Canción Animal”, editado en 1990. Otras tapas particulares son las de mayo de 2015 y febrero y mayo 2016 en la que aparecen artistas ya fallecidos: Kurt Cobain, David Bowie y The Ramones. Mientras que, la edición 207, de junio de 2015 es una foto de archivo de Charly García tocando en vivo en 1987.

En marzo de 2015, uno de los temas políticos del momento llegó a la tapa de *Rolling Stone*: la muerte del fiscal Alberto Nisman, con el testimonio de una de las últimas personas que lo vio con vida, el técnico informático Diego Lagomarsino. El diseño de tapa de dicha edición guarda una similitud con la del número 343 de la versión estadounidense. En mayo de 1981, la *Rolling Stone* publicó una investigación sobre el lobby que realizan entidades a favor del uso y portación de armas en EE UU, particularmente la N. R. A (National Rifle Association), con el título “Inside the Gun”. Mientras que, en la edición nacional el “Detrás del arma que mató a Nisman” ocupa toda la tapa.



13

Otra de las particularidades del corpus seleccionado es la edición de Junio de 2016. No tiene una tapa, sino tres coleccionables. La edición homenaje se trata de un especial por los 50 años del rock argentino, con portadas para elegir entre Manal, Almendra o Los Gatos, tres grupos representativos del origen del rock nacional. A los

¹³ *Rolling Stone* Estados Unidos Mayo de 1981 y *Rolling Stone* Argentina Marzo de 2015

finde de este trabajo, las tres tapas se analizarán de manera indistinta, ya que comparten rasgos con respecto a los títulos y la jerarquía de los mismos, siendo idénticas salvo las fotografías.

Otra tapa destacada, es la del número de diciembre de 2015, el primer especial navideño de la edición argentina, que responde a una tradición de la revista en su versión estadounidense. Es este caso, la marca “Rolling Stone” aparece en verde por única vez, tapada en parte por la figura del líder de Los Auténticos Decadentes, Cucho Parisi, disfrazado de Papá Noel, rodeado de dos voluptuosas modelos que le apoyan sus pechos en la cara. Desde la década del ´70, Rolling Stone Estados Unidos realiza este especial, en el que los personajes del año piden sus deseos al estilo de las cartas que los niños le escriben a Papá Noel. Dos tapas históricas de esta edición en Estados Unidos fueron la del rapero y actor Snoop Dogg disfrazado como Santa Claus en modo gangsta rap y de la actriz Pamela Anderson Lee, vestida para la ocasión y sentada en un sillón junto a los dibujos animados Beavis and Buttthead.

En nuestro país, el suplemento especial fue presentado a través de una editorial en la sección “Correspondencia”, firmada por Juan Ortelli, el director de la revista. En la misma destaca la importancia histórica de esta edición y cómo fue que decidieron replicarla en nuestro país: *“En Argentina nunca pudimos festejar una Navidad como la cultura pop del hemisferio norte nos dice que es: con nieve, villancicos y renos mágicos. Ésta costumbre de RS de cerrar el año con un especial de Navidad comenzó en los 70 y continúa hasta hoy. En nuestro primer especial navideño, Cucho Parisi de Los Auténticos Decadentes, el grupo que es sinónimo de fiesta en este país, viaja al Polo Norte a saldar cuentas de la infancia con Papá Noel”*.

Retomando a las la descripción del diseño de la tapa, en quince ediciones el logo de la marca es de color rojo, con un borde blanco y un sombreado negro que completa el formato. De las restantes, en las ediciones de marzo y noviembre de 2015, el logo es de color blanco, además del ya mencionado especial navideño, en color verde. El color clásico de la marca es el rojo y las variaciones tienen que ver con cuestiones de diseño o de estética.

Por otra parte, en catorce de las dieciocho tapas seleccionadas las letras del nombre de la revista están tapadas por la fotografía. Aun así, sus palabras continúan siendo fácilmente reconocibles. Por lo tanto, son tres las ediciones en las que el nombre

aparece completo, sin ninguna fotografía que se superponga. La primera de ellas pertenece al mes de mayo de 2015, en la que la tapa es ilustrada por una foto de Kurt Cobain de perfil, con el título “Buscando a Kurt. Frances Cobain y el padre que nunca conoció”, que refiere una entrevista a su hija. La siguiente edición es una tapa homenaje y correspondiente al número de febrero de 2016. El título es escueto, simplemente “David Bowie, 1947-2016”. Es una tapa limpia, en la que solo se destaca el fallecido artista, sin otros títulos alrededor. Y por último, el ya mencionado caso de la tapa sobre la muerte del fiscal Nisman.

A lo largo de las dieciocho ediciones, aparecen ciento cincuenta y dos títulos secundarios en las tapas. La mayor parte de ellos tratan sobre música, pero también hay espacio para otras temáticas. Es así como se refuerza la idea de que Rolling Stone es una revista de música, pero tiene además una mirada orientada a la diversidad temática. Ciento dos títulos refieren a artistas y bandas nacionales e internacionales, pero también aparecen tematizados el cine, la política nacional e internacional y en menor medida, las series, la tecnología y la moda. Los títulos referidos a la música internacional aparecen en cuarenta y cuatro ocasiones, mientras que las referencias a las bandas y artistas nacionales masivos, en treinta y cinco oportunidades. Lo siguen las once menciones vinculadas al cine y la política. La tecnología e internet no ocupan demasiado espacio en las tapas, con una mención para cada rubro. Algo que resulta extraño teniendo en cuenta que es una revista que tiene a los jóvenes como sus lectores ideales.

En cuanto los protagonistas de la tapas, en ninguno de los casos hay un joven representada en ella. Doce de los personajes retratados son adultos mayores, representantes de una generación anterior y que se han convertido en leyenda. En las fotografías se los muestra jóvenes, como si el paso del tiempo no hubiese hecho efecto en sus cuerpos. Mantienen viva su juventud a pesar de ya no serlo. Litto Nebbia hablando del origen del rock argentino y Keith Richards recordando su carrera, fueron fotografiados de manera juvenil, lejos de la vejez. Estos “viejitos piolas”, representan el símbolo del rock and roll que vive a pesar del paso del tiempo. Representan la juventud de los años ´60 y ´70, que aún mantiene ese estilo de vida rockero y eso es, justamente, lo que los congela en el tiempo, en ese tiempo en el que formaron parte de un movimiento vanguardista y juvenil.

Esta revalorización del pasado es definida por Sergio Pujol (2015), retomando a Andreas Huyssen, como “pretéritos presentes”. Pujol describe la canonización del rock argentino, a partir de la crisis del género como movimiento social, su inclusión dentro de la industria cultural a la que antes se había opuesto y su consolidación dentro de los medios masivos de comunicación. Esto comenzó a partir de la descomposición social en nuestro país durante la década del noventa, llegando a sus puntos máximos en la crisis de 2001 y la tragedia de Cromañón en 2004, que llevaron al rock nacional a replantearse desde la relación de las bandas con el público hasta su propia supervivencia. Sostiene que estos discursos sobre el pasado son inseparables de la proliferación de las industrias culturales y los medios masivos, quienes construyen y amplifican discursos sobre el pasado mítico de nuestro rock, como este caso en el que se representa una juventud pasada, dándole el lugar de mítica.

Volviendo al contenido de las tapas, en ocho de los casos, las fotos utilizadas son de archivo. Es así como los personajes retratados aparecen literalmente congelados en su juventud. Se construye así una juventud atemporal, eterna. Son fotos viejas de artistas adultos mayores, tomadas en otros momentos de sus vidas. No hay una idea de paso del tiempo, ni de las huellas que deja sobre su cuerpo. Rolling Stone propone una exacerbación de la juventud, negando todo signo de vejez. Como inmortalizó John Derek en “Knock on any door”: “Live fast, die young and leave a good-looking corpse”¹⁴. Aun cuando los artistas retratados son de otra época, se marca su etapa de juventud, se venera a los padres fundadores del estilo de vida rockero, tanto nacional como internacional.

Es en esta negación de la vejez que se exagera la noción de “no jóvenes juveniles” de la que problematizan Margulis y Urresti (1996), haciendo referencia a la moratoria vital que poseen aquellos que mantienen signos de la juventud aún ya no formando parte de la misma. Los personajes retratados mantienen su moratoria vital, que los congela en su juventud y los aleja de la muerte. A pesar de que estos personajes se encuentran actualmente atravesando la vejez, aparecen representados como jóvenes. No se muestra al Charly García gordo y viejo, marcado por sus excesos, sino que el músico aparece en una foto de archivo, cuando su cuerpo aún era joven y cuando su capacidad creativa estaba intacta. Sucede lo mismo con Bob Dylan: la fotografía lo

¹⁴ “Vive rápido, muere joven y deja un bonito cadáver” en español. La película fue lanzada en 1949. El actor John Derek interpretaba a Nick Romano, un joven italiano acusado de matar a un policía.

muestra joven, con una cara casi adolescente. Se representa una juventud eterna, lejana a la muerte.

Esta construcción de una juventud eterna, alejada de la muerte y la vejez, se refuerza en el caso del número de febrero de 2016. La tapa homenaje a David Bowie, unos días después de su fallecimiento, lo muestra también joven. Se utiliza una fotografía de archivo, por supuesto, pero no una de los últimos años. Aparece un jovencísimo Bowie, con su rostro espléndido y su piel sedosa. Aunque haya muerto, tendrá su moratoria vital que lo aleje de la misma, será joven eternamente.

En este sentido, la edición nacional de la Rolling Stone representa dos juventudes bien diferenciadas: una juventud actual y una juventud basada en la nostalgia. En esta última se construye una idea de la juventud eterna, aunque sus personajes ya no pertenezcan a este grupo socio-etario. En el caso de las tapas durante el período analizado es donde más claramente aparece la idea de una juventud construida a partir de la melancolía de un tiempo pasado, que ya no es, pero que se mantiene vivo en su forma de vida.

5.3 Correspondencia: Palabras ¿cruzadas?

La sección de correspondencias da inicio a cada número. Denominada “Palabras cruzadas” ocupa, en promedio, dos páginas. Allí aparece representada por única vez, la voz de los lectores. Es una sección prácticamente destinada a la producción discursiva de aquellos. De las ciento veinte notas, tan solo siete son editoriales, que sirven para dar algún tipo de explicación acerca del contenido del número, la edición anterior o alguna noticia en primera persona, que no encuentra su lugar en otra sección. Las restantes son cartas de los lectores.

Como cualquier nota publicada en un medio de comunicación, su elección es sesgada e intencionada y responde a la línea editorial del medio y a su contrato con los lectores. Por supuesto, esa visión del mundo puede tener que ver con su ideología corporativa, su mirada empresarial o económica o con una intencionalidad política marcada. Si bien las cartas son escritas por los lectores y no por la propia revista, ésta realiza un proceso de selección de las mismas que van en consonancia con la línea editorial aplicada al resto de la publicación. Se publican un promedio de seis cartas por

cada edición. Esto hace que la diversidad temática sea escasa y se acentúe la intencionalidad del medio en la elección de las mismas de acuerdo a sus necesidades e intereses.

En la búsqueda de coincidencias y lineamientos, es posible establecer tres grandes líneas que aparecen desarrolladas en esta sección y que ocupan un lugar de importancia a la hora de comprender la manera en que la revista construye la juventud a lo largo de sus números: las críticas a la revista, la melancolía por el tiempo pasado y, ligado a esto, la música como compañera de vida y emociones.

En el corpus analizado no hay cartas de los lectores que realicen una crítica negativa a la Rolling Stone, ni en líneas generales ni por algún contenido particular. Tan solo en la edición 211 de octubre de 2015 se esboza un pequeño comentario negativo, pero que sirve para felicitar a la revista por el número anterior, dedicado a los 25 años de la grabación de “Canción Animal” de Soda Stereo. La carta de Gastón Juárez Brandán comienza *“Escribo estas líneas con el agrado de haber encontrado en RS a ese magazine perdido [...] la misma que de joven nos hacía buscar esa identidad dentro de las notas que hacían a la publicación lo que era, y que con el paso del tiempo se fue perdiendo tal vez por la orientación en una temática más centrada en los acontecimientos de las fronteras anglosajonas, o el hecho de lograr una edición de 100 páginas de las cuales 50 correspondían a publicidad [...]”*. Dos críticas potentes: la excesiva cantidad de publicidad y la cantidad de notas publicadas desde la edición estadounidense, dejando poco lugar para la producción (y la música) nacional. Pero estos “palitos” para la revista sirven para agradecer: *“La cuestión es que mi colección de ROLLING STONE quedó trunca [...] y fue así que sin querer me encontré con la historia no contada de Canción Animal y leer la nota de un tirón me hizo volver a escuchar el disco [...]. Por eso, gracias ROLLING STONE por traerme el recuerdo de aquello que fui”*.

Los halagos se repiten número a número, sin temor a parecer reiterativos. En el número 210, la carta del mes se titula “A solas con mi revista favorita”. Pedro Cabrera escribe: *“Voy hasta la plaza. Llego al kiosko. Deme la última ROLLING STONE. Pago. Me voy. Le quito a la revista la funda plástica que la envuelve. Hago ´doble´ con ella en el cesto de basura. Nadie aplaude. Sonrío. Me felicito. Llego al café en la esquina de la plaza. Busco mesa cerca de la ventana. El sol entra. Mis problemas salen. Tomo asiento. Lo único gratis acá. Pido una Coca-Cola y cuatro empanadas de jamón y*

queso. Muerdo una. Mierda que queman. Delante de mí, 'la Rolling'. Sola, quieta, impoluta (qué palabrita). La abro. El olor a papel y tinta. Alucino. La leo. Saboreo. Me transporto a conciertos a los que no fui. Los artículos suenan (sí, suenan). No necesito conocer todas las bandas. Tampoco a los solistas. Me quedé sin empanadas. Van 25 páginas y el amor es el mismo. El de siempre. Amo esos momentos. Mi 'Rolling', yo. Solos. Pero no es secreto. Lo digo. Divulgo. Confieso. Quedan 75 páginas. Entiendo que el amor no tiene fin. Al menos cada 30 días, y luego de (sic) renueva. Como la larva en mariposa. De esperar a volar. Siempre. Gracias a Dios". Esta fue elegida como "La carta del mes", destacándose sobre el resto desde el punto de vista discursivo y del diseño.

Las demostraciones de amor y el fanatismo continúan. Con un halago o relatando los periplos para conseguir una edición de la revista. Los que la compran desde su llegada a la Argentina, los que la leen desde chicos y los que la descubrieron de grandes. Pero siempre lleno de palabras amorosas hacia la revista. Camila Ferreyra relata su "mágico hallazgo de una 'Rolling Stone'": *"A lo que venía con esto es a que encontré la primera edición del formato actual de la revista, la que hicieron por primera vez en abril de 2009 y en la que aparece John Lennon. Estaba a punto de ser arrojada como papel para reciclar. ¡Sí, la iban a tirar y yo la rescaté!"*.

Entre los halagos desmedidos comienzan a esbozarse pequeños rasgos de melancolía. Ese recuerdo de un tiempo pasado, de un pasado mejor, de una juventud memorable. Teniendo en cuentas las representaciones sobre la juventud que la Rolling Stone construye, aquí se produce un caso particular que no se repetirá en el resto de las secciones. Aparece representado la juventud respecto a su edad y modo de vida pero ligado con la melancolía, que añora un tiempo pasado que no vivió, esos comienzos del movimiento nacional rockero. *"Otra vez en mi escritorio intento estudiar, escucho a The Clash y fantaseo sobre algún recital que nunca va a suceder [...]"* se sincera Francisco Sáenz al tiempo que cuenta sobre la compra de entradas para los shows de David Gilmour y los Rolling Stones en la edición 214.

Nicolás Mundet, en la edición 202 de enero de 2015 va más allá y reflexiona sobre los jóvenes de hace cuatro o cinco décadas atrás. A partir de las nuevas formas de escuchar música y las prácticas habituales escribe: *"Me deprimí por un instante. Desistí de la realidad. ¿Qué fue lo que pasó? Imaginé a unos amigos alrededor de un hermoso tocadiscos, y en él danzaba incesante un disco de vinilo que, supongo, para*

ellos era todo una invocación: A Hard Day's Night. Se los veía tan contentos, escuchando música, comentando entre ellos quién sabe qué tipo de detalles, jugando a que saben de música". Flor Hartwing, una quinceañera para noviembre de 2015, al encontrar viejas ediciones de la Rolling Stone cuenta: "Hace un tiempo conseguí un lote de revistas, desde las más viejitas hasta las más actuales. Y me sorprende leyendo cosas de otra época, de cuando existían las bandas como Los Piojos, cuando Pappo estaba vivo y daba esos shows de la puta madre, etcétera. Hoy, a mis 15 años un poco me lamento de no haber vivido los mejores años del rock nacional, pero tengo las revistas para conocer un poquito más de ese tiempo hermoso, y la certeza de que, pase lo que pase, como suele cantar Chizzo, 'el rocanroll no morirá jamás'".

En la edición de octubre de 2015, bajo el título "¿Todo tiempo pasado fue mejor?", Carlos Guido Arch va más allá: *"Algo me aqueja y es irremediable. Nací en 1985, tengo 30 años y si bien fui a muchísimos recitales, sufro una nostalgia crónica por todas esas bandas nacionales que ya no voy a poder ver. La gente un poco más grande que yo me deja con la boca abierta cuando me dice que en un fin de semana casual podías elegir entre ir a ver a Serú Girán, Virus, Los Abuelos de la Nada, Soda Stereo y Sumo".*

Ligado a esta sensación de nostalgia, algunos escriben acerca de su amor por la música. Esta temática ocupa un espacio preponderante dentro de esta sección y a partir de ella se construye a la juventud como un todo, o mejor dicho la opinión de los jóvenes como un todo homogéneo sin diversidad de pensamiento. De las ciento doce cartas publicadas, la temática musical aparece en ochenta y cuatro, de las cuales tan solo siete tratan sobre músicos emergentes, no consagrados. En esta sección se construye una juventud melancólica de un pasado con gloria, que cree fervorosamente en los maestros fundadores del movimiento de rock, que piensa que luego de ellos ya no ocurrió nada interesante en la escena. Y aman la música, es su guía, lo que los "salva", como escribe Luna Suárez Heredia en la edición de enero de 2016: *"La música salva: ese es uno de mis lemas de todas las noches, de los momentos heavies de esta vida amarreta pero linda, lo que siento cada vez que me corren las lágrimas escuchando 'Chipi-chipi', de Charly García, ese loco que me enseñó que aparentando quizá sea aceptado en la sociedad pero... ¿Qué es la sociedad?"*.

A la hora de analizar las representaciones de la juventud que la revista Rolling Stone construye no solo es necesario hacer foco en las apariciones, sino también en las

ausencias. En este sentido, escasean las cartas sobre temas de actualidad. Entre política nacional e interés general suman apenas nueve, apareciendo una vez cada dos números en promedio. Se destacan ciertas notas que sirven para criticar al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner o la opinión de algunos de sus referentes. Por citar un caso, en agosto de 2015, un lector critica al Indio Solari por su postura respecto a quienes gobernaban el país, sacando a relucir sus supuestas contradicciones y su pasado como artista under e independiente. Bajo el título de “El costado K del Indio Solari” Miguel Jancich escribe: *“Justo hoy, en el día de mi cumpleaños número 42, me doy cuenta por segunda vez que los Reyes Magos en verdad no existen. Soy seguidor de la música (y la letra) del Indio Solari desde chico y siempre me llenaba de orgullo decir que con Pil Trafa eran los únicos a los que ningún gobierno podría tocar artísticamente”*. Continúa más adelante: *“¡Pero no! Resulta que ahora el hombre deja que Aníbal Fernández entre en su camarín junto a su familia, amiguitos y demás parásitos”*.

En una revista que nació reivindicando la lucha hippie de los ´60, no aparecen cartas criticando a grupos económicos concentrados, ni haciendo referencia a la lucha contra la contaminación ambiental. Hay una concentración temática en la música, dejando de lado cuestiones de actualidad. En otras secciones, esto es aún más notable. Ya será debidamente señalado en los próximos ejes de análisis.

Continuando con las ausencias, no hay un ida y vuelta entre los lectores y la redacción. Son dos voces separadas, que no tienen que ver una con la otra. Y el mayor espacio en esta sección está destinado a la voz de los lectores, en donde la juventud aparece representada de manera nostálgica, con una mirada reivindicatoria hacia el pasado. El pasado se construye como un tiempo mejor, en el que la música se vivía de otra manera y las bandas eran míticas. Aparecen tan solo siete cartas en las que se nombra a bandas nuevas, emergentes, que representan a una nueva generación de jóvenes. El resto, hablan sobre músicos consagrados, jóvenes de los ´60, ´70 y ´80, representantes de un pasado “glorioso”, de la “época dorada” del rock, tanto nacional como internacional.

No hay una mirada hacia el futuro. Desde el presente se va hacia el pasado, ya sea por haberlo vivido o por una añoranza de una época “mejor”. No aparece esta juventud posmoderna, actual, ligada a los cambios tecnológicos y las nuevas maneras de comunicar. Es una juventud que reivindica el tocadiscos y las bandas de los ´80. Es

una juventud que opina sobre política, pero no mucho. Que se queja de la política pero no interviene en ella. Es una juventud que de tanto mirar al pasado no se suma a las reivindicaciones actuales.

5.4 Notas principales y temas políticos. Los grandes ausentes

Las notas principales de la revista, las que tienen más extensión, no aparecen englobadas dentro de ninguna sección. En el corpus estudiado, estas tratan una gran variedad de temas. Desde un perfil de Kim Kardashian a la interna del Partido Demócrata, pasando las consecuencias del cambio climático o el proceso de grabación de un disco clásico del rock argentino como “Canción Animal”. A pesar de esta variedad, no abundan notas que aborden a la juventud y a sus problemáticas. Los tópicos desarrollados podrían formar parte de la agenda de cualquier revista de actualidad.

En cuanto a los informes políticos, solo se publicaron cinco notas entre el plano nacional e internacional en las dieciocho ediciones estudiadas. Dos de ellas corresponden a informes publicados en la edición estadounidense y tres fueron producidos por periodistas argentinos. Las notas tomadas de la edición de Estados Unidos tratan sobre la interna del Partido Demócrata entre los candidatos Bernie Saunders y Hillary Clinton y el alerta declarada a nivel global respecto al cambio climático. Mientras que las notas de la edición argentina se refieren a la relación del líder del movimiento político “Quebracho”, Fernando Esteche, con el atentado a la AMIA, la entrevista a Diego Lagomarsino en el marco del caso Nisman y un recuadro dentro del informe sobre el cambio climático acerca de las inundaciones que generaron un desastre ambiental en la provincia de Buenos Aires y sus implicancias en un año electoral. Conviven tanto las notas seleccionadas de la edición estadounidense, con una línea editorial liberal y progresista, con las de origen nacional, donde la posición editorial de la revista está más influida por la tendencia conservadora del grupo mediático al que pertenece.

Gran parte de las menciones a los hechos políticos del año aparecen en distintas secciones, por ejemplo, el ataque terrorista en París que salió en la edición de diciembre de 2015. En total, se publicaron veinte notas que hacen referencia a la política en líneas generales en las diferentes secciones. De esa cantidad, tres

aparecen en “Rock & Roll”, nueve en el “Anuario 2015”, dos en “Close-Up”, “Hot List” y “A fondo” y una en “Rollingstone.com.ar” y “Túnel del Tiempo”, respectivamente.

La política local no aparece con frecuencia en las ediciones de Rolling Stone. Solo once notas a lo largo de los dieciocho números y cinco de ellas aparecen en un solo mes, diciembre de 2015, repasando los hechos políticos más importantes del año. La victoria de Mauricio Macri en la elección presidencial, la de María Eugenia Vidal en la gobernación de la provincia de Buenos Aires, las repercusiones del primer debate entre candidatos a presidente en la historia democrática del país y la muerte del fiscal Alberto Nisman son los acontecimientos destacados por la revista.

A partir de lo dicho anteriormente, es importante destacar tanto lo que aparece en la revista como las ausencias temáticas. No se publicaron notas dedicadas a los candidatos. Teniendo en cuenta que el año 2015 fue un año electoral en el que se eligieron no solo presidente sino también gobernadores de las principales provincias, que Rolling Stone no hiciera referencia a dicha situación da cuenta de que construye a una juventud “apolítica”. Es una definición que de por sí, significa todo un hecho político. Sobre todo, tratándose de un grupo editorial con mucha influencia en la construcción de la opinión pública. En este sentido, difiere con una postura histórica de la edición de origen. Rolling Stone siempre apoyó en Estados Unidos a los candidatos demócratas a la presidencia, alcanzando una gran influencia a partir de la victoria de Bill Clinton en 1992, defendiéndolo luego de las acusaciones de la derecha republicana durante el Caso Lewinsky. La revista también apoyó a la candidatura de Obama y muchas de sus medidas de gobierno. Su postura pública frente a determinados momentos de la política alcanzó una de sus máximas expresiones en mayo de 2006, cuando el entonces presidente estadounidense George W. Bush fue caricaturizado como un estudiante con orejas de burro y el título “George W. Bush: The worst president of the history?”¹⁵. El conservadurismo del grupo mediático al que pertenece la edición argentina se representa en esta revista desde el lugar de la “no política”, aún más peligroso que la derecha más recalcitrante.

En líneas generales, ciertas problemáticas de la juventud no aparecen representadas dentro de la revista. No se tratan temáticas que afecten a los jóvenes tales como métodos anticonceptivos y embarazos no deseados, aborto, situaciones de violencia

¹⁵ “George W. Bush: ¿El peor presidente de la historia?”, en español

juvenil, movimientos estudiantiles, el estado de la educación pública o el consumo de drogas y alcohol. Mucho menos se tratan temas que afecten a los sectores populares, solamente se menciona el consumo recreativo de marihuana.

La juventud aparece representada en dos oportunidades como víctimas. Las mochileras argentinas asesinadas en Ecuador y Lucas Menghini Rey, fallecido en la tragedia de Once. La juventud no aparece en su plenitud, llena de vida, sino en la tragedia. Son jóvenes ya sin moratoria vital, sin posibilidad de serlo. Les han quitado justamente ese crédito que los alejaba de la muerte.

5.5 Rankings: música nueva y juventud ecléctica

Más allá de las reseñas sobre los discos y recitales de los artistas del momento y los especiales con rankings y listados, existen espacios en la Rolling Stone Argentina que cumplen específicamente la función de recopilar los cinco o diez temas más votados en las redes sociales, canales musicales, radios y medios de streaming más importantes del país y del mundo. Estas secciones reciben los nombres de “Playlist”, “Rolling Stone Sound-track” y “Rankings” propiamente dicho.

“Playlist” es presentada como una “Guía de los temas, discos y videos del momento”. Ubicada siempre al principio de la revista, comparte página con la sección “Rolling Stone Sound-track”, pero ocupando mayor espacio, generalmente unos tres cuartos de página. La guía se presenta con los temas o videos elegidos, numerados del 1 al 7. Están todos ilustrados, con el nombre del tema, el artista que lo interpreta y una pequeña reseña sobre lo que se trata. Cabe destacar que todas las canciones tienen una fotografía del artista o del video en cuestión. Es una sección que apareció en trece de las dieciocho ediciones estudiadas, con intervalos de tiempo que van desde enero de 2015 hasta mayo de 2015 inclusive. Luego comenzó en octubre de 2015 y se extendió hasta junio de 2016.

Respecto a los artistas que aparecen, de las noventa y un canciones reseñadas, la música internacional aparece en cincuenta y cuatro oportunidades, casi el 60% de la información que se encuentra en la sección. De estas, hay un claro predominio de la música mainstream por sobre los artistas indie. Los artistas nacionales, por su parte,

aparecen treinta y siete veces, con veinticuatro menciones de los artistas masivos y trece de los artistas independientes.

La sección “Rolling Stone Sound-track”, mientras tanto, ocupa la misma página que “Playlist”, pero en un espacio no mayor al cuarto de página. Es un recuadro con fondo beige en el que el nombre está en letras blancas sobre un fondo rojo. Las reseñas no están ilustradas con fotografías, resaltando el nombre del artista por sobre el de la canción. El nombre sound-track significa “banda de sonido” en inglés y esa es la intención que tiene esta parte de la revista: dar un adelanto de los artistas que aparecen en la edición y ser una guía de las notas que se van a encontrar en ese número. Por ejemplo: En la edición de junio de 2016, entre las canciones elegidas aparece “La Tormenta”, de los Fabulosos Cadillacs, cuyo disco, “La salvación de Solo y Juan” aparece reseñado en la sección de “Críticas” y los integrantes de la banda aparecen en la nota de tapa del número siguiente¹⁶. Esto da cuenta de una permanencia en el tiempo de ciertos artistas, que terminan apareciendo por dos o tres números consecutivos.

La sección “Sound-track” apareció en doce de los dieciocho números seleccionados, en los períodos que van desde enero a mayo de 2015, de octubre de 2015 a enero de 2016, marzo, abril y junio del mismo año. A diferencia de “Playlist”, “Sound-track” fue una sección más intermitente en el tiempo, acumulando un total de sesenta notas. También es una sección en la que predominan las reseñas de música internacional, sumando treinta y siete menciones, en las que hay veinticuatro canciones de bandas y solistas masivos por sobre trece canciones de artistas indie. Los artistas nacionales, nuevamente, tienen un menor espacio en la sección. Las bandas y solistas argentinos fueron nombradas veintitrés veces, con trece canciones que rotan de manera masiva frente a diez que se difunden de manera independiente.

Una particularidad de esta sección es que en la edición de abril de 2016, la columna de “Sound-track” fue reemplazada por otra en la cual Noel Gallagher, ex cantante de Oasis, eligió las que, según su opinión, son las cinco mejores canciones de David Bowie. “In the Heat in the morning”, “Fashion”, “The Jean Genie”, “Let’s Dance” y “Heroes” fueron las seleccionadas para ocupar ese espacio homenaje.

¹⁶ La edición de julio de 2016 no forma parte del corpus seleccionado.

Estas dos secciones interpelan a los dos tipos de juventud que Rolling Stone representa. En el caso de "Playlist", ya desde su subtítulo interpela a la juventud actual, mostrando los temas y videos que debe ver y escuchar. Se construye, entonces, una juventud que tiene gustos musicales diversos, pero con un fuerte predominio hacia los artistas masivos. Son jóvenes que cantan las canciones que están de moda. "Sound-track", por su parte, al ser una sección que repasa a través de la música algunas de las notas de cada edición, aparecen retratados artistas adultos, que ya no pertenecen al colectivo juventud. Aquí se refuerza la construcción por parte de la revista de una juventud basada en la nostalgia. Una adultez disfrazada de juventud, que mantiene su moratoria vital a partir del pasado, del recuerdo de otro momento de la vida, construyendo una idea de juventud a partir de rasgos estéticos y de consumo.

En la página final de la revista, Rolling Stone ha publicado, hasta el cambio de noviembre de 2015, la sección "Rankings". Este reproduce, en cuatro recuadros, las listas de temas más importantes propiciados por MTV, Much Music, VH1, Los 40 Principales, iTunes y Last.fm. Los tres primeros son los canales de música más importantes de Argentina y Latinoamérica. iTunes es la tienda de música de Apple, una de las principales marcas de tecnología. Last.fm es uno de los catálogos de música más grandes del planeta, que permite a sus usuarios escuchar música online y armar listas de reproducción. Por su parte, Los 40 Principales es la franquicia importada por el grupo Prisa de España, que desde la FM 105.5 difunde las novedades del pop, reggaeton, rock nacional y música romántica.

Much Music tuvo asistencia perfecta durante el período estudiado. De los cincuenta temas que aparecen en el ranking, predomina la música internacional mainstream con veintiséis apariciones, le sigue la música nacional mainstream con diecinueve menciones y completan cuatro canciones de artistas indie nacionales y solo un artistas indie internacionales. En cantidad de apariciones siguen los rankings de MTV, que estuvo en la sección todos los meses menos en enero de 2015. La proporción de canciones retratadas es la siguiente: treinta de música internacional mainstream, seis de música nacional mainstream¹⁷, cinco artistas internacionales indie y las restantes cuatro canciones son de artistas nacionales emergentes.

¹⁷ Al transmitirse la señal a toda América Latina, tienen mayor rotación las canciones de aquellas bandas y solistas con mayor proyección regional.

El ranking de Itunes aparece todos los meses, salvo en la edición de agosto de 2015. De las cuarenta y cinco canciones, solo se mencionan artistas internacionales, con un amplio predominio de los mainstream, con treinta y seis temas. En los casos de los listados de MTV o Much Music arman sus listas a partir de los votos del público en sus páginas de internet o redes sociales, mientras que iTunes arma sus rankings a partir de los temas que compran sus usuarios para armar sus propias listas de reproducción.

Por otra parte, los listados de Los 40 Principales, aparecieron en los meses de enero, marzo, mayo, agosto, septiembre y octubre de 2015. Sus treinta temas también muestran un predominio total de la música internacional, correspondiendo veinticinco a artistas mainstream y solo cinco a la música indie. Con cinco canciones menos, el canal VH1 también aparece en el espacio de “Rankings” de la Rolling Stone. Enero, febrero, abril, junio y julio de 2015 fueron los meses en los que aparecieron las canciones más votadas por sus televidentes. De nuevo aparece la diversidad entre la música nacional y la internacional, pero sigue siendo predominante la música de producción extranjera, con veintiuna apariciones y solo cuatro temas o videos de producción nacional.

Finalmente, se suma al análisis el ranking de last.fm. Nuevamente, a tono con las nuevas tecnologías, Rolling Stone toma un listado de los temas más reproducidos en una red social. Con esta aplicación, se pueden armar listas de temas a partir de un movimiento llamado “scrobbling”, en donde el usuario con su mouse puede girar dos círculos que refieren a distintos géneros y épocas. Así, un usuario puede mezclar Heavy Metal de los ´80 y a partir de allí, construir listas de reproducción en base a esa preferencia. En los cinco temas de este ranking, que apareció en agosto de 2015, nuevamente predomina la música internacional con cuatro apariciones, dejando a la música nacional la canción restante.

Tanto “Playlist” como “Rankings” proponen canciones y artistas que están de moda y encabezan los listados de los temas más escuchados en los medios de comunicación. Estas dos secciones, como otros espacios de la revista, construyen una imagen de la juventud consumidora de artistas masivos nacionales e internacionales, con un fuerte predominio de estos últimos. Es una juventud que busca estar al día con las nuevas maneras de escuchar canciones y alcanzar un mayor disfrute de la experiencia musical. Entre los dos espacios, las menciones a protagonistas jóvenes suman trece.

En este sentido, la revista construye una juventud en base a cuestiones societarias pero sin darle demasiado espacio en sus notas.

Por su parte, el espacio de "Sound-track", al ser un adelanto de las notas que se publican en cada número, tiene una mayor variedad de canciones de artistas que no se encuentran de moda, sino que apelan al recuerdo. De las cincuenta canciones reseñadas, quince de ellas hacen referencia a artistas y bandas que no se encuentran en su juventud, cuyos temas fueron lanzados entre veinte y treinta años atrás. El espacio dedicado a los artistas jóvenes es ostensiblemente menor, con seis apariciones dentro de la sección.

5.6 Críticas: lo nuevo y lo viejo

La sección de "Críticas" de Rolling Stone se encuentra en el tercio final de cada edición. Se presenta como una especie de suplemento, pero manteniendo la numeración de la revista. Cuenta con su propio índice y portada de sección. La marca de la revista aparece por encima del nombre de la sección, en un tamaño pequeño. En los dieciocho números analizados, la sección comienza con la reseña del disco destacado en el mes, ilustrada con un dibujo relacionado con el disco o la banda o solista.

En esta sección aparece un marcado predominio de los artistas internacionales por sobre los locales. De los dieciocho discos destacados, doce corresponden a bandas y solistas internacionales de rotación masiva en los medios de comunicación. Mientras que, doscientas setenta y seis de las quinientos cincuenta y ocho reseñas totales provienen de la edición estadounidense. De esta manera, se acentúa la tendencia extranjerizante de la edición argentina de la revista Rolling Stone, a la partir de la publicación de notas que replican de la edición original.

Del total de reseñas publicadas, ciento setenta y seis refieren a músicos internacionales reconocidos masivamente, mientras que ciento treinta y ocho a artistas masivos a nivel nacional. Esto quiere decir que el 56% de las críticas publicadas en Rolling Stone se refieren a discos que tienen alta rotación en los medios de comunicación preponderantes. Esto refuerza la idea acerca de la manera en que Rolling Stone representa a la juventud. Construye jóvenes a los que les interesan

principalmente artistas conocidos y con cierto prestigio dentro ambiente, pero no necesariamente rockeros. El pop y, sobre todo el hip hop, se destacan entre los géneros reseñados en la sección “Críticas”.

En cuanto a la música indie, ciento cincuenta y seis críticas están dedicadas a artistas under nacionales e internacionales. Pero el espacio dedicado a estos grupos o solistas es notoriamente inferior. Mayormente son reseñas cortas, de pocas líneas ubicadas dentro de algún recuadro o de manera suelta. Por otra parte, ningún artista emergente llegó a ocupar la portada de la sección.

El cine y los libros también tienen su espacio dentro de la sección, aunque es mucho menor. La mayor parte de las reseñas hace referencia a la producción musical, ya sea con discos en estudio o en vivo. Durante el periodo estudiado, aparecen cuatrocientos setenta discos reseñados, esto es el 85% del total. El cine y los libros se dividen las ochenta y ocho críticas restantes, con un predominio de las películas por sobre la literatura. Cincuenta y dos films fueron analizados y criticados, mientras que treinta y seis fueron los libros reseñados durante el período analizado. En promedio, aparecen un poco menos de tres películas y dos libros por revista.

En cuanto a la estructura de la sección, la crítica de música ocupa las primeras páginas - junto con su portada - mientras que luego le siguen el cine y los libros y ocasionalmente la columna “En vivo”. En total se publicaron treinta y cuatro crónicas de shows en vivo de artistas nacionales e internacionales, sin ningún tipo de criterio marcado y evidente en la selección de los recitales. En el caso del cine, se destacan ampliamente las películas de producción hollywoodense, aunque también hay lugar para los largometrajes nacionales. La crítica de libros ocupa una sola página, siempre después de los discos, el cine e incluso las reseñas de los shows en vivo.

A partir de lo dicho anteriormente, la edición argentina de la Rolling Stone representa una juventud que consume productos de alcance masivos, basados en la diversidad genérica, pero siempre anclados en los músicos consagrados. Es una generación que gusta de los recitales y festivales masivos, pero no solo de rock sino también de otros géneros, como la música electrónica (Creamfields), el soul (Jungle en Niceto Club) y el hip hop (Lauryn Hill y Wiz Khalifa). Es una juventud con gustos diversos, que también se interesa por la literatura y el cine.

Dentro de la sección de “Críticas” se encuentra la columna de Claudio Kleiman, “Desde el margen”, que aparece en quince ediciones. El espacio que suele ocupar la columna no es mayor a la de un cuarto de página y para diferenciarla del resto de la sección, tiene un color de fondo diferente. Sobre la parte inferior del recuadro la revista presenta al autor con su fotografía y el texto “Claudio Kleiman escribe en RS desde 1998”. El rasgo distintivo de esta columna es la elección de artistas de culto, vinculados al jazz y a la música de los ´60 y ´70, géneros musicales en los cuales Kleiman es especialista y refuerza su condición de melómano y coleccionista.

En esta columna se refuerza la idea de que la revista Rolling Stone construye una juventud no joven, nostálgica del movimiento cultural generado por el rock en los años ´60 y ´70. Se construye a la juventud a partir de ese pasado guardado en el recuerdo pero reivindicado en el presente. Aparece la idea de que “todo tiempo pasado fue mejor”, en la cual el rock tenía una fuerza contracultural.

5.7 Rock & Roll: la sección multi-temática por excelencia

La sección “Rock & Roll” es uno de los espacios de la revista que más notas produce. Como todas las otras secciones, las entrevistas y noticias sobre artistas internacionales masivos o mainstream predominan por sobre otras, apareciendo en noventa y siete de las doscientas setenta y cuatro notas durante el período analizado, aproximadamente el 35% del total. En total, el 60% de las notas tratan sobre música y el 40% restante, sobre diversas temáticas. Esto da cuenta de la variedad de temas que aparecen aquí. Las series les siguen con veinticinco apariciones, mientras que el cine aparece mencionado en dieciséis notas y la tecnología en doce. Los libros y la televisión aparecen como tema principal en once oportunidades, cada uno.

Tres notas publicada en esta sección tratan sobre negocios. Los productos allí mencionados tienen que ver con el mundo de la música. “Una guitarrita uruguaya es el nuevo fetiche rockero”, describe las bondades de la Loog Guitar, una pequeña guitarra de tres cuerdas, muy solicitada por artistas internacionales. Mientras que “El negocio de la música se focaliza en los shows y los discos en vivo” de enero del 2015 se enfoca en el nuevo panorama del mercado musical, basándose en las ganancias que generan los recitales y el lanzamiento permanente de discos en vivo por parte de los sellos discográficos. Finalmente, la tercera nota vinculada a los negocios es la

aparecida en la misma edición, sobre la nueva línea de marihuana que lanzó la familia Marley. La aparición de este tipo de notas reafirma la idea de que el rock se aleja cada vez más de la contracultura y queda cada vez más claro que es un negocio.

En cuanto a los contenidos, tan solo veintidós notas tienen a jóvenes como protagonistas de las más de doscientas producidas en la sección. No todas se refieren a la música. Deportes, moda, televisión, cine y tecnología son algunos de los tópicos tratados en la sección. Se destacan la presentación del documental “Amy”, sobre la vida de Amy Winehouse en agosto de 2015, el lanzamiento como cantante de la hija mayor de Ozzy Osbourne en junio de ese año y el éxito del canal de Youtube uruguayo “Tiranos Temblad”, elogiados por Ricardo Darín, en marzo de 2015.

“Rock & Roll” es una de las secciones que, a pesar del predominio de noticias sobre el mundo de la música, da lugar a otros géneros como el cine, la televisión, la tecnología, las series y la moda. En esta sección la revista Rolling Stone construye una juventud que se informa sobre los éxitos del rock, pop, electrónica y hip hop, que quiere saber también de las novedades tecnológicas, los nuevos programas de televisión, las series que son furor y las nuevas películas. Una sección que construye una juventud moderna y actualizada, que sigue las modas y tendencias.

Por otro lado, como en toda la revista, una importante cantidad de notas apelan a la representación de la juventud nostálgica. En cincuenta y cuatro oportunidades la temática tratada en las notas se relaciona en algún sentido con los inicios del rock, sus padres fundadores y los años ´70 y ´80. Se apela al recuerdo afectuoso de otros momentos, con el rock como referencia. Algunos de los personajes protagonistas de estas notas son Litto Nebbia, con su llegada al Teatro Colón aparecida en la edición de diciembre de 2015 o el recuerdo de la primera visita al país de The Rolling Stones, reseñada en febrero de 2016.

Esto sirve para reforzar la idea de que la revista construye a partir de todas sus secciones, dos juventudes: la actual y una relacionada con la nostalgia de un tiempo pasado vivido. Tanto estos artistas mencionados, como The Beatles, Black Sabbath, Bob Dylan y Luca Prodan - que aparecen en las notas - pertenecen a otro momento histórico del rock nacional e internacional, pero que siguen formando parte de la agenda de la revista, construyendo así una juventud nostálgica.

Respecto al origen de las noticias, hay un leve predominio de las informaciones producidas en nuestro país por sobre las notas de la edición estadounidense. Son ciento cuarenta y seis sobre las doscientos setenta y cuatro relevadas en el período estudiado. Se diferencia de otros apartados de la revista en los cuales las noticias de la Rolling Stone original superan las producidas localmente. De todas maneras, casi un 50% de las notas de esta sección no se producen en el país. Esto le da a este espacio un aire más localista en cuanto a sus temáticas y contenidos, respecto del resto de la revista.

5.8 P&R. Entrevistas clásicas y entrevistados modernos

Esta sección aparece en catorce de las dieciocho ediciones estudiadas. El nombre sugiere la manera en que están estructuradas las notas: la letra P hace referencia a la palabra “preguntas”, mientras que la R a “respuestas”. Por lo tanto, es una entrevista clásica a músicos nacionales e internacionales, con exclusivo contenido musical. Todas las entrevistas tienen al nombre del entrevistado como título y una pequeña bajada que sirve como introducción a la nota. La misma está ilustrada con una foto del entrevistado de cuerpo entero, atemporal, sin hacer referencia al contexto de tiempo y lugar en el que se tomó.

De las veintiocho notas totales, predominan los referentes de la música internacional mainstream, sumando veinte entrevistados. Algunos de los nombres que aparecen en la sección son Noel Gallagher, Madonna, Roger Waters y Steven Tyler, todos artistas consagrados a nivel internacional. Pero también hay lugar para artistas independientes como Shirley Manson, cantante de la banda de culto Garbage. Diecisiete notas provienen de la edición estadounidense, reforzando el carácter internacional de la edición local y dándole una mirada extranjerizante a esta sección en particular. Once entrevistas son de producción nacional y en siete de ellas los protagonistas son artistas nacionales reconocidos masivamente, como Fabiana Cantilo, Fidel Nadal y Leo García.

A diferencia de “Rock & Roll”, hay una mayor presencia de jóvenes como protagonistas de las notas. Sin poseer tanta estirpe rockera, la ex Disney Selena Gomez, Nick Jonas y la nueva estrella musical Lana del Rey fueron entrevistados. En los tres casos son ídolos teen que se dedican a la música pop. Esto da cuenta de uno

de los rasgos de la juventud actual que construye Rolling Stone, que además de rockera, tiende a escuchar otros géneros. Es una juventud sin tantos prejuicios que puede escuchar otros géneros musicales.

5.9 Ediciones especiales: reafirmación de las representaciones

Como ya ha sido explicado, Rolling Stone tiene una estructura camaleónica en la que ciertas secciones se repiten a lo largo de todos los números (“Correspondencia”, “Críticas” y “Rock & Roll”). Algunas aparecen en la gran mayoría de las ediciones, mientras que otras van mutando y reinventándose a lo largo del corpus seleccionado. Por otro lado se encuentran las ediciones especiales que se publican dentro de la revista. Son veintinueve, a razón de una y media por número. Una sola revista del corpus no tiene ningún especial en ella: el número 203, de febrero de 2015. El resto de las revistas seleccionadas cuentan, al menos, con una edición especial.

Serán consideradas ediciones especiales de acuerdo a dos criterios. El primero tiene que ver con sus apariciones, si lo hace menos de dos veces en un año no será considerada una sección fija. El segundo criterio tiene que ver con el contenido. Serán consideradas ediciones especiales si poseen una unificación temática y las diversas notas que se publican dentro de estas tienen una coherencia interna que terminan conformando un todo. En este sentido, son consideradas ediciones especiales aquellos rankings típicos de esta revista que aglutinan, de acuerdo a una temática determinada, ciertos artistas, discos o documentales. La edición 204 de marzo de 2015 trae un pequeño dossier de 16 páginas, sobre el festival Lollapalooza. No será tenido en cuenta ya que no forma parte de la revista sino que es publicado de manera separada y vendido junto con dicha edición.

Analizar estas ediciones especiales permitirá encontrar coincidencias y diferencias con el resto de las secciones fijas en la construcción de la juventud. Dada la trascendencia que este tipo de publicaciones tiene dentro de la revista, es de vital importancia tomarlas como eje de análisis. En tres oportunidades la nota de tapa es una edición especial: “Las 100 mejores canciones de Charly García”, Santiago del Moro en el especial sobre televisión y Cucho Parisi como protagonista del primer

especial navideño argento. Mientras que en ocho de las tapas, el especial de ese número es promocionado dentro de los destacados de la misma.

“7 artistas para ver”, “10 artistas para ver”¹⁸, “Vida universitaria” y “Hot List” son sin dudas las ediciones especiales con contenido juvenil por excelencia. En el ranking de artistas nuevos se presentan bandas o solistas emergentes. Mientras que en especial sobre universidades, esa temática sirve de disparador para tratar diversos temas en relación con la educación superior. Sin entrar en temas políticos, ni en debates sobre la educación en sí, se editan notas que se relacionan con el amplio mundo universitario. Por último, la edición caliente es un especial heterogéneo en cuanto a sus temáticas. Desde una banda teen en ascenso hasta una diosa nacional, pasando por la reedición de un disco de Hermética y la recomendación de discos y libros.

“Vida universitaria” fue publicada en dos oportunidades: en el número 209 de agosto de 2015 y en el 218 de mayo de 2016. Mientras que “7 artistas para ver” aparece en las ediciones 208 de julio de 2015, 204 de mayo de 2015 y 216 de marzo de 2016. “10 artistas para ver” fue publicado el número 212 de noviembre de 2015. Por su parte “Hot List” aparece en las ediciones 210 de septiembre de 2015 y 215 de febrero de 2016.

Las páginas de “7/10 artistas para ver” son coloridas, con sus títulos en rojo y amarillo. Cada artista o banda es presentado en formato de ranking. Se lo describe musicalmente y es señalado a qué artista reconocido es parecido y para qué público está destinado. Además, en pocas líneas, aparece su voz a través de textuales y se recomiendan algunas de sus canciones. Esta sección, enmarcada dentro de los Especiales “En Caliente”, presenta una gran variedad musical, en cuanto a los géneros con los que son definidos. De los treinta y un artistas presentados, diez hacen rock, tres folk-rock, grunge, hardcore y pop cada uno. Y dos músicos pertenecen al hip-hop, rap, rock progresivo y soul respectivamente. Mientras tanto, a un artista lo definen como blues, electro, funk y punk-rock en cada caso. Si bien tiene una estirpe rockera, aparecen representados otros géneros, más actuales como el rap y el hip-hop.

¹⁸ La edición especial aparece con estos dos nombres, de acuerdo a la cantidad de artistas emergentes reclutados en su listado. Sin embargo se trata de la misma sección con la simple variación de su extensión en cuanto al ranking propuesto.

Como en las demás secciones que forman parte de las revistas, algunas de sus notas son replicadas de la edición estadounidense. En el caso de esta selección de artistas emergentes, diecinueve de las treinta y uno reseñas son traducidas de la revista madre. Esto hace que más de la mitad de los artistas presentados sean extranjeros y de habla no hispana. Esto le da una visión extranjerizante, centrada en Estados Unidos y su producción cultural.

Por otra parte, teniendo en cuenta las temáticas planteadas en “Vida universitaria”, de las veinte y ocho notas publicadas, once tienen que ver con interés general y ocho con la música. Le sigue la tecnología, con cuatro menciones. La primer nota - que ocupa el lugar de tapa de sección - de ambos especiales retrata a jóvenes universitarios que, a partir de su paso por la educación superior, han generado proyectos propios de acuerdo con sus estudios: Santiago Sedelacek, un estudiante de Diseño de indumentaria de la UBA, creó la fan page de Facebook “La FADU anda vistiendo”, en la que retrata estudiantes con el fin de mostrar sus vestimentas y “Cumbia nena”, el dúo de universitarias del IUNA que saltaron a la fama reversionando canciones de cumbia clásicas.

Dos de las notas (una por cada edición) tratan sobre innovaciones hechas por estudiantes de universidades. Una es sobre una heladera reciclada en la que es posible cultivar. La otra, sobre la creación de guitarras fabricadas con elementos no convencionales. Por otro lado, en cada uno de los números se describe sobre una cátedra universitaria que tiene que ver con la innovación. La primera es la cátedra Rondina de Diseño Industrial de la FADU, en la que crean soluciones para el mundo real desde los claustros. La segunda es una materia de la Facultad de Ingeniería de la misma universidad en la que brindan herramientas para llevar adelante emprendimientos. Por último, en la edición de agosto de 2015 una página es dedicada a una guía de compras de productos supuestamente útiles para los jóvenes universitarios: un auricular, un celular inteligente, anteojos de descanso, un anotador y un bolígrafo, un lector de libros electrónicos y una ultrabook.

Por otra parte, el “Hot list” comienza con la fotografía de una mujer pulposa con poca ropa, posando de manera sensual. En cuanto al diseño predominan los colores típicos de la revista: rojo, negro y blanco. Al título de cada una de las notas se le agrega la palabra “Hot”, como “Rockero hot”, en la edición 210, haciendo referencia al cantante de Tame Impala o “Chica Hot” para presentar a la modelo y conductora Ivana Nadal,

en febrero de 2016. En algunos casos el uso de esa palabra es forzado, como en “Es o se hace Hot”, presentando la nota de Karina Jelinek en septiembre de 2015 o “Mandato televisivo Hot”, en febrero de 2016, para la nota sobre los superhéroes geeks¹⁹ que protagonizan series televisivas.

En cuanto a las temáticas desarrolladas en las notas, presenta una gran heterogeneidad y no hay un hilo conductor entre ellas, como sí sucede en otras ediciones especiales. De las sesenta y cuatro notas publicadas entre las dos ediciones, diez tratan sobre artistas musicales internacionales de rotación masiva. Por su parte, tan solo tres artistas o bandas extranjeras son emergentes. Completan la información musical, tres artistas nacionales masivos. A pesar del poco espacio para los artistas under, es uno de los pocos lugares en la revista en la que aparecen músicos jóvenes como protagonistas de sus notas: los californianos de 5 Seconds of Summer, el grupo de gitanos hiphopero Pxxr Gvng, Alessia Cara, Tame Impala y la banda argentina pop Indios. No solo aparecen jóvenes que pertenezcan al mundo de la música sino también del cine, los deportes y la televisión. Comparando con otras secciones, en proporción, es en la que se publicaron más notas que hablan sobre jóvenes. Se los muestra cancheros, con onda, hot, haciendo honor al nombre de la sección.

Teniendo en cuenta el especial “7/10 artistas para ver” se construye una juventud ecléctica en sus gustos musicales, enfocada principalmente en el hip-hop, el rap y el pop, que tiene en cuenta principalmente la movida internacional, centrada en los Estados Unidos. Ya no es una juventud con tantos prejuicios musicales, encasillada en uno o dos géneros, como podría serlo en otros momentos históricos. Se representa una juventud que gusta de diversos géneros musicales, que no pone un freno a la hora de sus elecciones. Es una juventud más permisiva en cuanto a sus gustos y las fusiones. El centro de la escena musical y de las tendencias ya no está en Inglaterra, sino que ha virado a Estados Unidos.

En cuanto a “Vida universitaria”, se construye una juventud de clase media y media alta, con acceso a la educación superior. Si bien los protagonistas de las notas han pasado por la universidad pública, no hay un debate sobre este tema. No se pone en

¹⁹ Se llama así a las personas fascinadas por la tecnología y la informática, así como también por la ciencia ficción y las obras literarias, series, películas y videojuegos que se produzca a partir de ellas.

tela de juicio el avance de la educación privada, ni los presupuestos dedicados a la educación pública y mucho menos se muestran las condiciones edilicias de las universidades públicas nacionales. Se construye un joven alejado de estas cuestiones, totalmente despolitizado. Pareciera que la política no es un tema que ellos debieran tratar, es algo ajeno, que ya llegará en otro momento de la vida. Es una juventud representada en el consumo, con eje en la tecnología. Son jóvenes actualizados, que utilizan todo tipo de aplicaciones en sus smartphones. Pero no se trata la problemática de la inserción laboral y profesional de los jóvenes. Pueden consumir, pero no se hace foco en la manera en que lo hacen ni desde qué fuente proveedora de dinero.

El caso de “Hot list” es el más particular: se le dedica mucho espacio a los jóvenes en sus notas, cosa que no sucede en otras secciones. El contenido heterogéneo construye una juventud a la que le interesan diversos temas. Anclada en la música, pero con otros intereses. Jóvenes que saben sobre muchas cosas, pero a la vez poco de cada una de ellas y no profundizan en los temas. Están abiertos a tener nuevos consumos culturales. Son cancheros, cool, pero también les gustan los chimentos televisivos y sus protagonistas. Representan una clase media cosmopolita.

Por otra parte, en el caso de “las 100 mejores canciones de Charly García” y los “40 mejores discos de punk” es necesario focalizar el análisis desde la misma perspectiva. Sucede el caso contrario al señalado anteriormente. Ya no es un contenido de y para la juventud actual sino que es melancólico. Como es de esperar, la mayoría de los destacados por el ranking son producciones del siglo pasado. Y es lógico que así suceda. El punk como género musical tuvo su esplendor, breve por cierto, durante la década del ´70. Lo mismo sucede con el cantante argentino que, habiendo comenzado su carrera musical en los años ´70, la mayor parte de sus grandes éxitos fueron editados durante las dos décadas posteriores.

Es por eso que, analizar caso por caso cada disco o canción para comprender la manera en que es representada la juventud podría incurrir en un desvío del análisis. En este sentido, es necesario analizar cada ranking en su conjunto y comprenderlo como un todo, observando el lugar que ocupa y pensando qué tipo de jóvenes construye. En ambos casos, la elección de esta temática responde a la construcción de una juventud relacionada con la melancolía. Son jóvenes que ya no se ajustan a

esos parámetros etarios pero que sí lo hacen respecto a sus consumos musicales y culturales en general. Se reivindica una juventud pasada, de otro momento histórico.

Siguiendo esta línea, el punk es sinónimo de rebeldía, de lucha contra lo establecido, de enfrentamiento contra el poder, es anárquico y crudo. Es un género adolescente en sí mismo y fue vanguardia para generaciones actualmente adultas. Algo similar sucede con Charly García. Si bien es un artista que, en términos fácticos, atraviesa diversas generaciones; en términos simbólicos representa esa primera generación de rockeros que ganaron masividad, la segunda del prolífico movimiento nacional luego de Almendra, Manal y Los Gatos. Es el folk rock setentoso de Sui Generis, el sonido beat de Serú Girán, es el John Lennon argentino, como a la propia Rolling Stone le gusta llamarlo. En términos generacionales es el abuelo canchero del rock nacional.

Y esta añoranza del pasado atraviesa ambas notas. En el caso de “las 100 mejores canciones de Charly García”, solo cinco son de producción reciente, de los últimos 15 años. Aún más interesante es el tema de las ilustraciones de la nota. Las dieciocho fotografías que ilustran el ranking muestran un Charly joven, alejado del señor mayor, con algunos kilos de más y con los problemas de salud en el que se ha convertido. Muestran su pasado glorioso (y también penoso), lleno de talento, y también de excesos. Pero no hay una referencia al presente, no se muestra la vejez. García queda congelado en el tiempo, en un cuerpo joven, sin los problemas de salud que la edad trae. La vejez no es mal vista, siquiera es mostrada, como si al no aparecer, no existiera. Como si al ilustrar a un Charly joven el tiempo se parara y los últimos 20 años no hubieran pasado. Es la añoranza de una juventud pasada, de dos o tres décadas atrás.

Por otro lado, agrupar a 40 discos de punk es la melancolía en sí misma. Es la reivindicación de un pasado juvenil por excelencia. Tan solo dos discos fueron editados en este siglo. Gran parte de esas bandas ya no existen como tales y muchos de sus miembros han muerto debido a los excesos. Aun así se reivindica una juventud anárquica y rebelde, siempre con la melancolía a cuesta de un tiempo pasado.

En cuanto a los especiales fotográficos cabe mencionar simplemente que se destacan artistas consagrados. “All Access” retrata la intimidad de los shows de IKV, No Te Va Gustar, La Vela Puerca y Kapanga. Mientras que el denominado “Dossier fotográfico” realiza una cobertura fotográfica sobre el festival de Cosquín Rock y los shows de Rolling Stones y el Indio Solari. Además, en el número 212 de noviembre de 2015, se publica un especial fotográfico sobre diferentes shows del rock nacional. Mientras que en el número 205 aparece un portfolio aniversario, en el que se fotografían a diferentes artistas locales. En ninguno de los casos aparecen artistas jóvenes o emergentes.

En la edición de abril de 2016 aparece por única vez “RS Style”, una especie de portfolio de moda, típico de las revistas como Gente o Caras. Pero en una revista de rock. Dos mujeres, jóvenes, bellas, rubias y con mucho estilo son fotografiadas en un día de campo, en una producción silvestre-chic, digna de la mujer de un polista. Bajo el título “Mujeres bellas & fuertes”, en ocho páginas son retratadas las actrices Justina Bustos y Paula Carruega. Además, junto a una de sus fotos se las describe brevemente en una reseña, en la que también cuentan su relación con la moda. *“Aunque se viste casi siempre con camisas blancas o remeras que le roba a su novio y dice que la moda no le interesa, las marcas de ropa sí se interesan en ella”*, dicen sobre Bustos. Además, en cada foto, en un recuadro, aparecen los datos de la vestimenta que las modelos lucen. Con esta edición especial se reafirma la construcción de una juventud posmoderna, tecnológica y también preocupada por la moda. Aunque suenen despreocupados por las cuestiones estilísticas, están a la moda. Son jóvenes chic, que parecen casuales.

Por su parte, el especial sobre TV es bastante ecléctico en sí mismo. Por un lado, comienza con una entrevista de ocho páginas con el ex conductor televisivo David Letterman. Para luego darle paso a Gastón Trezeguet, el mítico participante de la primera edición de Gran Hermano argentina, una especie de joven eterno experto en el reality show que cautiva a los jóvenes de todo el mundo. Por otro lado, en el Panelómetro aparecen retratados varios de los nuevos panelistas jóvenes que han

irrumpido en la televisión en los últimos años, junto con los ya clásicos. De Flavio Azzaro a Silvia Fernández Barrios, con muchas escalas.

Y luego, el lugar para dos de los jóvenes que han irrumpido con éxito en la televisión argentina en los últimos años: Lali Espósito y Santiago del Moro. A la actriz y cantante teen se la muestra en otra faceta, mucho más sexy. De Santiago del Moro se destaca ese pasaje del post-adolescente rebelde de Much Music, al conductor estrella/promesa de la actualidad. Dos perfiles distintos, pero que, junto a la nota sobre Cumbio, fueron la única posibilidad de ver jóvenes retratados en esta sección. Se repite y acentúa lo ya señalado, pocos jóvenes en sí retratados en la revista.

Lo mismo sucede con el primer especial navideño en la edición nacional. El personaje de tapa es Cucho Parisi, el líder de Los Auténticos Decadentes. El símbolo nacional de la fiesta, pero también la representación del adulto que vive una juventud eterna, que se viste como tal y que nunca ha dejado sus hábitos juveniles. Y luego, unas breves entrevistas a diferentes artistas destacados, en la que hacen sus pedidos navideños. Desde Martín Piroyansky o Lali Espósito, dos jóvenes promesas del ambiente televisivo y cinéfilo hasta Juanse o Ale Sergi, dos músicos que mantienen viva su juventud a pesar de ya no serlo. Se reafirma la construcción de dos juventudes diferentes, representadas con dos tipos de personajes distintos. Una juventud del siglo XX y la otra del siglo XXI, posmoderna y ecléctica.

En las ediciones especiales se reafirma esta construcción sobre la juventud que ya ha sido señalada. En realidad, las juventudes, en plural. Son dos, la juventud actual, que lo es por su edad y condición social. Esos jóvenes urbanos y posmodernos, del siglo XXI. Jóvenes de clase media y clase media alta, más ligados a las tecnologías y al consumo, con menos prejuicios en cuanto a sus consumos culturales. Más alejados del barrio y más cercanos a las cosmovisiones de la vida porteña. Jóvenes que no se encasillan en un solo género musical sino que valoran las fusiones. Y de otro lado están los ya no tan jóvenes, que aun habiendo pasado hace tiempo esta etapa de la vida continúan añorando esta época. Hay una mirada nostálgica del pasado, de un pasado que fue mejor. No aparecen retratados los signos de la edad que dan cuenta del paso del tiempo, sino que por el contrario hay una idea de eterna juventud.

En los listados típicos de la revista se representa este joven que ya no lo es, melancólico por el tiempo en que realmente lo era. Se reivindican los viejos próceres del rock y su producción musical en su etapa de juventud.

En las ediciones especiales se reafirma esta idea. Se representa a esos jóvenes de clase media y alta que acceden a la educación superior, ya sea pública o privada, apoyándose en sus consumos culturales. No hace referencia a la política universitaria, a la educación pública y sus presupuestos ni a las dificultades de acceso de otras clases sociales. Se exagera la juventud, mostrando la vida universitaria como un disfrute eterno sin introducirse en los problemas ni en las dificultades para la inserción laboral juvenil.

5.10 Notas extranjeras: visión extranjerizante

Muchas de las notas que se publican en la edición nacional de la Rolling Stone son replicadas de la versión estadounidense. De las dos mil trescientas setenta notas publicadas en estas dieciocho ediciones, quinientos setenta y tres provienen de la edición madre. Es decir, casi un cuarto de la producción periodística de la revista proviene del extranjero. ¿Qué consecuencias trae esto a la hora de pensar en la manera en que la Rolling Stone argentina representa a la juventud?

En principio, cabe mencionar que no es el objetivo de este trabajo entrar en cuestiones financieras respecto a este tema. Obviamente es mucho más económico replicar una nota que ya fue escrita y pagada en otro lugar del mundo en vez de contratar periodistas nuevos, con salarios y cargas sociales al día. Además, para poder utilizar la marca Rolling Stone se ya se paga una franquicia. Por lo tanto, hay una cuestión monetaria, que debe mencionarse pero no analizarse porque no hace a los objetivos planteados. Y hay otra cuestión que es el acceso a determinadas notas. Obviamente para un periodista argentino es casi imposible (y aquí interviene lo económico también) entrevistar en su casa a Keith Richards. Más allá de estas dos salvedades necesarias de hacer, hay otras cuestiones que deben tenerse en cuenta y que sirven para analizar la manera en la que se construye la juventud en la edición nacional de la Rolling Stone.

Algunas de las ediciones especiales se replican totalmente de la edición estadounidense. Los “100 mejores bateristas de todos los tiempos”, “40 mejores documentales de rock” y los “40 mejores discos de punk” son plenas traducciones de rankings publicados en el extranjero. Por lo tanto no aparecen artistas nacionales. Y esa es una de las cuestiones que sirven para analizar la construcción de la juventud. De alguna manera se produce una desvalorización de lo local frente a lo extranjero, con una visión enfocada en Estados Unidos y dejando de lado la producción musical latinoamericana. Resulta obvio que si un especial se produce en el extranjero no haya artistas nacionales, pero construye una juventud globalizada, centrada en lo extranjero, que subvaloriza lo local frente a la invasión cultural estadounidense.

Como ya ha sido oportunamente señalado, en “7/10 artistas para ver”, la mayoría de los artistas son extranjeros. Así también sucede en otras secciones. De las quinientas cincuenta y ocho críticas, doscientas setenta y seis fueron escritas por un periodista extranjero. Como consecuencia, mínimamente la mitad de los artistas reseñados son no son argentinos. Lo mismo sucede con las entrevistas, crónicas y perfiles, las notas clásicas de la revista. La mayor parte de estas son traducidas de la versión estadounidense. Esto hace que se produzca una visión del mundo desde la mirada extranjera. Las cuestiones políticas y de interés general tienen la visión de periodistas que nacieron en otro país, con otra idiosincrasia, con otra cultura totalmente diferente a la argentina. Lo local no solo pierde en cuanto a lo cultural y a la invasión de artistas extranjeros, sino también frente a la visión del mundo.

6. Close-up. Conclusión

De acuerdo a lo analizado a partir de una triangulación metodológica entre los enfoques discursivos y de contenido, serán explicitadas las conclusiones arribadas de acuerdo a los objetivos propuestos, principalmente en las representaciones de la juventud que la revista Rolling Stone argentina construye.

En cuanto a los protagonistas destacados en las tapas, no aparecen artistas jóvenes. Por el contrario, son personajes adultos y adultos mayores en los que se destaca su modo de vida juvenil a partir de las prácticas de este grupo socio-etario. Se exagera un pasado glorioso, anclados en los inicios del rock tanto nacional como internacional. Se dejan de lado los rasgos de la vejez, para construir así una idea de juventud eterna, que sobrevivió a todo tipo de excesos.

En referencia a la autoría de las notas, hay un predominio de publicaciones tomadas de la versión estadounidense de la Rolling Stone. De esta manera, en su edición nacional, se construye una visión del mundo extranjerizante y occidentalizada, anclada en el país norteamericano y su idiosincrasia, dejando de lado la mirada argentina sobre hechos políticos y de interés general. Además, esto deja poco espacio para los artistas locales y su difusión. La producción cultural argentina queda relegada en importancia y espacio frente a la globalización y la entrada de los “tanques” estadounidenses y europeos.

Por otro lado, la aparición de jóvenes en la revista escasea. Y, en ese sentido, las problemáticas que rodean a este sector también lo hacen. En relación al corpus total de notas, no hay un desarrollo extenso de temáticas que afecten a los jóvenes como tales. Esto trae notables consecuencias en las representaciones que la revista construye de los jóvenes. Como ya ha sido mencionado, son tan importantes las repeticiones de temas como también las ausencias para poder arribar a una conclusión acerca de las construcciones que la Rolling Stone realiza y los procesos de naturalización respecto a la juventud.

A partir de lo dicho anteriormente, sumado a la nostalgia construida en relación a los orígenes del movimiento rockero - y de la revista en su versión original - la Rolling Stone argentina no construye una juventud homogénea, sino que representa dos tipos de juventud bien diferenciadas, con características bien marcadas. Por un lado, de

manera relegada, la juventud actual anclada en sus rasgos postmodernos. Es una juventud abierta a los cambios tecnológicos y consumista, con gustos musicales eclécticos y diversos. No basa sus intereses en el rock, sino que consume otros géneros, como el pop, el hip-hop y la música electrónica y sus fusiones, con una clara preferencia de artistas masivos por sobre los emergentes. Es apolítica y apartidaria, no se involucra en estos temas salvo en casos puntuales, que generen conmoción en la opinión pública.

En contraposición, Rolling Stone representa otra juventud, basada en la nostalgia de un tiempo pasado que “fue mejor”. Esta juventud no se construye sobre su base etaria sino a partir de su modo de vida juvenil y su moratoria vital que la aleja de la muerte. No aparece retratada la vejez, ni las consecuencias del paso del tiempo y la experiencia de vida. Se construye aquí una juventud eterna. Desde la melancolía, se revaloriza y pone en el centro de la escena a los padres fundadores del rock a nivel local e internacional. Se produce un congelamiento en el tiempo durante la juventud, que lo aleja definitivamente de la muerte.

7. Playlist. Anexo

Cantidad de apariciones de las secciones

Secciones	Total
Correspondencia - "Palabras cruzadas"	18
Críticas	18
Rock & Roll	18
P&R	16
Playlist	13
Close-up	12
Rolling Stone Sound-Track	11
A fondo	9
El túnel del tiempo	9
Random	9
Rankings	9
RollingStone Redes	9
RollingStone.com.ar	8
Desde el margen	6
All Access	4
Túnel del tiempo	4
Dossier fotográfico	3
7 artistas para ver	2
Anuario 2015	2
Archivo RS	2
Television	2
Vida universitaria	2
10 artistas para ver	1
40 mejores documentales de rock	1
Asuntos Externos	1
Asuntos internacionales	1
Asuntos Internos	1
Cine	1
Discos del año	1
Dossier Especial	1
En breve	1
Especial de moda: RS Style	1
Especial en caliente	1
Especial en el Estudio	1
Especial Hot List 2015	1
Especial Navidad	1
Especial TV	1

Hot List 2016	1
Libros	1
Lo mejor de 2014	1
Los 100 mejores bateristas de todos los tiempos	1
Los 40 mejores discos del punk	1
Mi lista	1
Mi vida en ...	1
Perfil	1
Portfolio Aniversario (Edición especial)	1
Reporte Rolling Stone	1
Revolución Lollapalooza (Especial)	1
Rolling Stone Interview	1
Series del año	1
Temas del año	1
Especial Charly García-100 mejores canciones	1

Géneros temáticos en la sección “Rock & Roll”

Sección	Género	Total
Rock & Roll	Arte	1
	Cine	16
	Deportes	4
	Diseño	1
	Fotografía	2
	Interés general	8
	Internet	6
	Libros	11
	Medios	4
	Moda	2
	Música	2
	Música internacional indie	13
	Música internacional mainstream	97
	Música nacional	2
	Música nacional e internacional mainstream	1
	Música nacional indie	15
	Música nacional mainstream	33
	Negocios	3
	Política internacional	3
	Series	25
	Tatuajes	2
	Tecnología	12
	Televisión	11
Total		274

Tipos de juventudes construidas en sección "Rock And Roll"

<u>Juventud</u>	<u>Total</u>
Actual- Protagonista joven	22
Nostálgica	54
<u>Total</u>	76

Origen de las notas aparecidas en Sección "Rock and Roll"

<u>Origen</u>	<u>Total</u>
Publicada en edición EEUU	128
Edición Argentina	146
<u>Total</u>	274

Géneros temáticos en la sección "Críticas"

<u>Sección</u>	<u>Género</u>	<u>Total</u>
Críticas	Música internacional mainstream	175
	Música internacional indie	139
	Música nacional indie	96
	Música nacional mainstream	60
	Cine	52
	Libros	36
<u>Total</u>		558

Géneros temáticos en la sección "Vida Universitaria"

<u>Género</u>	<u>Sección</u>	<u>Total</u>
Interés general	Vida universitaria	11
Tecnología	Vida universitaria	4
Música	Vida universitaria	2
Música internacional mainstream	Vida universitaria	2
Música nacional indie	Vida universitaria	2
Música nacional mainstream	Vida universitaria	2
Fotografía	Vida universitaria	1
Internet	Vida universitaria	1
Medios	Vida universitaria	1
Moda	Vida universitaria	1
Televisión	Vida universitaria	1
<u>Total</u>		28

Géneros temáticos en la sección “Correspondencia”

<u>Sección</u>	<u>Género periodístico</u>	<u>Género</u>	<u>Total</u>
Correspondencia	Carta de los lectores	Música internacional mainstream	36
		Música nacional mainstream	28
		Música	12
		Medios	10
		Interés general	6
		Música nacional indie	6
		Libros	3
		Política nacional	3
		Cine	2
		Deportes	2
		Música internacional indie	1
		Música nacional	1
		Tecnología	1
		Televisión	1
		Total	112

Música en la edición especial “7 o 10 artistas para ver”

<u>Género</u>	<u>Totales</u>
Música internacional indie	15
Música nacional indie	10
Música internacional Mainstream	4
Música nacional mainstream	2
Total	31

Tipo de Juventud que aparece en las notas

<u>Tipo de Juventud</u>	<u>Total</u>
Actual- Protagonista joven	224
Nostálgica	439
Protagonista joven	1
(en blanco)	1783
Total general	2447

Géneros temáticos en la edición “Hot List”

<u>Sección</u>	<u>Género</u>	<u>Total</u>
Hot List	Música internacional mainstream	10
	Deportes	8
	Interés general	6
	Series	6
	Cine	4
	Moda	4
	Tecnología	4
	Televisión	4
	Internet	3
	Medios	3
	Música internacional indie	3
	Música nacional mainstream	3
	Libros	2
	Publicidad	2
	Política internacional	1
	Política nacional	1
<u>Total</u>		64

Géneros musicales en la edición especial “7 o 10 artistas para ver”

<u>Género</u>	<u>Totales</u>
Rock	7
Folk-rock	3
Grunge	3
Hardcore	3
Pop	3
Hip-hop	2
Rap	2
Rock progresivo	2
Soul	2
Blues	1
Electro	1
Funk	1
Punk-rock	1
<u>Total</u>	31

Géneros temáticos en la sección “Rolling Stone Soundtrack”

<u>Género</u>	<u>Total</u>
Música internacional mainstream	24
Música internacional indie	13
Música nacional mainstream	13
Música nacional indie	10
<u>Total</u>	60

Géneros temáticos en la sección “Playlist”

<u>Género</u>	<u>Total</u>
Música internacional mainstream	41
Música nacional mainstream	24
Música internacional indie	13
Música nacional indie	13
<u>Total</u>	91

Géneros temáticos en la sección “A fondo”

<u>Sección</u>	<u>Género</u>	<u>Total</u>
A Fondo	Interés general	7
	Cine	6
	Deportes	5
	Tecnología	5
	Fotografía	4
	Arte	3
	Música internacional mainstream	4
	Televisión	3
	Libros	2
	Medios	2
	Música nacional indie	2
	Música nacional mainstream	2
	Cine/Libros	1
	Internet	1
	Moda	1
	Música	1
	Política Internacional	1
<u>Total</u>		50

Rankings

<u>Sección</u>	<u>Total</u>
Top 5 clips Much Music	50
Top 5 clips MTV	45
Top 5 temas iTunes	45
Top 5 temas 40 principales	30
Top 5 clips VH1	25
Top 5 temas Last.FM	5
<u>Total</u>	<u>200</u>

Tipos de músicas que aparecen en los rankings

<u>Sección</u>	<u>Género</u>	<u>Total</u>
Top 5 clips MTV	Música internacional indie	5
	Música internacional mainstream	30
	Música nacional indie	4
	Música nacional mainstream	6
Top 5 clips Much Music	Música internacional indie	1
	Música internacional mainstream	26
	Música nacional indie	4
	Música nacional mainstream	19
Top 5 clips VH1	Música internacional indie	2
	Música internacional mainstream	19
	Música nacional indie	1
	Música nacional mainstream	3
Top 5 temas 40 principales	Música internacional indie	5
	Música internacional mainstream	25
Top 5 temas iTunes	Música internacional indie	9
	Música internacional mainstream	36
Top 5 temas Last.FM	Música internacional indie	1
	Música internacional mainstream	3
	Música nacional mainstream	1
<u>Total</u>		<u>200</u>

Cuadros generales por mes

CD adjunto con los cuadros generales mes por mes

8. Sound-track. Bibliografía

“40 años de rock” (Julio 2007). *Rolling Stone: Edición Extra - 40° Aniversario*, pp. 15-25.

Abajo, R. (2005). La dimensión ideológica en las revistas para adolescentes. [Tesis de Licenciatura]. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Aguirre, J.; Correa, M.; Roveta, M. y Tijman, G. (2005). *Diccionario del rock argentino*. Buenos Aires: Musimundo.

Apuntes de investigación del Cecyp/Revista de Ciencias Sociales, num, 25. Extraída el 12/VIII/2015 desde <http://apuntescecp.com.ar/index.php/apuntes/issue/view/39>

“Autores. Pablo Plotkin. Periodista” (n.d.). Extraída el 24/VII/2016 desde <http://www.revistaanfibia.com/autor/pablo-plotkin/>

Asamblea del Grupo de Revistas del diario La Nación (23 de abril de 2012)“ ¿Qué es Publirevistas?”. *En Blog Asamblea GRLN, Un espacio gremial de una estructura empresarial*. Extraída el 12/VIII/2015 desde <http://asambleagrln.blogspot.com.ar/2012/04/que-es-publirevistas.html>.

Balmaceda, E. (2008). *Rolling Stone: La publicidad y sus lectores*. [Tesis de licenciatura]. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

“Bartolomé Mitre” (n.d.). Extraída el 12/VIII/2015 desde https://es.wikipedia.org/wiki/Bartolom%C3%A9_Mitre.

Benedetti, S. (2010, Febrero 2). “Estación imposible, el libro”. Extraída el 21/VII/2016 desde <http://bestuariovestiario.blogspot.com.ar/2009/06/estacion-imposible-el-libro.html>

Borrat, H. (1989). “El periódico, actor político”. *Anàlisis*, núm. 12, pp. 67-80.

“Breve historia del expreso” (n.d.). Extraída el 17/VII/2016 desde <http://laexpresoimaginario.blogspot.com.ar/>.

“Cambios en el diario La Nación” (n.d.). Extraída el 24/VII/2016 desde <http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/1/9340-cambios-en-el-diario-la-nacion.php#.V5Tw2IPhDIU>

Carballo, M.F.; Domínguez Hernández, I. y de Miguel Sanz, S. (2010). *Análisis de la revista y la web Rolling Stone edición España*. [Trabajo universitario]. Extraído el 12/VIII/2015 desde <https://es.scribd.com/doc/30906670/Analisi-de-la-revista-y-web-Rolling-Stone-edicion-Espana>.

“Carta de los editores” [Editorial] (Julio 2007). *Rolling Stone: Edición Extra - 40º Aniversario*, pp. 8-9.

Chaves, M. (2009) “Investigaciones sobre juventudes en la Argentina: estado del arte en ciencias sociales 1983-2006”. En *Papeles de trabajo. Revista Electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín*, num. 5. Extraída el 12/VIII/2015 desde http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/05_15_Informedeinvestigacion_MarianaChaves.pdf

“Claudio Kleiman” (n.d.). Extraída el 24/VII/2016 desde <http://www.fundacionkonex.org/b2720-claudio-kleiman>

Cibeira, J.M. (2014). *La biblia del rock (Historia de la revista Pelo)*. Buenos Aires: Ediciones B.

Cuevas Cajiga, Y. (2011). “Representaciones sociales en la prensa: aportaciones teóricas y metodológicas”. En *Sinética*, núm. 36. Extraída el 30/IV/2016 desde http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2011000100003#notas

Donozo, L. (2009). *Guía de revistas de música de la Argentina*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.

Estrada Cortés, J. y Lizárraga Bernal, A. "Capítulo III: El análisis de contenido" en De la Garza Toledo, E. y Arce M. (coord.) (1988) "Hacia una metodología de la reconstrucción. Fundamentos, crítica y alternativas a la metodología y técnicas de investigación social". Extraída el 19/IX/2016 desde gpwe.izt.uam.mx/pages/egt/publicaciones/libros/Hacia/Parte2_Capitulo3.pdf

"El expreso imaginario" (n.d.). Extraída el 12/VIII/2015 desde https://es.wikipedia.org/wiki/El_Expreso_Imaginario

"Ernesto Martelli" (n.d.). Extraída el 24/VII/2016 desde <https://www.linkedin.com/in/ernesto-martelli-57088535>

Falcón, L. (2012, Noviembre). "Una fuente de inspiración". *Revista Dale*, pp. 42-44.

Fernández Romeral, D. (2015, Enero 29). "El rock fue una grieta que permitió hacerse preguntas". Extraída el 17/VII/2016 desde <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/17-34587-2015-01-29.html>

"Geek" (n.d.). Extraída el 10/X/2016 desde <https://es.wikipedia.org/wiki/Geek>

Ghio, E (2003). "Lenguaje y sentido común. Las bases para la formación del discurso dominante, de Alejandro Raiter". *Texturas. Estudios interdisciplinarios sobre el discurso*, núm 3, pp. 224-231.

Gilmore, M. (Agosto 2006). "Historias secretas en la Casa Blanca". *Rolling Stone: Número Extraordinario*, pp. 28-32.

Graziano, M. y Benedetti, S. (2016). *Estación imposible: Expreso imaginario y el periodismo contracultural*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.

Herlax, J. y Sansoni, D. (2005). *Revista La Mano: entre la diferenciación y la industria cultural*, ponencia en el marco del I Congreso Virtual "La tesis. Recorridos conceptuales por el campo de la comunicación".

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Interamericana Editores S.A.

Jodelet, D. (2008). "El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales". En *Cultura y representaciones sociales*, núm 5. Extraída el 30/IV/2016 desde http://cursa.ihmc.us/rid=1236120887906_666313007_32739/Jodelet%20-%20representaciones%20sociales%20-%20Retorno%20al%20sujeto.pdf

"Jorge Pistocchi" (n.d.). Extraída el 12/VIII/2015 desde https://es.wikipedia.org/wiki/Jorge_Pistocchi

"Juan Ortelli, el director mendocino de la revista Rolling Stone: "Gracias a Mendoza el Indio pasó a otra escala" (n.d.). Extraída el 24/VII/2016 desde <http://www.diariouno.com.ar/espectaculos/juan-ortelli-el-director-mendocino-la-revista-rolling-stone-gracias-mendoza-el-indio-paso-otra-escala-20140105-n148036>

"La Nación (Argentina)" (n.d.). Extraído el 12/VIII/2015 desde [https://es.wikipedia.org/wiki/La_Naci%C3%B3n_\(Argentina\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_Naci%C3%B3n_(Argentina))

La Nación: 135 años. Testimonio de tres siglos, edición especial (4 de enero de 2005). Buenos Aires: La Nación.

"La revista 'Pelo' recogió las historias del rock rebelde de Sudamérica" (n.d.). Extraída el 16/XVII/2016 desde <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-la-revista-pelo-recogio-las-historias-del-rock-rebelde-sudamerica-450045.aspx#.UI5vY9LwI5Y>

"Last.fm" (n.d.). Extraída el 20/IX/2016 desde <https://es.wikipedia.org/wiki/Last.fm>

Marcus, G. (Agosto 2006). "Aquellos años". *Rolling Stone: Número Extraordinario*, pp. 23-26.

Margulis, M. y Urresti, M. (1996). "La juventud es más que una palabra. ¡Error! Marcador no definido". En Margulis, M. (ed.). *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Mariño, M. V. (2009). "Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica". Extraída el 19/09/2016 de:

http://www.academia.edu/258902/Desde_el_an%C3%A1lisis_de_contenido_hacia_el_an%C3%A1lisis_del_discurso._La_necesidad_de_una_apuesta_decidida_por_la_triangulaci%C3%B3n_metodol%C3%B3gica

Miceli, Walter, Albertini, Emiliano y Giusti, Eugenia (1999) "Noticia = negociación política". En *Oficios Terrestres*, Publicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Univ. Nac. De La Plata, año V, nº 6.

Mora, M. (2002). "La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici". En *Athenea Digital*, núm. 2. Extraída el 30/IV/2016 desde <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/34106/33945>

Pannuzzo, S. (2014). "Subcultura RS, esto ya no es rock. La disputa cultural en el rock argentino y la construcción de una cultura joven legítima a partir de la revista Rolling Stone". [Tesis de Licenciatura]. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales

"Pelo (revista)" (n.d.). Extraída el 12/VIII/2015 desde [https://es.wikipedia.org/wiki/Pelo_\(revista\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Pelo_(revista))

Piñuel Raigada, J. L. (2002). "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido". En "Estudios de Sociolingüística", núm 3, PP 1-42. Madrid, Universidad Complutense. Extraído el 19/IX/2016 desde: [https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolinguisticaUVigo.pdf)

[Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolinguisticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolinguisticaUVigo.pdf)

"Punk" (n.d). Extraída el 15/IX/2016 desde <https://es.wikipedia.org/wiki/Punk>

Publirevistas

_(2006). *Las mejores entrevistas de Rolling Stone: íconos del rock nacional 1967-2007*. Buenos Aires: Publirevistas.

_ (2007). *Los mejores relatos de Rolling Stone: crónicas filosas*. Buenos Aires: Publirevistas.

Pujol, Sergio (2015). "Escúchame, alúmbreme. Apuntes sobre el canon de la "música joven argentina" entre 1966 y 1973". Buenos Aires: Apuntes de Investigación del CeCyP N° 25, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Extraída el 20/X/2015 desde <http://www.apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/537/421>

Purple Rain (canción): Extraída el 24/IX/2016 desde [https://es.wikipedia.org/wiki/Purple_Rain_\(canci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Purple_Rain_(canci%C3%B3n))

Raiter, A.

_(2010) "Representaciones sociales", pp. 9-30. En Raiter, A. (comp.). *Representaciones sociales*. Buenos Aires: EUDEBA.

_(2003). *Lenguaje y sentido común. Las bases para la formación del discurso dominante*. Buenos Aires: Biblos.

"Revista La Mano" (n.d.) Extraída el 12/VIII/2015 desde https://www.facebook.com/lamanorevista/info?tab=page_info

Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Madrid: Paidós.

"Rolling Stone" (n.d.) Extraída el 12/VIII/2015 desde http://en.wikipedia.org/wiki/Rolling_Stone

"Rolling Stone Argentina" (n.d.). Extraída el 12/VIII/2015 desde https://www.facebook.com/rollingstoneargentina/info?tab=page_info

"Rollingstone.com.ar" (n.d.). Extraída el 12/VIII/2015 desde <https://rollingstone-com-ar.sobreinternet.com>

“RollingStone.com.ar” (n.d.). Extraída el 22/VII/2016 desde
<https://www.similarweb.com/website/rollingstone.com.ar>

“Rolling Stone (Argentina)” (n.d.). Extraído el 12/VIII/2015 desde
[https://es.wikipedia.org/wiki/Rolling_Stone_\(Argentina\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Rolling_Stone_(Argentina))

“Rolling Stone - Tráfico” (n.d.). Extraída el 12/VIII/2015 desde
<http://www.mustat.com/rollingstone.com.ar>

Santander Molina, P. (ed.) (2007). *Discurso y crítica social*. Valparaíso: Editorial Observatorio de la Comunicación.

Scarinci, L. (2015, Agosto 30). “Siempre tuve miedo que el mundo desaparezca antes que yo”. Extraída el 17/VII/2016 desde
<http://anccom.socials.uba.ar/2015/09/30/siempre-tuve-miedo-de-que-el-mundo-desaparezca-antes-que-yo/#.V4vOxfnhDIU>

“Sergio Pujol” (n.d.). Extraída el 31/VII/2016 desde
<http://www.planetadelibros.com.ar/sergio-pujol-autor-000039706.html>

“Sympathy for the devil” (n. d.). Extraída el 24/IX/2016 desde
https://es.wikipedia.org/wiki/Sympathy_for_the_Devil

Taguenca Belmonte, J. A. (2009). “El concepto de juventud”. *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 71, núm 1, pp. 159-190.

“Tapas” (n.d.) Extraída el 16/VI/2016 desde
<http://www.magicasruinas.com.ar/tapas/piehist084.htm>

“The real origin of “Live fast, die young and leave a good-looking corpse” (n. d.)
Extraída el 10/X/2016 desde <http://www.thisdayinquotes.com/2010/02/real-origin-of-live-fast-die-young-and.html>

Urcola, M. (2003). *Algunas apreciaciones sobre el concepto sociológico de juventud*. En Revista Invenio vol. 6. Extraída el 12/VIII/2015 desde
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87761105>

Verón E.

_(1993). "Discursos sociales" y "El sentido como producción discursiva". En "La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad". Editorial Gedisa.

_(1988) "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: Producción, Recepción, Regulación". En "*La Presse: Produit, production, reception*", Didier Erudition, Paris.

Vergara Quintero, M. del C. (2008). "La naturaleza de las representaciones sociales". *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, núm. 1, pp. 55-80.

"Víctor Hugo Ghitta" (n.d.). Extraída el 24/VII/2016 desde <http://www.fundacionkonex.org/b221-victor-hugo-ghitta>

"Viejos tiempos, nuevos aires" (Julio 2007). *Rolling Stone: Edición Extra - 40° Aniversario*, p. 11.

Villa Sepúlveda, M. E. (2011). "Del concepto de juventud al de juventudes y al de lo juvenil". *Revista Educación y Pedagogía*, vol. 23, núm. 60, pp. 147-157.

Wenner, J.S (Agosto 2006). "Edición 1000: Rolling Stone". *Rolling Stone: Número Extraordinario*, pp. 15.

Zabiuk, M.G., "Las revistas de rock en Argentina", *Trampas de la comunicación*, número 52, mayo 2007, pp. 43-46.

Zullo, J. y Raiter, A. (comps.) (2008). *La caja de Pandora. La representación del mundo en los medios*. Buenos Aires: La Crujía.