



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

Título del documento: Modalidades de construcción del cuerpo en los videoclips y su incidencia sobre la configuración de las identidades juveniles

Autores (en el caso de tesis y directores):

Mercedes Agustina Núñez

María Rosa del Coto, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2004

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



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

Tesina
Octubre 2003

**Modalidades de construcción del cuerpo en
los videoclips y su incidencia sobre la
configuración de las identidades juveniles**

Alumna
Mercedes Agustina Núñez
DNI 27.084.685

Tutora
María Rosa del Coto

ABSTRACT

La propuesta es analizar el tratamiento de la imagen corporal en los videoclips de música pop-rock e investigar cuál es su incidencia sobre la conformación de las identidades juveniles.

El trabajo estará estructurado en dos partes: en la primera se desarrollará el análisis en producción de videos musicales difundidos por cadenas televisivas nacionales e internacionales especializadas (MTV, Much Music, Music Country); en la segunda se analizará en recepción la influencia que la modelización del cuerpo propuesta por los mencionados discursos tiene sobre el imaginario de la población juvenil.

En la Modernidad, la construcción de la imagen corporal constituye uno de los ejes fundamentales a la hora de analizar tanto el orden de lo social como el de la subjetividad individual. En la actualidad, el lugar configurante por antonomasia lo conforman los media y, en especial, la televisión. Dentro de este ámbito, el videoclip aparece como uno de los espacios privilegiados de consumo juvenil siendo el referente inmediato para nuevas y viejas tendencias no sólo musicales, sino estéticas en general.

En este sentido, el análisis textual a realizarse parte de dos supuestos: en primer lugar, la imagen corporal constituye uno de los ejes sustanciales de las construcciones de identidades sociales e individuales dentro de la población en general y de la juvenil en particular; en segundo lugar, la discursividad televisiva de los videos musicales incide fuertemente sobre dicha construcción.

PRÓLOGO

La presente investigación¹ indaga acerca de los modos en que los videoclips de rock, punk y pop nacionales construyen los cuerpos y sobre la forma en la que este género incide sobre la configuración de las identidades juveniles. Para ello, empleamos como marco teórico general la perspectiva sociosemiótica, pero también nos servimos de otros puntos de vista como el psicoanalítico y el sociológico para completar nuestra evaluación.

El Capítulo I da cuenta, en primera instancia, de consideraciones generales acerca del videoclip. En segundo lugar, desarrolla el marco teórico y metodológico de la sociosemiótica, como columna vertebral que organiza el trabajo, y de las perspectivas psicoanalítica y sociológica, como complementos necesarios de análisis.

En el segundo capítulo se elabora el análisis en producción. Esto implica la caracterización del género videoclip y referencias a los estilos que nosotros juzgamos representativos para desarrollar el análisis, pero sustancialmente la descripción de las características que presentan los los modelos de cuerpo propuestos por el corpus de videoclips bajo observación. Para ello, indagamos acerca de los espacios en los que estos cobran vida, cuáles son los rasgos que los definen etariamente, cuáles las características alrededor de sus sexos y, por último, las distinciones según la pertenencia a las clases sociales. Identificados los rasgos retóricos, temáticos y enunciativos que dan cuenta de la modelización de estos cuerpos en relación con los citados parámetros, elaboramos conclusiones parciales que nos permiten establecer cuáles y cómo son los cuerpos legítimos y los cuerpos otros presentes en nuestro corpus de videoclips.

En el tercer capítulo desarrollamos el análisis en recepción. En principio, describimos las respuestas dadas por los seguidores de música y videos entrevistados en profundidad. Posteriormente, formulamos conclusiones parciales cruzando la información obtenida para lograr identificar la existencia de modelos de fans y también cuál es su relación con las construcciones de cuerpos vistas en producción.

El último capítulo recoge las observaciones anteriores en busca de conclusiones que permitan articular las instancias de producción (y la descripción de los modelos de cuerpo) y de

¹ Además de ser mi tesina de grado, la presente investigación ha sido presentada como Informe Final de la Beca Estímulo entre abril de 2002 y marzo de 2003, otorgada por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires (UBACyT). El trabajo contó con la dirección de María Rosa del Coto y se desarrolló en el marco general del proyecto UBACyT SO 19 *Modos de construcción de la diferencia en discursos televisivos: el cuerpo legítimo y el cuerpo-otro*, cuya directora es también María Rosa del Coto.

recepción (y la identificación de tipos de fans) para lograr identificar el grado y modo de incidencia de los clips sobre la configuración identitaria de las jóvenes.

Esta investigación ha sido desarrollada entre abril de 2002 y marzo de 2003, en el marco de una Beca Estímulo otorgada por UBACyT. Contamos con la asistencia de María Rosa del Coto, quien también es la directora del proyecto madre en el que se encuadra nuestro trabajo: *Modos de construcción de la diferencia en discursos televisivos: el cuerpo legítimo y el cuerpo-otro*.

Deseo agradecer a algunas personas que han colaborado con este proyecto. A María Rosa del Coto por darme la oportunidad de obtener la beca y, luego, asistirme en el desarrollo del trabajo. A los fans que amablemente aceptaron mis preguntas y respondieron a mis requerimientos. Al Estudio de Televisión de la Facultad de Ciencias Sociales que colaboró enormemente con la compilación del corpus de videoclips. A mi familia y amigos por su apoyo y acompañamiento. A Juan por estar siempre ahí para leer mis escritos.

Mercedes Agustina Núñez

Octubre de 2003

INDICE

ABSTRACT	2
PRÓLOGO	3
CAPÍTULO I	
Consideraciones teóricas y metodológicas	
A. INTRODUCCIÓN	14
B. ACERCA DEL VIDEOCLIP	15
a) Antecedentes	
b) El videoclip nacional a partir del desarrollo del cable en Argentina	19
c) Características	20
C. MARCO TEÓRICO	
1. La perspectiva sociosemiótica	22
a) Dispositivo teórico metodológico	23
(i) <i>Género y estilo</i>	24
(ii) <i>Conceptos operativos para el análisis semiótico</i>	25
b) Lo Verosímil	26
(i) <i>Verosímil de género</i>	28
(ii) <i>Verosímil social</i>	28
2. La perspectiva psicoanalítica	28
a) Identidad e identificación	29
b) La mirada sobre la adolescencia	31
3. La perspectiva sociológica	33
a) La mirada sobre la juventud y sobre lo juvenil	33

b) Las culturas juveniles	35
(i) <i>Construcción de espacios propios: tribus y grupos de pares</i>	38
(ii) <i>El grupo de fans</i>	39
b) Vínculos entre el rock y las categorías y las categorías “joven” y “juvenil”	39
(i) <i>La influencia de la aparición del rock y el pop en la construcción de la categoría “joven”</i>	39
(ii) <i>Breve recorrido histórico sobre estilos representativos</i>	40
(1) El rock and roll	40
(2) El pop	41
(3) El punk	41
c) La mirada sociológica sobre el cuerpo	41

CAPÍTULO II

Análisis en producción

1. Corpus de videoclips	44
2. Acerca del género videoclip	46
3. Un poco de historia acerca de los videos más representativos presentes en el corpus y las bandas paradigmáticas de los estilos bajo análisis	48
a) Rock cabón: La Renga y Los Piojos	48
b) Rock stone: Viejas Locas	50
c) Punk-rock: Ataque 77	51
d) Rock alternativo: Los Brujos, Babasónicos, Catupecu Machu y El Otro Yo	52
e) Pop alternativo: Juana La Loca y Turf	54
3. El cuerpo en el videoclip	55
a) El cuerpo en el espacio	55

(i)	<i>Exterior</i>	56
(1)	Barrio	56
(2)	El campo y sus extensiones	59
(3)	Ciudad	60
(ii)	<i>Interior</i>	61
(1)	Casa	61
(i)	<i>Cuarto</i>	62
(ii)	<i>Cocina</i>	62
(iii)	<i>Baño</i>	63
(iv)	<i>Living</i>	63
(v)	<i>Jardín</i>	64
(2)	Boliche	64
(3)	Recital	64
(i)	<i>Estadio abierto</i>	65
(ii)	<i>Estadio cerrado/ galpón tipo “Cemento”</i>	66
(iii)	<i>Teatro</i>	67
(iv)	<i>Fiesta privada</i>	67
(4)	Lugares de trabajo	67
(5)	Hospital/funeral	67
(iii)	<i>Escenarios imaginarios</i>	68
b)	El cuerpo a través de las edades	69
(i)	<i>Niño</i>	69
(ii)	<i>Joven</i>	69
(1)	Adolescente temprano (13 a 14 años) y adolescente propiamente dicho a 18 años	70
(i)	<i>Actitud política</i>	72
1.	Cuerpo de la resistencia	72
(ii)	<i>Actividad</i>	72
1.	Cuerpo del placer	72
(iii)	<i>Rol familiar</i>	72
1.	Hijo	72
(iv)	<i>Consumo</i>	72
1.	Cuerpo del <i>fan</i> de música	72

a. Cuerpo del seguidor <i>punk</i>	73
b. Cuerpo del seguidor de <i>rock chabón/stone</i>	73
c. Cuerpo del seguidor de <i>rock alternativo</i>	73
d. Cuerpo del seguidor del <i>pop</i>	73
2. Cuerpo de televidente	74
3. Cuerpo lector	74
4. Cuerpo consumidor de golosinas	74
(v) <i>Deportes</i>	74
1. Práctica de deportes extremos/alternativos	74
(2) Adolescente tardío (18 a 24 años)	75
(i) <i>Actitud política</i>	75
1. Cuerpo de la resistencia	75
2. Cuerpo de la resignación	77
(ii) <i>Actividad</i>	77
1. Cuerpo del trabajo	77
2. Cuerpo del placer	77
(iii) <i>Rol familiar</i>	77
1. Hijo	78
(iv) <i>Consumo</i>	78
1. Cuerpo adicto a las drogas	78
2. Cuerpo adicto o consumidor frecuente de alcohol	78
3. Cuerpo adicto al tabaco	78
4. Cuerpo del <i>fan</i> de música	78
(v) <i>Deportes</i>	78
1. Práctica de fútbol	78
a. Práctica de deportes extremos/alternativos	79
(3) Joven adulto (24 a 30 años)	79
(i) <i>Actitud política</i>	79
1. Cuerpo de la resistencia	79
2. Cuerpo de la resignación	79
(ii) <i>Actividad</i>	80
1. Cuerpo del trabajo	80
2. Cuerpo del placer	80
(iii) <i>Rol familiar</i>	80

1. Padre	80
2. Madre	80
(iv) <i>Consumo</i>	80
1. Cuerpo adicto a las drogas	80
2. Cuerpo adicto al alcohol	80
3. Cuerpo del <i>fan</i> de música	80
4. Cuerpo televidente	80
5. Cuerpo consumidor de golosinas	81
(4) Adulto	81
(i) <i>Actitud política</i>	81
1. Cuerpo de la resistencia	82
a. Dentro del <i>rock chabón</i>	82
b. Dentro del <i>punk</i>	82
2. Cuerpo del represor	82
3. Cuerpo de la resignación	83
(ii) <i>Actividad</i>	83
1. Cuerpo del trabajo	84
2. Cuerpo del placer	84
(iii) <i>Rol familiar</i>	84
1. Padre	84
2. Madre	84
(iv) <i>Consumo</i>	85
1. Cuerpo adicto a las drogas	85
2. Cuerpo adicto al alcohol	85
3. Cuerpo adicto al tabaco	85
(5) Anciano	85
c) El cuerpo según los sexos	86
(i) Cuerpo masculino	86
(1) “Macho”	86
(2) Andrógino/gay	86
(3) Moderno/alternativo/fashion/glamoroso	87
<i>Sobre los tres modelos</i>	87
(ii) Cuerpo femenino	88

(1) “Rea”	88
(2) Con actitudes bisexuales	88
(3) Sexy	89
(i) Formas armónicas	89
(ii) Formas anoréxicas	90
d) El cuerpo según las clases sociales	90
(i) El cuerpo de la clase alta	90
(ii) El cuerpo de la clase media	91
(iii) El cuerpo de la clase baja	92
4. Lo Verosímil	93
a) Lo Verosímil de género	93
b) Lo Verosímil social	97
5. Conclusiones parciales de análisis en producción	98
a) Cuerpo legítimo	99
(i) Cuerpo del aguante	99
(ii) Cuerpo del glamour	99
(iii) Cuerpo de la diferencia	100
b) Cuerpo otro	100
(i) Cuerpo del represor	101
(ii) Cuerpo del marginal	102
(iii) Cuerpo del rico	102

CAPÍTULO III

Análisis en recepción

1. Análisis del grillado	103
a) Descripción del grupo de entrevistados y modalidad de investigación	103
(i) <i>Descripción de la muestra cruzando las variables edad y estilos que siguen los entrevistados</i>	104
(ii) <i>Descripción e la muestra cruzando las variables género y estilos que siguen los entrevistados</i>	104
b) Los fans hablan acerca de los videos que consumen	105
(i) <i>Modalidades de consumo y selección de videos</i>	105
(ii) <i>Reconocimiento y apreciación de estilos</i>	112
(iii) <i>Caracterización de los videos</i>	116
(1) Apreciaciones generales	116
(2) Elementos representativos	120
(3) Personajes: espacios, actividades, actitud y sexualidad	122
(4) Los músicos	127
(5) Las audiencias de los videos en vivo	130
(iv) <i>Los fans hablan acerca de sí mismos</i>	132
(1) Los espacios y las actividades	133
(i) <i>Lugares favoritos</i>	134
(ii) <i>El barrio y la ciudad</i>	136
(iii) <i>Espacios de recreación al aire libre</i>	136
(iv) <i>Salidas: boliches y recitales</i>	138
(v) <i>Fútbol</i>	143
(2) Indumentaria y apariencia en general	144
(3) Conceptualizaciones sobre relaciones personales y grupos de personas	152
(i) <i>Caracterización de grupos etarios</i>	153
(ii) <i>Caracterización de grupos e personas por género y orientación sexual</i>	154
(iii) <i>Caracterización de clases sociales</i>	156

(4)	Comentarios sobre tópicos varios	158
(i)	<i>Drogas</i>	158
(ii)	<i>Relaciones sexuales y riesgos</i>	160
(iii)	<i>Actuación policial</i>	162
(iv)	<i>Situación del país</i>	163
(v)	<i>Consideraciones sobre la política</i>	164
(vi)	<i>Caracterización de sí mismos</i>	165
2.	Conclusiones parciales de análisis en recepción	167
a)	Introducción	168
b)	Acerca de los videos	168
(i)	<i>Consumo y selección</i>	170
(ii)	<i>Reconocimiento y apreciación de estilos musicales</i>	171
(iii)	<i>Caracterización de los videos</i>	176
c)	Acerca de sí mismos y de sus opiniones	176
(i)	<i>Caracterización de jóvenes</i>	178
(ii)	<i>Caracterización de otros grupos etarios</i>	180
(iii)	<i>Caracterización de clases sociales</i>	181
(iv)	<i>Caracterización según sexos y preferencias sexuales</i>	182
(v)	<i>Caracterización de espacios</i>	185
(vi)	<i>Elección de la indumentaria y descripción de la apariencia</i>	188
(vii)	<i>Comentarios sobre tópicos varios</i>	188
(1)	Drogas	189
(2)	Relaciones sexuales y SIDA	189
(3)	Situación nacional en relación con el futuro personal	190
(4)	Consideraciones sobre la política	190
(viii)	<i>Caracterización de sí mismos</i>	190

CAPÍTULO IV

Conclusiones generales

1. <i>Introducción</i>	193
2. <i>Lo barrial</i>	198
3. <i>Lo alternativo</i>	202
4. <i>A modo de cierre</i>	204

BIBLIOGRAFÍA	206
---------------------	-----

CAPÍTULO I

Consideraciones teóricas y metodológicas

A. INTRODUCCIÓN

Para la elaboración de nuestra investigación hemos decidido plantear, en primer lugar, una breve introducción acerca de las diferentes miradas sobre el videoclip. En segunda instancia, definimos la adopción como marco teórico de tres perspectivas netamente diferenciadas: la sociosemiótica, la psiocoanalítica y la culturalista sociológica. Consideramos que las herramientas propuestas por cada una de estas disciplinas nos ayudan a entender nuestros dos objetos de estudio y sus vinculaciones específicas: por un lado, los videoclips; y por el otro, la configuración identitaria juvenil vinculada a este consumo específico.

En principio, la perspectiva sociosemiótica nos aporta el marco general sobre el cual estructuramos la investigación: la distinción entre un análisis en producción, determinado por el estudio del género videoclip y de los estilos dentro de las vertientes del rock y el pop nacional, y otro en recepción, analizando los testimonios de consumidores de clips y seguidores de estas corrientes musicales a partir de nuestras entrevistas en profundidad. Entonces, analizamos la circulación de los videoclips como discursos sociales indagando tanto acerca de sus condiciones de producción como de sus condiciones de reconocimiento. Nos interesa detectar la forma de construcción del cuerpo en los clips, analizando cómo ésta aparece en los testimonios de los consumidores y de qué modo los videos inciden en la conformación de la identidad de los jóvenes.

En segunda instancia, la perspectiva psicoanalítica nos provee de referencias importantes en lo que hace a la noción de identificación como elemento vital, en la construcción de la identidad por parte del sujeto, identificando dos procesos diferentes: las identificaciones primarias (más ligadas a los procesos del inconsciente) y las identificaciones secundarias (relativas a los procesos conscientes). En tal sentido, detectamos referencias identificatorias (con relación al comportamiento, la vestimenta, la situación social, etc.) en los testimonios de los fans y las pusimos en relación con las marcas de los videos analizadas en producción. De esta forma, advertimos de qué forma las bases perceptivas -a partir de las cuales los seguidores de video y música elaboran no sólo la percepción del otro, sino también la conciencia de sí mismos- pueden también considerarse efectos de sentido de la circulación de los clips. La puesta en vinculación de las referencias identificatorias con las marcas discursivas de los videos nos permitirán relevar dos retóricas diferentes que hacen a la construcción pero también al consumo de los videos: la del ritual y la del

espectáculo. Asimismo, esta perspectiva también nos ofrece un modo de abordar la franja etaria de nuestro interés: la adolescencia.

Por último, la dimensión sociológica nos aporta elementos en lo que hace a la interpretación de consumos culturales, por una parte, y a la configuración social del cuerpo, por otra. En cuanto a los consumos culturales, ponemos en vinculación los elementos identificados en los videos con la conformación de ámbitos de pertenencia propio y la construcción de “tribus” con los objetivos de la búsqueda de reputación y afectividad. De esta forma, vinculamos las referencias identificatorias, de carácter individual, a los elementos tribales como rasgos característicos de los grupos juveniles. En cuanto al cuerpo, nos interesa la idea de cuerpo como vivido y percibido en función de la cultura, estableciendo de qué forma los modelos corporales propuestos por los videos se vinculan con las vivencias de los fans en cuanto a su cuerpo y al de los otros. En cuanto a esto, también lo ponemos en relación con el fenómeno de juvenilización –paradigma de lo joven que se postula como la norma social rectora en los discursos mediáticos- indagando las diferencias entre cuerpo joven y cuerpo juvenil.

B. ACERCA DEL VIDEOCLIP

Consideramos pertinente plantear una introducción acerca de las distintas definiciones y miradas sobre el videoclip. La variedad de perspectivas es tal que, en lugar de suscribirla a alguna de las disciplinas de las que damos cuenta en las distintas entradas del marco teórico propiamente dicho, consideramos más útil proponer una descripción introductoria sobre el objeto, más allá de las diferencias analíticas que se puedan identificar.

En términos generales, se lo puede caracterizar, como lo hace José Hurtado Álvarez: como el encuentro entre una banda de imagen y una banda de sonido articulada casi siempre de forma exclusiva en torno a la música². Se presenta como un cruce híbrido entre música, generada por una industria cultural como la discográfica que tiene como soporte tradicional a la radio, y la imagen, que tiene su difusión principal en el medio televisivo. Para Rafael Del Villar esta nueva vinculación entre música e imagen, donde la segunda aparece subordinada, constituye el rasgo característico del clip y, aún más, el carácter que hace que el video rompa con la tradición audiovisual occidental, donde la imagen prevalece sobre la música. En este sentido, entiende que “se le asigna al sonido el carácter de realidad, y a la organización de la imagen, a la puesta en escena y a los colores sólo el

² Hurtado Álvarez, José A. “Huellas del pasado: la cita en el videoclip”, en *Revista Archivos de la Filmoteca*. Marzo/mayo 1999, España. P. 140.

carácter de cualificadores”³. Pero, para Jean-Paul Fargier, no basta con hablar sólo de este cruce para definir al videoclip⁴. Entiende que se empezó a hablar de él a partir del momento en que música e imágenes establecieron entre sí una cierta relación en función de la evolución de los medios que resultó novedosa. Para este autor, el rasgo que distingue al clip de antecedentes como los *scopitones*, las comedias musicales o los programas de variedades televisivas radica en el uso que los videos hacen del cuerpo del cantante. En los clips, no hay interés en mantener la continuidad de las comedias musicales ni la verosimilitud de los *scopitones*: la escena, como unidad de lugar, es abandonada y es el cuerpo del cantante lo que mantiene el hilo del discurso.

En términos narrativos, Hurtado Álvarez afirma que el videoclip en general no llega a construir un relato; aunque lo sugiere elípticamente. En cierto modo, esto se vincula con el rol hegemónico de la música que permite la construcción de una temporalidad más allá de las categorías cronológicas como presente, pasado y futuro. Esta atemporalidad se puede vincular quizás con la puesta en relación propuesta por Del Villar entre la estética del videoclip y aquella del inconsciente. Para el autor chileno, lo característico del videoclip es proporcionar al televidente el sentir la música. En este sentido explica que siendo un concierto es un espectáculo en vivo donde el público comprometido participa y vive la música a través del movimiento corporal (la estructuración rítmica pulsional de la música es seguida con los pies, con las manos, etc.); el videoclip se aproxima a esta estética, tratando de simular el efecto música como si estuviéramos allí. Por eso, entiende que la cámara, la iluminación, las variaciones cromáticas, el movimiento de los personajes tratan de simular dicha estructuración pulsional al interior de la pantalla plana del televisor.

En cuanto a la evolución del clip, la mayor parte de los investigadores que se han ocupado del tema entienden que el videoclip constituye un producto que deriva, en buena medida, de los avances tecnológicos. Tal es la perspectiva de Raúl Durá Grimalt quien lo define como un “producto característico de una etapa avanzada de desarrollo de los medios”⁵. Según este autor, su generación es la consecuencia de una mayor diversificación de la oferta televisiva que busca interesar a diversos grupos sociales. Entre ellos, el segmento de los jóvenes aparece como el destinatario privilegiado y entiende que a partir de la difusión del videoclip toda forma discursiva que intente interpelarlos remite a ellos.

³ Del Villar, Rafael. *Trayectos en semiótica fílmico televisiva*. Dolmen, Chile, 1997. p. 92.

⁴ Fargier, Jean-Paul. “Dimensiones del clip”, en *Revista Archivos de la Filmoteca*. Marzo/mayo 1999, España. P. 148.

⁵ Durá Grimalt, Raúl. “El clip”, en *Revista Archivos de la Filmoteca*. Marzo/mayo 1999, España. P. 134.

Respecto a los antecedentes y vinculaciones del videoclip con otras formas audiovisuales son también variadas las apreciaciones. Para Durá Grimal, es deudor de las vanguardias por su carácter experimental. Pero también considera que está relacionado como lo que Lyotard ha denominado “condición postmoderna” por “compartir el estreno de una flamante década, por su desgajamiento de antiguas justificaciones éticas y por su vocación desmedida por la cita”. Esta es también la mirada aportada por Néstor García Canclini quien asocia este carácter con la ruptura de los conjuntos fijos y estables del arte culto, el saber, el folclore, los espacios urbanos, es decir, “aquellos bienes simbólicos de los que se reconocían en grupos diferenciados y jerarquizados”. En efecto considera que el “género (...) más intrínsecamente posmoderno, intergénero: mezcla de música, imagen y texto”⁶. Por su parte, también Landi coincide en ver en el videoclip un signo de los tiempos o, más precisamente, un síntoma de la época.

Muchos también han aludido a sus vínculos con la publicidad, más precisamente como un “estado avanzado” de la misma, tal como ha dicho Durá Grimalt. Para González Requena, el género del videoclip “traduce expresivamente algunos de los proyectos que caracterizan más esencialmente a la cultura electrónica-publicitaria”⁷. Por el contrario, Del Villar afirma que “la regla que se repitió siempre, en todos los videoclips analizados, fue que la sintaxis audiovisual puesta en acto no era la de la publicidad. En el videoclip no se reiteraba una ensoñación distintiva, pues el tipo de ensoñación era generalmente compartida por grupos afines. Tampoco se daba un lugar privilegiado a la marca (nombre del grupo o cantante), ni se semantizaban sus caracteres gráficos”. En este sentido, el autor entiende que, aunque el clip nació dentro del ámbito publicitario, hoy está distanciado de él.

a) Antecedentes del videoclip

Como hemos visto, para Durá Grimal el clip constituye un eslabón avanzado de una cadena de fenómenos audiovisuales que fueron extinguiéndose. Entre los primeros, cabe destacar el cine experimental de Fishinger, que unió el carácter innovador de las vanguardias europeas con la funcionalidad publicitaria. Al subordinar la imagen a una música preexistente, estableció las bases estructurales sobre las que se sustentaría el videoclip.

En la década de los '40 se popularizaron en Estados Unidos unos proyectores que pasaban películas musicales de breve duración y pequeño formato que se conocieron como *soundies*. En ellas la canción se demarcaba de cualquier discurso narrativo. Al igual que otros precedentes, no

⁶ García Canclini, Néstor. *Culturas Híbridas*. Buenos Aires, Paidós, 1992. p. 281-288.

fueron capaces de adaptarse a las importantes variaciones que la televisión implantaba en el entorno audiovisual y se extinguieron fugazmente.

Por su parte, los *scopitones*⁸ (difundidos en Francia, durante los años '60) se aprovechaban del irregular tratamiento que la televisión hacía del rock. En ellos se empezaron a experimentar algunas de las innovaciones que caracterizan al videoclip como la no sujeción a marcos espacio-temporales concretos. Su crisis y posterior extinción se le atribuye más a la escasa repercusión del rock francés en el panorama internacional que a deficiencias en su planteamiento audiovisual.

Aunque el cine musical rock tuvo su importancia en el desarrollo del clip (así por ejemplo en el film de Richard Lester *A Hard Day's Night* se pueden identificar efectos visuales que preanuncian recursos que serán empleados en los videos, el clip no surgió como evolución de los largometrajes. Se desarrolló a partir de unas producciones de carácter interno que las productoras discográficas norteamericanas repartían a los distribuidores del país, para informarles de los "éxitos" inminentes. Se trataba, fundamentalmente, de filmaciones de conciertos en vivo que eran agrupadas en cintas de video. La demanda de estas producciones fue tal que se pensó en la posibilidad de crear un canal de televisión por cable, específico para su difusión. Así nació MTV, Music Television. Este nacimiento se vincula con de la unión de la Warner Communications de Setve Ross y la American Express de James Robinson III, de donde había surgido la Warner Amex Satellite Entertainment Company (WASEC). Esta fusión permitió la creación del primer servicio de películas las 24 horas (Movie Channel) y de un canal infantil (Nickelodeon). Allí, apareció la idea de desarrollar una estación de videos musicales las 24 horas del día. MTV salió por primera vez al aire el 1º de agosto de 1981 con la proyección del video *Video killed the radio star* del grupo The Bangles. MTV se inauguró con unos 4 millones de suscriptores iniciales lo que amplió el interés de los productores en generar el mercado del video. Posteriormente, el canal se instaló en otros continentes y países: MTV Europa (lanzada el 1º de enero de 1987), en MTV Brasil (lanzada el 20 de octubre de 1990), MTV Asia (relanzada el 5 de mayo de 1995) y MTV Latina (lanzada el 1º de octubre de 1993). Su meta son jóvenes de 12 a 34 años, nicho que también intentan copar otras

⁷ González Requena, Jesús. "La música como coartada" en *Comunidad Escolar*, Cultura, Madrid, 21 de septiembre de 1988, p. 26.

⁸ Los *scopitones* constituyen un sistema audiovisual nacido en Francia a principios de los '60 que se presenta como una versión técnicamente evolucionada de las Soundies norteamericanas: pesa cuatro veces menos, es más eficiente, proyecta filmes en 16 mm. Color y en una pantalla de 16 pulgadas. Pero la mayor diferencia era que competía con la televisión dado que se constituía en el espacio privilegiado de la música rock y los sectores juveniles que todavía no tenían mayor protagonismo en la televisión. Un elemento que transforma a las Scopitones en un estadio relevante en el camino hacia los videoclips es que los cortos difundidos allí eran realizados con la ambición de constituirse en algo más que el mero registro de la performance del artista.

cadena que tienen desarrollo local en los diferentes países como Much Music en Argentina o Telehit en México.

Por su parte, vimos también que Fargier reconoce diferentes antecedentes como los ya citados *scopitones* o las comedias musicales del Music hall (espectáculos teatrales en vivo que tienen como eje al baile y al canto para narrar el argumento de la obra; dicho formato “explotó” comercialmente a partir del desarrollo de las comedias de Andrew Lloyd Weber en Londres y Nueva York), pero entiende que la unión entre música e imágenes que promueve el videoclip poco tiene que ver con sus predecesores. Para este autor, el clip remite a esos precedentes poniéndolos en circulación y enrolándolos en la escena para hacerlos gravitar alrededor del cantante o banda en cuestión

b) El desarrollo del videoclip a partir del crecimiento del videocable en Argentina

El desarrollo del videoclip nacional estuvo fuertemente ligado al crecimiento del videocable en el país durante la década del '80 y del '90. En Buenos Aires, Cablevisión y VCC (Video Cable Comunicación) habían conseguido a inicios de los '90 una notable ampliación de clientes después de que en 1986 un decreto del Poder Ejecutivo Nacional legalizara la emisión y recepción de canales satelitales. En 1991, Cablevision registraba ya 700.000 abonados y, al igual que su competidor, comenzaba a expandir su área de influencia que hasta los '80 estaba restringida a Belgrano, ciertas zonas de Palermo, Recoleta y los partidos de Vicente López y San Isidro (en realidad, hasta ese momento las dos empresas se repartían las zonas y la situación se “desreguló” a inicios de los '90). Los clips musicales ya en los '80 habían encontrado un espacio privilegiado en el videocable y la explosión de abonados también promueve mejores perspectivas para la industria videográfica.

Una de las primeras bandas en aprovechar el nuevo género fue Soda Stereo cuyas iniciales producciones mucho tuvieron que ver con una de las empresas de cable. En efecto para grabar el primer video de la banda, el director Alfredo Lois pidió prestados los equipos de Cablevisión, donde trabajaba como camarógrafo. Los vínculos continúan en tanto Juan Cebrián además de ser el primer productor artístico de la banda, también fue el creador de Music 21, la primer señal de videoclips de la Argentina. Rápidamente, la nueva señal se encontró con la competencia de una señal global como MTV, que había descubierto la necesidad de contar no sólo con MTV Internacional sino también con distintas “sucursales” alrededor del mundo: después de lanzar en 1990 MTV Brasil, deciden instaurar el MTV Latino, con base en Miami. El 1ero de octubre de 1993, se emite por esa señal el video *We are southamerican rockers* del grupo chileno Los Prisioneros. En 1996, la señal se divide

en dos segmentos: región norte y región sur. A la Argentina, le tocó región sur y el establecimiento de la oficina de MTV en Puerto Madero. Por último, la escena local de las cadenas de música termina de cobrar forma con el lanzamiento de Much Music de Ralph Haiek que se asoció con una cadena canadiense.

Como consecuencia lógica del establecimiento de la nueva señal regional, MTV estableció en 1994 la categoría de “Mejor video latino” dentro de sus entregas de premios anuales. Ésta sustituyó al anterior y mucho más amplio “Mejor video extranjero,” para el que Soda Stereo había sido ternado en 1989 con el clip *La ciudad de la furia*. El nuevo premio significó la consideración de una nueva identidad del video latino que, lógicamente, también tuvo incidencia sobre el video argentino. No fue casualidad que el primer galardón se lo llevara una banda argentina: Los Fabulosos Cadillacs con *Matador*, corte de *Vasos vacíos*. La incipiente consagración de los clips nacionales había comenzado ya en 1986 con la nominación del video *Cuando pase el temblor* (también dirigido por Alfredo Lois, del disco *Signos*) como finalista del “12 World Festival of Video”.

Pese al importante desarrollo de los clips nacionales durante la década de los '90, la industria vidográfica local no terminó de desarrollarse. A diferencia de lo que sucedió en los Estados Unidos, el aumento de la cantidad de videos no mejoró demasiado las condiciones de trabajo. Los realizadores siguieron moviéndose en forma independiente y las producciones con altos presupuestos respaldados por las discográficas como el caso de *Matador* (que hasta contó con la actuación de un actor internacional como Eusebio Poncela y el apoyo de BMG) o el clip de Fito Paéz *Circo Beat*” (financiado por Warner con un presupuesto de 110 mil dólares) constituyen excepciones, antes que ejemplos comunes a la regla. La crisis se acentuó con la llegada de la devaluación y el desajuste de los costos que se sumó a la debacle de la industria discográfica, golpeada por problemas estructurales como la recesión pero también por inconvenientes propios como el crecimiento de la piratería y las copias de discos a través de Internet (el boom de Napster, Gnutella, Audiogalaxy que permiten compartir a los cibernautas las copias digitales de sus temas y discos favoritos).

c) Características

Sintetizando el planteo de los diferentes investigadores, las características del videoclip son las siguientes:

- **Heterogeneidad:** en el videoclip encontramos una multitud de géneros y estilos.

- **Ultrafragmentación:** hiperabundancia de imágenes de breve duración junto con la sucesión vertiginosa de espacios y tiempos. Fargier llega a hablar de la “estética de la migaja” no sólo por los reiterados cortes, sino también por el recurso de objetos en pedazos (por ejemplo, cristales rotos).
- **Subordinación de las imágenes a la música:** así, la *temporalidad* y el *tempo* (ritmo de cada imagen) de las imágenes son las que dicta la música. Cabe destacar que esta subordinación no implica que las imágenes estén en fase respecto de la música durante todo el video. Por el contrario, se aprovechan las diferencias, los acordes, los desequilibrios, así como también los reestablecimientos del ritmo.
- **Es un producto experimental:** se presenta como condensador de elementos que genera una nueva coherencia a partir de una multiplicidad de recursos, al tiempo que también introduce una permanente búsqueda de lo novedoso como para reclamar y retener la atención del espectador. La experimentación también se basa en la audacia formal que llega a entorpecer o imposibilitar el discurso narrativo lineal. Este panorama termina por vincular al clip a las vanguardias artísticas.
- **Múltiple utilización de efectos visuales:** en particular, se trata de efectos de posproducción que diluyen la trama inicial promoviendo cierta fascinación estética.
- **Presenta carácter postmoderno:** asentado sobre la heterogeneidad y ultrafragmentación que describen al género.
- **Utilización de la cita:** videoclip como ejemplo de interdiscursividad entre canales y/o medios de comunicación de masas. Se reconocen como citas el montaje de *shock* del cine soviético de los años '20, la “lógica” de lo onírico de cierto cine de vanguardia de adscripción surrealista, géneros cinematográficos (el cine negro de los años '40, el cine de terror, el cine de ciencia ficción, el cine de héroes fantásticos), la referencia a estrellas (Madonna que parodia a Marilyn Monroe).
- **Temporalidad no cronológica:** marcada por el tiempo de la música, termina por comprender todos los tiempos. Las imágenes no pertenecen ni al presente, ni al pasado, ni al futuro, sino que forjan un tiempo imaginario. Esta modalidad habilita, a su vez, una fluida intercomunicación entre las categorías temporales, yendo y viniendo del presente al futuro, del futuro al pasado, etc.

- **Importancia del cuerpo del cantante/banda:** suele ser el hilo conductor del clip, constituyendo un elemento que puede estar en todo lados y hacerlo al mismo tiempo. Puede realizar varias acciones, ser un personaje o varios o simplemente permanecer como testigo.
- **Utilización permanente de la elipsis:** la ultrafragmentación fuerza la necesidad de recurrir a la elipsis como modo para mantener unidos los “pedazos” y construir cierta coherencia, más allá de que en general no se llega a generar un relato completo.

C. MARCO TEÓRICO

1. La perspectiva sociosemiótica

La perspectiva sociosemiótica constituye el marco fundamental que contribuye a moldear esta investigación, dado que estructuramos tanto nuestro análisis en producción como en reconocimiento aplicando la herramienta sociosemiótica, según la entiende Eliseo Verón⁹. En este sentido, compartimos el análisis del funcionamiento de la semiosis social que, según el autor mencionado, se articula a partir de una doble hipótesis: “Toda producción de sentido es necesariamente social”; “Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido”. De esta forma, todos los objetos con los que trabajamos (videoclips), además de ser fenómenos discursivos, se definen como fenómenos sociales. El sentido sólo puede pensarse en función de la configuración material. Es decir, para pensar en la producción, circulación y recepción del sentido hay que pensar en discursos caracterizados, justamente, como configuraciones espacio-temporales de sentido¹⁰. De esta manera, se concibe a la semiosis como una red discursiva infinita donde los discursos mantienen relaciones entre sí. A su vez, es dentro de este tramado que tiene lugar lo real social, entendido como un complejo efecto de sentido de la red semiótica.

Desde esta perspectiva, podemos entonces analizar las relaciones entre dos formas discursivas diferentes: por un lado, los videoclips; por el otro los testimonios de jóvenes consumidores del género. Nos interesa identificar si las declaraciones de los entrevistados aparecen algunas de las marcas que identificamos en los videos, más precisamente respecto de aquellos elementos involucrados en la construcción de identidades así como también en lo que haga a la concepción del cuerpo. A continuación, detallamos el dispositivo teórico metodológico sobre el que se sustenta este análisis.

⁹ Verón, Eliseo. *La semiosis social*. Ed. Gedisa, Bs. As., 1987.

¹⁰ Verón, E. Op. Cit., p. 127.

a) Dispositivo teórico metodológico

Los discursos se producen y reconocen en condiciones determinadas, llamadas *condiciones productivas*. Dentro de éstas, es posible distinguir las determinaciones que dan cuenta de la generación de un discurso –las *condiciones de producción*– y aquéllas que definen las condiciones de su recepción –las *condiciones de reconocimiento*. A su vez estas condiciones se conforman, entre otros, por conjuntos discursivos. De aquí se desprende ya una definición del análisis semiótico: “el análisis de los discursos no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las que dan cuenta de su generación o las que dan cuenta de sus ‘efectos’”¹¹. En la medida en que la red semiótica es infinita, el primer paso de toda tarea analítica es efectuar un recorte; es decir, delimitar qué discurso o conjunto discursivo será el objeto de análisis. En la práctica, esto determina la selección de dos tipos corpus para este trabajo. En primer lugar, el Corpus A está conformado por una selección de videos de rock y pop nacional. En segunda instancia, nuestra investigación necesita también de la consideración de otra clase de discursos que permitan indagar la recepción de los clips: para ello, entrevistamos en profundidad a seguidores de bandas protagonistas de los videos considerados conformando, así, el Corpus B. Es decir, recogimos discursos de reconocimiento, definidos como aquellos que tienen entre sus condiciones de producción al discurso que se está considerando (D). Por su parte, también indagamos acerca de las condiciones de reconocimiento que han restringido la lectura de D.

En tanto todo discurso tiene una configuración determinada, es posible reconocer en él propiedades significantes que Verón denomina a “marcas”. La vinculación entre un discurso con sus condiciones productivas se produce a través de éstas. En efecto, toda marca puede potencialmente ser una huella ya sea de su generación o de sus lecturas. Sin embargo, para considerar una determinada marca como huella, la relación de la propiedad signifiante con sus condiciones productivas debe haber sido especificada. Esta es, entonces, la tarea del analista: identificar marcas en el discurso y establecer vínculos ya sea con sus condiciones de producción, ya con sus condiciones de reconocimiento.

Una etapa ulterior del análisis consiste en la sistematización de las huellas identificadas en el discurso. Un trabajo de este tipo permite hallar las reglas que dan cuenta de la generación de un discurso –si se han sistematizado las huellas de su producción– o de sus lecturas –si se realiza un análisis en reconocimiento. Verón llama al conjunto de estas reglas “gramáticas”. Este autor señala que de un mismo discurso es posible reconstruir una sola gramática de producción y en cambio

¹¹ Verón, E. Op. Cit. p. 127.

múltiples gramáticas de reconocimiento: las de producción permanecen inalterables, mientras que las de recepción varían.¹².

Una vez sistematizadas las gramáticas, se puede dar cuenta de la *circulación* del sentido. La circulación no deja huellas sobre los discursos; por el contrario, sólo puede evidenciarse como una diferencia entre los dos conjuntos de huellas: aquél que corresponde a la instancia de producción y el que corresponde a la instancia de reconocimiento. Puntualiza Verón: “el concepto de circulación sólo es, de hecho, el nombre de esa diferencia”¹³.

(i) Género y estilo

Los conceptos de *género* y *estilo*, desarrollados por Oscar Steimberg, nos permiten relacionar las gramáticas halladas en el análisis con distintos fenómenos discursivos. En efecto, se puede advertir que muchas de las huellas encontradas en producción remiten a los conceptos de género y estilo.

Steimberg define los géneros como “clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social”¹⁴. En relación con los estilos, este autor dice que pueden entenderse genéricamente como “un modo de hacer postulado socialmente como característico de distintos objetos de la cultura y perceptible en ellos”¹⁵. Los géneros, entonces, son “moldes” discursivos; los estilos son modos de hacer que cruzan el molde de los géneros y sus combinaciones. En términos veronianos, tanto el género como el estilo pueden ser entendidos como dos tipos de gramáticas, en tanto reglas que restringen la producción discursiva.

En este trabajo emplearemos la noción de género para definir una clase particular de productos audiovisuales: los videoclips. La noción de estilo será empleada para caracterizar los modos de hacer dentro del rock y el pop como ser el *rock chabón*, el *rock stone*, el *punk*, el *rock alternativo* y el *pop alternativo*.

¹² Verón, E. Op. Cit. p. 21.

¹³ Verón, 1996. Op. Cit. p. 129.

¹⁴ Steimberg, Oscar. *Semiótica de los medios masivos. El pasaje de los medios de los géneros populares*. Ed. Atuel, Bs. As., 1993. p. 45.

¹⁵ Steimberg, O. Op. Cit., p. 46.

(ii) Conceptos operativos para el análisis semiótico

Además de los conceptos ya señalados, emplearemos un conjunto de instrumentos semióticos que se articulan con los anteriores y que resultan especialmente operativos para el abordaje analítico.

En todo discurso pueden distinguirse tres tipos de rasgos: los *retóricos*, los *temáticos* y los *enunciativos*. Los rasgos son propiedades significantes de los textos; en términos veronianos, se trata de las marcas. Para Steimberg, estos tres tipos de rasgos permiten definir tanto un género como un estilo, de modo que los consideramos para desarrollar las elaboraciones pertinentes.

Los rasgos retóricos constituyen “mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinatoria de rasgos que permiten diferenciarlo de otro”¹⁶. Es decir, son aquellos vinculados con la organización o estructura de un texto. Es importante advertir sobre las diferencias entre esta acepción del término “retórico” y otras como las propuestas por la Retórica Clásica. Uno de los sentidos dados por la Retórica Clásica remite a cierta clase de textos de tipo persuasivo. Otra posibilidad es que lo “retórico” aparezca vinculado a la “ornamentación” del texto, relacionado con el concepto de la *elocutio*. Por su parte, en cambio el sentido por nosotros adoptado es el de pensar a estos rasgos como una dimensión de significación que se vincula con el modo de componer el texto. Si nos detenemos sobre el fragmento, con una mirada “micro”, podemos dar cuenta, por ejemplo, de figuras retóricas –metáfora, metonimia, etc.–, silogismos o *exempla* argumentativos. Si abordamos el texto con una mirada más abarcadora de la totalidad podemos dar cuenta de grandes organizaciones textuales: relato, argumentación, descripción, etc.

Retomando a Cesare Segre, Steimberg define a la dimensión temática como “aquella que en un texto hace referencia a acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto”. Los conceptos analíticos que se presentan como las principales herramientas para permitir el análisis en este campo son: el *tema* y el *motivo*. En principio, ambas nociones pueden definirse como “unidades de significado estereotipadas, recurrentes en un texto o en un grupo de textos y capaces de caracterizar áreas semánticas determinantes”¹⁷. Sin embargo, hay varios aspectos que diferencian a uno del otro. El motivo es un elemento menor, circunscribible sobre la superficie textual. Los temas sostienen todo un texto, o gran parte de él, y pueden pensarse como el resultado de la articulación de los motivos. Por ello Segre dice que los temas tienen generalmente un carácter metadiscursivo. Dice este autor:

¹⁶ Steimberg, O. Op. Cit. p. 48.

¹⁷ Segre, Cesare. “Tema/motivo” en *Principios de análisis del texto literario*, ed. Cast. Crítica, Barcelona, 1985.

“Los motivos constituyen habitualmente resonancias discursivas de la metadiscursividad del tema” (Segre, 1985). Steimberg (1993:48), retomando a Segre, se ocupa de distinguir el tema del contenido: “El tema se diferencia del contenido específico y puntual de un texto por ese carácter exterior a él, ya circunscripto por la cultura”.

La enunciación es presentada por Steimberg como el “efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se *construye* una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico”¹⁸. El semiólogo agrega que “la definición de esa situación puede incluir la de la relación entre un ‘emisor’ y un ‘receptor’ implícitos, no (...) personalizables”. Es decir, al abordar el análisis de la enunciación, nos interrogaremos por las figuras textuales que dan cuenta de una situación comunicacional construida en el interior de estos conjuntos discursivos, y no por los actores que efectivamente las producen, consumen o intercambian. Para marcar esta distinción emplearemos los términos *enunciador* (para la figura textual que se propone como dadora del texto) y *destinatario* (para la que se propone como receptora del texto), y no “emisor” y “receptor”¹⁹.

La creación de una situación comunicacional textual no es sino el resultado de la articulación de rasgos discursivos de tipo retórico y temático. En otros términos, el efecto de sentido de la situación enunciativa se produce a partir de la combinación de una determinada organización textual con determinados temas y motivos. Por ello, el análisis enunciativo se presenta como posterior al de los otros dos niveles.

b) Lo Verosímil

Para sus análisis cinematográficos, Christian Metz recupera la noción propuesta por Aristóteles de lo Verosímil –“conjunto de lo que es posible a los ojos de los que saben (entendiendo que este último ‘posible’ se identifica con lo posible verdadero)”²⁰ - pero siguiendo la tendencia postaristotélica que lo define como aquello que es conforme a las leyes de un género

¹⁸ Steimberg, O. Op. Cit. p. 48

¹⁹ Eliseo Verón ha explicado la noción de enunciación en estos términos: “El plano de la enunciación es aquél en el cual, en el discurso mismo, se construyen las posiciones del que comunica (enunciador) y de aquél a quien el acto de discurso está dirigido (destinatario) [que nosotros hemos llamado enunciatario]. Es pues indispensable distinguir el enunciador (posición del que comunica, construida en su comunicación) del emisor (entidad individual o colectiva “real”); del mismo modo conviene diferenciar el destinatario (posición de aquél a quien está dirigida la comunicación, posición construida en el discurso), del receptor (entidad individual o colectiva “real”). Enunciador y destinatario son entidades discursivas o, si se prefiere, entidades del imaginario de la comunicación” (Verón, Op. Cit., p. 96).

²⁰ Metz, Christian. “El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de cierto verosímil?” en *Lo Verosímil*. Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1970, p. 19.

establecido. En este sentido, mientras la propuesta del filósofo griego se emparenta con el concepto de *Verosímil social*, aquella del analista francés se relaciona con la noción de *Verosímil de género*.

El interés de Metz en este concepto reside en su estudio acerca de cuáles son los condicionamientos que se pueden advertir en los filmes. En principio, advierte que la producción cinematográfica presenta tres censuras: la propiamente dicha (la censura política); la económica (“autocensura de la producción en nombre de las exigencias de la rentabilidad”) y la ideológica o moral (remite a la interiorización abusiva de las instituciones en ciertos cineastas que nunca intentan escapar a lo decible recomendado a la pantalla). Dentro de este panorama, lo Verosímil se propone como una segunda barrera que funciona de manera conjunta con estas tres censuras. En términos que toma prestados del lingüista Louis Hjelmslev, afirma que mientras las censuras institucionales apuntan en el cine a la substancia del contenido (las cosas de las que el film puede o no hablar), la censura de lo Verosímil apunta a la forma del contenido, es decir, al modo en que el film habla de lo que habla (y no aquello mismo de lo que habla).

Metz caracteriza a lo verosímil como una censura cultural y arbitraria cuya finalidad es restringir los posibles decibles en la obra. En este sentido, considera que la obra “hundida” en lo Verosímil puro es la obra cerrada, que no enriquece con ningún posible suplementario el “corpus” formado por las obras anteriores de la misma civilización y del mismo género. Por el contrario, la producción parcialmente liberada de lo Verosímil es la obra abierta, aquella que actualiza o reactualiza uno de esos posibles que “están en la vida (si se trata de una obra ‘realista’) o en la imaginación de los hombres (si se trata de una obra ‘fantástica’ o ‘no realista’), pero que su previa exclusión de las obras anteriores, en virtud de lo Verosímil, había logrado hacer olvidar”²¹.

Metz distingue entre las obras que renuncian a este Verosímil y, entonces, también renuncian a parecer “verdaderas” y aquellas que en cambio viven su convención tratando de persuadir al público de que las convenciones que le hacen restringir los posibles no son leyes de discurso o reglas de escrituras y de que su efecto constatable en el contenido de la obra es, en realidad, efecto de la naturaleza de las cosas y responde a los caracteres intrínsecos del asunto representado. La obra verosímil se pretende, y pretende que la crean, directamente traducible en términos de realidad. Entonces, lo Verosímil encuentra su plena efectividad: se trata de hacer verdadero aquello que se representa. En este sentido, el autor concluye que lo Verosímil no es tanto la convención en sí misma, sino que la convención es la condición de posibilidad de lo Verosímil. Más precisamente, lo Verosímil sería la “naturalización de lo convenido” y no lo convenido en sí mismo. Sin embargo, necesariamente debe englobar lo convencional en su definición ya que es sólo

²¹ Metz, C. Op. Cit., p. 25.

allí donde actúa la naturalización: no hay verosímil, entonces, sino sólo convenciones verosimilizadas.

(i) Lo Verosímil de género

Para Metz, los contenidos y las formas de esos contenidos en las obras no se relacionan tanto con la observación de la vida real (en el caso de las obras realista) ni de la imaginación real (en el caso de producciones no realistas) sino más bien con las obras anteriores del mismo arte. Por eso dice: “incluso aquél que cree filmar la vida, o filmar sus fantasías, lo hace siempre más de lo que cree en relación con los otros films, aunque más no sea porque lo que filma no será finalmente un trozo de vida o un cúmulo de fantasías sino un film”²². De esta forma, lo Verosímil de género como aquello que es conforme a las leyes de un género establecido resulta determinante en la elaboración de toda obra que aparece, entonces, siempre vinculada a todas las producciones previas de la misma categoría.

(ii) Lo Verosímil social

Los verosímiles sociales son los más difíciles de “actualizar”, según Metz, siendo más complejamente traducibles al discurso de la ficción. Se renuevan de manera mucho más espaciada y lenta que lo que ocurre en la vida real “como si cada uno de ellos debiera ser penosamente reconquistado desde su raíz y, antes bien que positivamente extraído del universo, contradictoriamente arrancado a su ausencia misma en los discursos anteriores”. En este sentido, cada vez que se renuevan los Verosímiles sociales en las obras se modifican los Verosímiles de género. Se produce entonces una especie de “acrecentamiento absoluto e irreversible” de la suma de los contenidos filmables.

2. La perspectiva psicoanalítica

La mirada psicoanalítica nos aporta herramientas básicas en lo que se refiere a los conceptos de identidad e identificación. Para ello, retomamos los conceptos freudianos así como también diversas relecturas. Cabe destacar que nuestra base psicoanalítica es escasa, por lo que advertimos respecto a las limitaciones en este campo, destacando que nuestro interés se restringe a conceptos puntuales que resultan útiles a los fines de nuestra investigación. Así, a diferencia de la

²² *Ibidem.*

más extensa y profunda exposición del marco propuesto por la sociosemiótica, en este terreno nos restringiremos a los conceptos esenciales sin buscar profundizar al respecto.

a) Identidad e identificación

Tal como define Ortigués²³, “identificar a alguien o algo significa discernir la realidad singular de ese alguien o algo. Nuestra identidad personal no es otra cosa que nuestra individualidad física aunque, desde un punto de vista moral, tengamos que considerarla como la individualidad de un ser dotado de conciencia o de razón, es decir, capaz de utilizar símbolos de manera coherente como para manifestar intenciones e interrogarse, si es preciso, sobre sus propias razones de actuar”. De esta manera, la conciencia de la identidad personal es una manera de situarse en la comunidad humana, una práctica de “ubicarse” o de orientarse en la vida. El sentimiento que tenemos con respecto a nosotros mismos y a nuestra personalidad no es separable de las relaciones que nos unen a otros seres humanos. Asimismo, tal como lo define el propio Freud, “el psicoanálisis conoce la identificación como la más temprana exteriorización de una ligazón afectiva con otra persona”²⁴. De esta forma, esta perspectiva de análisis advierte respecto a la relación entre la construcción identitaria y los procesos de identificación, en tanto es este proceso por el cual el “yo” se comienza a configurar, pero lo hace a semejanza del otro que es tomado como “modelo”.

Freud destaca dos procesos diferentes: primarios y secundarios. Estos se vinculan, a su vez, con los procesos de identificación. La *identificación primaria* se vincula con los modos del inconsciente y los procesos originales de la fase del espejo, previo al complejo de Edipo. Se trata de una identificación imaginaria con la imagen especular del otro, más precisamente con la figura de la madre: el “yo” del sujeto nace sobre el modelo de la imagen del otro que es, a la vez, aquello que desea. Antes de que el lenguaje le permita pensarse, nombrarse, el yo del sujeto se construye en un doble déficit sobre una alienación esencial pues se construye a partir de la experiencia de su carencia, de lo que le falta y se construye sobre la imagen misteriosa del otro con el que se identifica. Pues lo que se desea es ser deseado por el otro. El deseo del sujeto es, pues, el deseo del otro. Metz fue uno de los primeros en advertir que el espectador de cine reactualizaba la relación de identificación al ver una película: advirtió que inconscientemente se producía una identificación con la imagen proyectada sobre la pantalla, por lo que el sujeto deseaba ese otro que tomaba como modelo.

²³ Ortigués, E. “Las referencias identificatorias en la formación de la personalidad”, en Mannoni, O. et al *El trabajo de la metáfora*. Barcelona: Paidós, 1982.

²⁴ Freud, Sigmund. *Psicología de las masas y análisis del yo*, Obras completas de Sigmund Freud: IX, Rueda, Buenos Aires, 1958. p. 99.

Por su parte, González Requena²⁵ retomó esta perspectiva analizando el funcionamiento del espectáculo, más precisamente del tipo televisivo. Este espectáculo retoma las formas del modelo de espectáculo a la italiana que termina por configurar el paradigma de espectáculo diferenciándose del prototipo de ritual. En efecto, mientras en el ritual la escena estaba abierta e indefinida y tendía a extenderse por toda la ciudad, en el modelo a la italiana el espacio está clausurado. Asimismo, mientras en el ritual los roles de espectador que mira y cuerpo que actúa son intercambiables y accesibles a todo sujeto, en el espectáculo los papeles están definidos y no pueden ser modificados. Así, la relación que surge en el espectáculo se propone como un vínculo dual, imaginario y especular, lo que genera la reactualización de la identificación primaria antes descrita. La relación espectacular comporta una mirada y un cuerpo que se exhibe, entre los que media una determinada distancia que es la que habilita, justamente, la reactualización de esta identificación primaria: el sujeto que mira desea el cuerpo que se expone pero no puede acceder a él, ya que lo impide dicha distancia. El espectador entonces desarrolla esta pulsión escópica que implica el deseo y el placer de ver aquello presente en la pantalla. Por su parte, el cuerpo catódico seduce esa mirada. Es un cuerpo permanentemente invocado, pero al mismo tiempo descoporeizado ya que de él sólo persisten manchas de luz en el aparato receptor. Sin embargo, el espectador lo asume como cuerpo presente, y así consume las imágenes. A diferencia del ritual, el espectador tiene acceso a todo el espectáculo, pudiendo ver desde todos los ángulos de visión. Por último, a diferencia del ritual, el espectáculo impone la economía del deseo haciendo del cuerpo del artista una mercancía, generando así también su fetichización.

La identificación secundaria se presenta como propia de los fenómenos de la conciencia. Freud la llama “la carga de objeto”, es decir, la percepción de otro como objeto de amor o de odio, de placer o desagrado de manera consciente. La identificación tiene un doble valor dinámico y topográfico de modo que el sujeto intenta ponerse en el lugar del otro. Así, suscita un doble movimiento de localización emocional a través de la percepción y de la interiorización. En un primer momento, el sujeto carga al objeto con una determinada consideración afectiva. Acto seguido procede la identificación que interioriza esta carga anterior. Esta identificación es parcial y muy limitada, en tanto remite a rasgos significativos muy puntuales que dan cuenta de un proceso de selección. Sobre la base de este concepto, Ortigués elabora su concepto de *referencias identificatorias* a las que define como “rasgos distintivos que singularizan a un individuo, como el nombre, el rostro, el sexo, el comportamiento, la vestimenta, la situación social, etc. Son todo aquello que permite identificar a un individuo como tal o cual y, por consiguiente, distinguirlo de los demás. Las referencias identificatorias son las bases perceptivas a partir de las cuales se

²⁵ González Requena, Jesús. El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad. Ed. Cátedra, Madrid, 1988.

elaboran no sólo la percepción de otro, sino también la conciencia de sí mismo”. En este sentido, Ortigués distingue entre su concepto y el de Freud. Mientras la identificación freudiana es el proceso a través del cual un individuo se identifica imaginaria o simbólicamente con otro (pudiendo aproximarse a nociones populares de imitación o influencia), las referencias identificatorias son rasgos distintivos que diferencian a un individuo de los otros. Mientras la primera remite a “identificarse con alguien”, la segunda se refiere a “identificar a alguien”. Para Ortigués, y también para nosotros, estas dos ideas de vinculan, poniendo en juego relaciones humanas. La noción de referencia identificatoria permite mostrar que la identificación personal incluye ciertas relaciones entre los seres humanos. La identificación freudiana ayuda a entender cómo se construye la personalidad en respuesta a la percepción de otros.

Por último, cabe destacar que para el psicoanálisis la formación de la identidad comienza, justamente, donde termina la utilidad de la identificación. Surge del rechazo selectivo y de la asimilación mutua de las identificaciones infantiles y de su absorción en una nueva configuración que, a su vez, depende del proceso por el cual una sociedad identifica al sujeto joven como alguien que debe convertirse en quien, por ser lo que es, se lo reconoce como tal. En consecuencia, la identidad final (que se vislumbra al final de la adolescencia) se encuentra por encima de cualquier identificación simple con individuos del pasado: incluye todas las identificaciones significativas, pero también las altera con el fin de hacer un todo único y razonablemente coherente con ellas. La función del yo será, justamente, integrar los aspectos psicosexuales y psicosociales en un determinado nivel del desarrollo y al mismo tiempo integrar la relación de los elementos de identidad agregados. En efecto, no se trata de un proceso que encuentra un momento cúlmine, sino que la identidad constituida se somete a múltiples revisiones en particular porque las cristalizaciones más tempranas de la identidad pueden llegar a estar sometidas a un renovado conflicto cuando las exigencias sociales hacen que las adaptaciones anteriores parezcan insuficientes. De esta forma, el proceso de formación de la identidad emerge como una configuración evolutiva.

b) La mirada sobre la adolescencia

“Adolescencia” es una categoría clasificatoria que refiere a una de las etapas que atraviesa la vida del hombre en sociedad. Tiene su base en características relacionadas con la edad cronológica, sobre todo en lo que se refiere al cambio y maduración corporal. Remite a elementos significativos que hablan del cuerpo, pero no solamente de cierta madurez del cuerpo, sino del ser humano en su respectivo marco social. Erikson la define como “el último estadio de la infancia”,

pero advierte que este sólo “está completamente terminado cuando el individuo ha subordinado sus identificaciones infantiles a una nueva clase de identificación, adquirida al absorber sociabilidad y en el aprendizaje competitivo con y entre los compañeros de la misma edad”²⁶. En este sentido, el autor alude a la existencia de un período de “moratoria psicosocial”, al que define como el período de demora que se le concede al joven por no estar listo para cumplir con ciertas obligaciones. Por medio de la libre experimentación del rol, el adulto joven puede encontrar un lugar en algún sector de su sociedad durante este período. Se trata de una demora en lo que respecta a compromisos adultos o, más bien, un período que se caracteriza como una autorización selectiva que otorga la sociedad. Erikson advierte que los tiempos y modalidades de estas moratorias difieren según las sociedades.

A lo largo de los años y con la complejización de la sociedad occidental, la “moratoria” a la que alude Erikson parece haberse ido prolongando, razón por la cual hoy el psicoanálisis reconoce múltiples subcategorías dentro de la “adolescencia”. Para nuestra investigación, tomamos la clasificación propuesta por Virginia Martínez Verdier²⁷:

- **Adolescencia temprana (13/14 a 15 años):** es un período de transición que mantiene características preadolescentes (10 a 13 años), pero con un franco movimiento hacia el desarrollo y la maduración adolescentes. Los cambios biológicos de la pubertad (la adquisición de la capacidad reproductiva y el crecimiento físico) determinan un elevado aumento del deseo sexual. La respuesta sexual es completa y atraviesa todas sus fases: deseo, excitación y orgasmo. Estas capacidades generan sentimientos contradictorios y actitudes negativas o positivas con respecto al propio cuerpo y a las normas morales de la sociedad que los culpabiliza inhibe o estimula. El adolescente debe renunciar a la dependencia paterna y busca otras personas del afuera que actúen como fuentes de satisfacción sexual. Este proceso atraviesa por diferentes momentos hasta poder establecer relaciones parentales y extrafamiliares maduras. El adolescente temprano elige sus propias normas, leyes y valores, independientemente de la autoridad paterna. Las amistades, los enamoramientos, el estudio, los deportes, las fantasías protegen al adolescente de conductas sexuales impulsivas.
- **Adolescencia propiamente dicha (15 a 18 años):** en este período los cambios son decisivos, la vida emocional es más intensa y profunda. Los adolescentes

²⁶ Erikson, Erik. *Identidad, juventud y crisis*. Biblioteca de Psicología Social y Sociología: v. 42, Buenos Aires, Paidós, 1974. p. 127.

²⁷ Martínez Verdier, Virginia. “Placer y riesgo” en *Encrucijadas UBA*, revista de la Universidad de Buenos Aires, Año II, N° 16, febrero de 2002.

realizan el camino desde el “¿Quién soy yo?” hacia el “Este soy yo”. En un principio, los otros no son vividos como personas sino como objeto de necesidad para descarga de ansiedades, pero esto va cediendo a medida que se define la identidad sexual. Para poder desprenderse definitivamente de los padres de la infancia, los adolescentes suelen recurrir a actitudes de soberbia, arrogancia y rebeldía, desafiando las normas paternas.

- **Adolescencia tardía (aproximadamente hasta los 24 años):** es una fase de consolidación de la estructura de personalidad que alcanza una madurez relativa.

En base a esta categorización, armamos diferentes conceptualizaciones sobre grupos etarios, en particular sobre la categoría “joven”.

3. Perspectiva sociológica

Con la perspectiva sociológica de vertiente culturalista que caracteriza tanto el concepto de “juventud” como las “culturas juveniles”, queremos tratar de completar el marco teórico para indagar sobre los testimonios de nuestros entrevistados. En efecto, las herramientas sociosemióticas (que además de permitirnos identificar marcas en producción analizando el corpus de videos, nos habilita su el estudio de los efectos de sentido de los clips a partir de las entrevistas) y los elementos psicoanalíticos (útiles a los fines de determinar los conceptos de identidad e identificación) no resultan suficientes ya que necesitamos un marco más general que sea capaz de analizar a los jóvenes en el contexto de la sociedad. Nos interesa, entonces, tratar de entender cuál es el estado de situación de las investigaciones sociológicas respecto de los jóvenes, no sólo para relevar conceptos útiles para nuestra investigación, sino también para comparar nuestras observaciones con las conclusiones extraídas por estudios previos.

a) La mirada sobre la juventud y sobre lo juvenil

Si desde la perspectiva psicoanalítica encontramos el marco para entender la categoría “adolescencia”, desde el punto de vista sociológico buscamos adentrarnos en el concepto de “joven” y de lo “juvenil”. Se trata de términos que han generado numerosas polémicas en el seno esta disciplina, ya que las posiciones no son pacíficas respecto de cuáles son los elementos que determinan estas categorías.

Para Bourdieu las categorías etarias, y entre ellas la de la “juventud”, son extremadamente variables y objeto de manipulaciones. En este sentido, afirma que “el hecho de hablar de los jóvenes como de una unidad social, de un grupo constituido, que posee intereses comunes y de referir estos

intereses a una edad definida biológicamente constituye en sí una manipulación evidente”²⁸. Es decir, considera que la juventud constituye una construcción social y cultural, cuya utilidad resulta ineficaz ya que no permite distinguir entre las diferencias de clases entre los jóvenes. De hecho, sostiene que, por lo menos, debería hablarse de diferentes clases de juventudes en función de a qué clase pertenezcan (sectores medios y altos o sectores bajos). Por eso concluye que: “La ‘juventud’ no es más que una palabra”.

En Argentina uno de los investigadores que más se ocupó del tema, Mario Margulis, le responde al sociólogo francés sosteniendo que: “La juventud es más que una palabra”²⁹. Entiende que efectivamente “es un signo, pero no sólo es signo” y que tampoco se reduce a los atributos “juveniles” de una clase. Para este investigador, las modalidades sociales del ser joven dependen de variables como: la edad, la generación, el crédito vital, la clase social, el marco institucional y el género. Pero, concuerda con Bourdieu, en que no se manifiesta de la misma manera si es de clase popular o no. De hecho, más adelante veremos que el propio Margulis elabora una hipótesis en lo que se refiere a las diferencias que surgen entre los jóvenes en relación con la maleabilidad y modificación de sus cuerpos, según el estrato social al que pertenezcan.

A partir de estos criterios que toman en consideración las clases, se llegó a distinguir entre la categoría “joven” y lo “juvenil”. En efecto, se advierte sobre la existencia de “jóvenes no juveniles” y de “no jóvenes juveniles”. En efecto, mientras lo “joven” constituye una característica siempre vinculada de una u otra forma a la edad (por lo cual pasado un cierto período ya no se es más joven), lo juvenil tal como lo afirman Margulis y Urresti se puede adquirir: “da lugar a actividades de reciclaje del cuerpo y de imitación cultural, se ofrece como servicio en el mercado”³⁰. En la “juvenilización” confluyen dos series de acontecimientos: por un lado el avance de la cultura de la imagen, por el otro el encubrimiento de lo juvenil fetichizado por los lenguajes hegemónicos de la sociedad de consumo. El paradigma de lo juvenil habla de la búsqueda de un cuerpo inalterable, una imagen sin pasado y sin las marcas de la historia³¹.

También Barbero habla de la nueva valoración del joven a partir de la difusión del modelo juvenil. El autor afirma que durante siglos decir joven equivalía a hablar de inmadurez, inestabilidad, irresponsabilidad e improductividad. Es decir, se describía al joven a través de la

²⁸ Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*, “La ‘juventud’ no es más que una palabra”. Grijalbo, 1984, México. P. 1665

²⁹ Margulis, Mario; Urresti, Marcelo. *La juventud es más que una palabra*. Biblios, 1996. p. 16.

³⁰ Margulis, M.; Urresti, M. “La construcción social de la condición de juventud”, en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998. p. 5

³¹ Barbero, Jesús Martín. “Jóvenes: Des-orden cultural y palimpsestos de identidad” en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998. p. 22.

negación de rasgos propios de la adultez. Por el contrario, hoy la juventud se ha convertido en un elemento constitutivo de la identidad que se contrapone a lo que significa ser viejo.

A partir de estas miradas, trataremos de indagar sobre cuál es el sentido que proponen los videos en lo que se refiere a lo “joven” y a lo “juvenil” (indagando en particular sobre las modalidades de construcción de los cuerpos jóvenes y de aquellos correspondientes a otros grupos etarios), así como también analizar cuál es el concepto que se rastrea al respecto en los testimonios de los entrevistados (relevando también cuáles son las coincidencias entre los discursos mediáticos y las manifestaciones personales de los consultados).

b) Las culturas juveniles

(i) Construcción de espacios propios: tribus y grupos de pares

Al estudiar a los jóvenes, la sociología se ha pronunciado reiteradamente respecto de la existencia de un *fenómeno de neotribalización*. Originalmente, este planteo no sólo alcanza a los jóvenes, sino a la sociedad toda. Más precisamente, fue Michel Maffesoli quien propuso hablar sobre el advenimiento del *neotribalismo* en la sociedad que, a diferencia del tribalismo clásico, se caracteriza por la fluidez, las convocatorias puntuales y la dispersión. Según el autor, “se trata menos de agregarse a una banda, a una familia o a una comunidad que de revolotear de un grupo a otro”³². Este mecanismo genera un ambiente estético con sucesivas sedimentaciones que invitan a un incesante “travelling”. Este aspecto secuencial permite, para Maffesoli, hablar de la superación del principio de individuación. El planteo general es que ha ido abandonando lo *social*, como el ámbito donde el individuo podía tener una función en la sociedad, por la *socialidad*, donde la persona se dispone según sus gustos (sexuales, culturales, religiosos o amistosos) a ocupar su lugar en el mundo. Así, contrapone la autenticidad de lo social con la superficialidad de la socialidad lo que explica la importancia que asume la apariencia. A su vez, esta vuelta a la imagen y a lo sensible en nuestras sociedades remite a la lógica del tacto lo que, además, se vincula con el culto al cuerpo. Aún más, retomando a Ehrenberg, asume que esta lógica del tacto da cuenta de por qué la mayoría de los placeres populares son placeres de multitud o de grupo. De esta forma, concibe la existencia de una noción de comunidad a la que el individuo está ligado mediante la cultura, la comunicación, el ocio o la moda, sin poder permanecer aislado. Pero dentro de esta comunidad, el postmodernismo ha favorecido la multiplicidad de estilos de vida y la aparición de infinitos grupos más pequeños. Para integrarse a estos conjuntos, el individuo se sirve de la máscara, tales como los

³² Maffesoli, Michel. *El tiempo de las tribus*. Icaria, Barcelona, 1990. P. 140

cabellos teñidos o la utilización de la ropa retro, la subordinándose al grupo de afinidad. Paradójicamente, estas máscaras hacen del sujeto un conspirador de los poderes establecidos, siendo esta conspiración la que también une al “yo” con los demás. Este profuso uso de las máscaras habilita al autor a argumentar respecto de la estructuración simbólica sobre la que descansa la socialidad, marcando la diferencia con la asociación racional de individuos con una identidad precisa y autónoma sobre la que descansa lo social

Estas observaciones encontraron una aplicación más restringida al ámbito de los jóvenes en autores como Pero-Oriol Costa y José Manuel Pérez Tornero quienes definieron al *fenómeno de neotribalización* como la “respuesta social y simbólica, frente a la excesiva racionalidad burocrática de la vida actual”³³. Esto se traduce en el desarrollo de una nueva vía de expresión que busca alejarse de la normalidad que no termina de satisfacer a los jóvenes. Alentados por la búsqueda de reputación y de afectividad, los jóvenes se reúnen en *tribus*, que se presentan como los ámbitos de contacto físico que permiten la cercanía de los cuerpos y de los sentidos. Sus miembros acuden para sentir la cohesión con los otros, para encontrar apoyo sentimental y para compartir experiencias y actitudes con quienes consideran iguales. Para este investigador, las tribus combinan el espíritu de rebeldía junto con el de marginación y es lo que tienden a exaltar. Los jóvenes que se alistan en las tribus tienen, en general, actitudes de contestación a la sociedad adulta o a sus instituciones. Se sienten desplazados por el sistema y quieren conducirse de un modo que exprese que se resisten a ese desplazamiento. De esta manera, se visten, se adornan o se comportan siguiendo ritos, ritmos y costumbres que no pertenecen a la normalidad adulta. Eligen *elementos tribales* como una forma de provocar o distanciarse de las instituciones al combinar una cierta agresividad hacia el entorno adulto con un estímulo positivo para el miembro del grupo. De esta forma, buscan manifestar su rebeldía e intentan, a través de ella, construir una nueva identidad u una nueva reputación.

Entre los elementos tribales, este autor reconoce los siguientes que aparecen en oposición a los rasgos de las sociedades modernas:

- **La anomia:** la ausencia de reglas, un despilfarro agresivo que juega con los límites y que resulta contradictoria con la excesiva organización que predomina en el resto de los ámbitos de la sociedad.
- **El antiindividualismo:** se opone al aislamiento hiperindividualista al que empuja la sociedad urbana del siglo XX. La discoteca, el concierto y el estadio representan

³³ Costa, Pero-Oriol; Pérez Tornero, José Manuel; Tropea, Fabio. “introducción” de *Tribus urbanas*. Piados, Barcelona, 1996.

ejemplos macroscópicos de una respuesta masiva, gregaria y muchas veces íntimamente violenta al individualismo.

- **La simplicidad:** en oposición a la complejidad creciente del entramado social urbano y su ramificación en miles de actividades especializadas y simultáneas. Por el contrario, para las tribus de jóvenes lo importante es identificarse para ser reconocido, tener algunas ideas claras y ciertas señas de identidad que oponer al vértigo de la complejidad. Disponer, entonces, de una simplicidad rotunda con la que oponerse a la inseguridad relativa y al desconcierto que provoca lo complejo.
- **La lucha contra la aceleración:** una porción de la juventud decide frenar la escalada vertiginosa hacia el cambio y la transformación, enganchándose a algo que pueda constituir un punto de referencia relativamente fijo y estable: un grupo musical, un atuendo, etc. Son estabilizadores existenciales frente al vértigo de la aceleración colectiva.
- **Nuevos contactos:** el resurgimiento de agrupaciones “tribales” en el territorio urbano indica una respuesta evidente, aunque minoritaria, a un panorama marcado por la escasez de contactos, el temor y el aislamiento.
- **La emergencia de lo dionisiaco:** el espíritu metropolitano forzosamente ordenado y racionalista ha favorecido los agrupamientos contractuales, según normas, reglas y convenios generalmente explícitos. Frente a estas estructuras de socialidad rígidamente programadas por la instancia productiva, algunas “tribus” de jóvenes han hecho emerger el componente lúdico, dionisiaco y emocional promoviendo el baile, los encuentros para beber cerveza, etc.

Por su parte, Marcelo Urresti³⁴ comparte en buena medida el análisis de los citados autores españoles aunque no se refiere directamente al fenómeno de neotribalización. En vez de tribus el autor se refiere a los *grupos de pares*. A partir de ellos, los jóvenes consiguen una mayor independencia respecto de la mirada de sus mayores, al tiempo que se apoyan en redes que apuntalan relaciones y procesos de identificación. Como las tribus, los grupos de pares son campos de atracción libidinal, que brindan una pertenencia efectiva y que vehiculizan las referencias primeras de los procesos que deconstruyen las identidades infantiles heredadas. Urresti los define como “laboratorios de actividad simbólica” en los que se practica concientemente la diferenciación social. También los caracteriza como entidades intermedias entre el espacio social general, en el que se definen las clases sociales que incluyen a las familias, y el espacio íntimo de los sujetos que estas

grandes estructuras configuran. Funcionan como *programas culturales*, es decir, como una “suerte de organización interiorizada de manera similar en cada uno de los miembros de un grupo, según la cual se dan cita los más diferentes tipos de prácticas siguiendo patrones simbólicos afines, desde las formas del comer y del beber, pasando por los modos de concebir la higiene, definir la vestimenta, seguir el orden de los pasos en que debe producirse el cortejo, hasta las preferencias frente a expresiones musicales o artísticas en general o los modos de codificar el terreno de una ciudad o un paisaje en un territorio común y reconocido como propio”. De esta manera, los grupos de pares inciden en las afinidades personales que definen, convertidas luego en redes de contención afectiva.

Pero, Urresti advierte que el proceso de construcción de identidad del adolescente se ha visto alterado desde el momento en que la adolescencia se ha convertido en un modelo mediático. Con ansias de identificación, los jóvenes adoptan modismos y estilemas similares extraídos directamente de los modelos televisivos que valoran. Los grupos de pares reconocen entre sus consumos culturales ciertos “ídola tribus” que se erigen en mecanismos casi totémicos en el camino de la construcción de la identidad.

(ii) El grupo de fans

Dentro de estas “tribus” o “grupos de pares”, especial atención merece el *grupo de fans*, tanto se trate de individuos organizados en una asociación afín o simplemente se trate de un conjunto de personas que anónimamente comparten el gusto por un mismo artista ya sea a la distancia o durante un recital.

Los modelos desarrollados por Joli Jenson³⁵ son por una parte el del fan obsesionado y solitario quien sostiene una intensa relación fantasiosa con una figura; y por otra el miembro histérico de una multitud. Ambos modelos responden al fenómeno de la fanatización concebido como un intento crónico de compensar una pérdida personal de autonomía, la ausencia de la comunidad, una identidad incompleta, la pérdida del poder y la pérdida del reconocimiento.

Por su parte, Fiske³⁶ advierte sobre la discriminación social que implica, muchas veces, asumirse como fan. Por esta razón, advierte sobre los individuos que no reconocen su fanatismo por la vergüenza que esto genera y los que se distinguen como reales fans. Fiske aborda el fenómeno

³⁴ Urresti, Marcelo. “Mi vida es mi vida. Consumos culturales y sus de la ciudad”. Revista *Encrucijadas UBA*. Año II, N° 16, Buenos Aires, Febrero de 2002. p. 36-43

³⁵ Jenson, Joli. “Fandom as pathology: The consequences of characterization” en *The adoring audience fan culture and popular media*, editado por Lisa A. Lewis, Routledge, Estados Unidos, 1992. p. 9.

³⁶ Fiske, J. “The Cultural Economy of Fandom” en *The adoring audience fan culture and popular media*, editado por Lisa A. Lewis, Routledge, Estados Unidos, 1992. p. 30.

del fanatismo con cierto optimismo, afirmando que ciertos grupos de fans encuentran en su pasión por el objeto o la persona amada herramientas útiles para insertarse positivamente en el mundo. En este sentido, se opone a los estudios críticos al respecto que aluden a cierto fenómeno de alineación implícito en el fanatismo.

c) Vínculos entre el rock y las categorías “joven” y “juvenil”

Dentro de la perspectiva culturalista, son frecuentes los estudios que vinculan el desarrollo de la música rock y pop con los distintos conceptos relacionados con “juventud”. Desde ya, se trata de análisis pertinentes a nuestro objeto de estudio, los videos musicales, que aparecen como una extensión del producto originalmente restringido a la música y como un modo de ampliar el mercado.

(i) La influencia de la aparición del rock y el pop en la construcción de la categoría “joven”

Muchos de los estudios que vinculan ambos elementos, entienden que la aparición del rock también marcó el nacimiento de la categoría joven. Para Monsnais, por ejemplo, “lo joven como categoría [resultaba] irrelevante culturalmente hablando antes del rock³⁷. Para Sarlo, la aparición del rock acorta la infancia y prolonga la juventud hasta más allá de los ‘30³⁸. Es que, tal como lo caracteriza Margulis, el rock es mucho más que un género musical: es un fenómeno social así como también un universo simbólico. Su naturaleza trasciende lo musical para enraizarse en la sociedad. Es decir, el rock es música pero también es un fenómeno social. No se trata de otra cosa que de la confirmación de la hipótesis de la Teoría de los Discursos Sociales que supone que toda producción de sentido es necesariamente social así como todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido, en una de sus dimensiones constitutivas.

Más precisamente, para Margulis, el rock surge como la primera demarcación de “lo juvenil” como categoría, diferenciándose de las propuestas culturales previas que generalmente no proponían grandes distinciones generacionales.

Por su parte, Serrano argumenta la importancia del consumo de rock como “una situación trascendente, entendiendo por ella procesos culturales tanto individuales como colectivos, altamente emotivos y ritualizados que tienen como fin permitirle al sujeto (personal y social) el acceso

³⁷ Monsnais, C. en: *Jóven*, Revista de estudios sobre Juventud. N° 1. México, 1996, p. 9, citado en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998, p. 30.

³⁸ Sarlo, Beatriz. *Escenas de la vida postmoderna*. Buenos Aires, Ariel, 1994, p. 42, citado en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998. p. 29

temporal a un estado diferente al de la vida cotidiana”³⁹. Este autor sostiene que los escenarios en los que se registra este consumo están normativizados con pautas más o menos explícitas que determinan el sentido de la experiencia que los jóvenes viven. El rock propone una nueva mitología donde los héroes viven por nosotros aquello que no podemos hacer. Por esta razón, el rock está marcado por una permanente dramatización de los símbolos.

(ii) Breve recorrido histórico sobre estilos representativos

Nuestra investigación restringió el corpus de videos a bandas de rock, pop y punk que responden a distintos estilos. En efecto, veremos que podemos establecer diferentes tendencias (una más relacionada con lo barrial y que remite tanto al rock como al punk y otra más vinculada con lo alternativo que se refiere al rock y al pop) que entrelazan las diferentes vertientes musicales. En este sentido, consideramos oportuno retomar las descripciones formuladas por algunos de los autores que han investigado acerca del rock.

(1) El rock and roll

El rock and roll corresponde a la etapa más primitiva del género que se da sólo en los Estados Unidos en los años ‘50, tal como lo explica Di Marco⁴⁰, a partir de intérpretes como Bill Haley, Elvis Presley, Chuck Berry, Little Richard, Fats Domino, Buddy Holly, Jerry Lee Lewis y Gene Vincent, entre los más destacados. Las camperas de cuero, las motos y los autos deportivos, las patillas y el jopo en el cabello como estética; y la oposición a los mayores, la tendencia a una sexualidad algo más libre como actitud de vida. Para Yonnet, el rock and roll nació desde el vamos como un mito que habría de perpetuarse siempre igual, a diferencia del pop que sufre más variantes. En efecto, considera que al menos hasta los ‘60 todo era objeto de imitación y simulacro: se trataba de repetir siempre los mismos éxitos. A partir de la aparición del pop, sin embargo, el rock and roll comenzará a perder cierta vigencia, hasta que alcanzará una síntesis nueva simplemente como rock (con menos influencia del rhythm and blues y del country y mayor predominancia de las nuevas armonías del pop).

³⁹ Serrano, José Fernando. “*Somos el extremo de las cosas* o pistas para comprender culturas juveniles hoy”, en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998. p. 247.

(2) El pop

Se desarrolla tanto en Inglaterra como en Estados Unidos, siendo The Beatles los intérpretes más destacados, mientras The Rolling Stones aparecen como una nueva síntesis entre el pop y el rock and roll manifestándose como exponentes del rock. Según Yonnet, los tres elementos que caracterizan a las bandas pop son: la utilización de amplificaciones y distorsiones audiovisuales; la utilización de drogas y la reunión de multitudes en ocasión de festivales. Socialmente, Yonnet caracteriza al pop como universitario y burgués, así como también lo distingue del viejo rock and roll por su ambición en la búsqueda de nuevas formas y sonidos. Mientras los músicos de rock and roll grababan en pocas sesiones, los grupos pop necesitaban de más tiempo, en especial cuando se desarrolló la idea del “álbum concepto” que lleva un título y tiene una inspiración general.

(3) El punk

El movimiento punk nace en Gran Bretaña y se extiende entre 1976 y 1978 llegando también a Estados Unidos, con intérpretes como Sex Pistols, The Clash, The Stranglers, Siouxsie & the Banshees, The Ramones, The Dead Kennedys. El movimiento punk alteró al rock modificando: las normas de audición y su producción musical, sus valores, sus criterios de juicio, su postura ante la sociedad y principalmente el modo de comportamiento de los jóvenes. Se opuso a la idea de intérpretes estrellas, generando una simplicidad tonal que “cualquiera pueda tocar”, desarrollando la estridencia y la crudeza en las letras. En lo social, el movimiento punk propone un individualismo radicalizado, el repudio de todas las coacciones de grupo y la trasgresión de todos los tabúes. Entre sus consignas, se destacan; “no future” (no hay futuro), “no feelings” (negación de los sentimientos) y “hate and war” (exaltación del odio por oposición al “paz y amor” propio de los hippies). Elige la vida urbana nocturna, por un lado, y distintos símbolos característicos: las hojas de afeitar y los alfileres de ganchos como bijouterie, los peinados “mohicanos” y las tinturas, las ropas oscuras y andrajosas.

d) La mirada sociológica sobre el cuerpo

Vimos cómo desde la perspectiva semiótica se habla del cuerpo signifiante. Ahora, nos interesa plantear la mirada sobre el cuerpo desde el ámbito sociológico. Para Pierre Bourdieu,

⁴⁰ Di Marco, Augusto. “Rock: Universo simbólico y fenómeno social” en *La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, de Mario Margulis y otros. Espasa Calpe, 1994. p. 35.

coherentemente con la postura planteada respecto a la “juventud”, el cuerpo es un producto social. A través de diferencias como la desigual distribución de propiedades corporales entre las clases y los hábitos de consumo como dimensiones del gusto, se expresa la relación del cuerpo con el mundo social. En efecto, el sociólogo afirma que la relación con el propio cuerpo constituye una forma de experimentar la posición en el espacio social. Las propiedades corporales, en tanto productos sociales, son aprehendidas a través de categorías de percepción y de sistemas sociales de clasificación que no son independientes de la distribución de las diferentes propiedades entre las clases sociales. Por su parte, el modo de experimentar el cuerpo propio se realiza a partir de la comprobación de la distancia que existe entre ese *cuerpo real* y lo considerado como *cuerpo legítimo*⁴¹, resultado del conjunto de patrones socialmente establecidos como lo deseable. Este conjunto de signos distintivos a partir del cual se modela el cuerpo percibido y se lo compara con el modelo “legítimo” resulta de la relación de los grupos sociales con el nivel de cultura, es decir, de su distancia con la naturaleza. En realidad, no existen propiamente físicos, ya que todo está permeado por el contrato social.

Por su parte, el investigador argentino Mario Margulis también orienta sus estudios en una dirección parecida a la del francés, pese a que en cuanto a lo que se refiere a la descripción que Bourdieu hace de “juventud” como mero signo había manifestado sus reparos. Margulis considera que el cuerpo es vivido y percibido en función de la cultura. Concuerda con Bourdieu, entonces, en tanto que la forma de percibir el cuerpo como la forma en la que el individuo tiene para relacionarse con su cuerpo se erige como construcción histórica. Así, advierte las divergencias entre los sectores medios y los bajos en lo que se refiere a esta vinculación con el cuerpo.

Los sectores medios y altos han incorporado la posibilidad de un mayor control del cuerpo, de usar tecnologías referidas al cuerpo, el que se orienta de modo creciente, hacia la presentación de la persona ante la sociedad. El cuerpo se distancia, es vivido como maleable, procesable y sobre él se puede actuar por medio de la medicina para la preservación de la salud, o bien tratar de adecuarlo a los modelos estéticos en boga, para lo cual florecen ámbitos de la economía vinculados con la dieta, la cirugía, la cosmética, o la gimnasia y los deportes. Los condicionamientos culturales que operan sobre el cuerpo pueden ser pensados desde diferentes niveles. Por el contrario, los sectores populares muestran una menor capacidad de dirección y actuación sobre el propio cuerpo, que se acompaña con un fuerte escepticismo en torno de las posibilidades de poder obrar eficientemente sobre él, por ejemplo la capacidad de utilizar diferentes dispositivos sociales que actúan sobre el cuerpo controlando su aspecto y presentación pública (alimentación, gimnasia,

⁴¹ Bourdieu, P. “Notas provisionales para la recepción social del cuerpo”. En: *Materiales de sociología*

vestimenta), de incidir sobre la reproducción (uso de métodos anticonceptivos) y sobre la salud (utilización eficiente de los servicios médicos). Estos aspectos y otros están, según Margulis, fuertemente condicionados por la situación económica: los ingresos y los medios materiales para poder acceder a consumos y servicios (y más aún en la presente situación de crisis) por la que atraviesa el país están muy limitados en los sectores populares.

De esta manera, advierte que mientras los jóvenes de los sectores medios reivindican el derecho a disponer de su propio cuerpo y a ejercer su sexualidad, aquellos de estratos más bajos renuncian mayoritariamente a esta posibilidad. Para Margulis, esta confianza en poder manejar el cuerpo es consistente con la confianza en poder dirigir la propia vida, lo que muestra la importancia del manejo del cuerpo como indicador de la identidad y la actitud de la persona. De esta forma, el autor sugiere dos niveles de análisis con respecto al cuerpo:

1. **El cuerpo como identificador:** es decir, como representante de la persona, como emisor de mensajes que pueden articularse, más o menos voluntariamente, tomando en cuenta el apetito de distinción.
2. **El modo de actuar sobre el cuerpo:** este nivel se relaciona con la forma en que los distintos sectores sociales actúan sobre el cuerpo como soporte material de la vida: aquí intervienen las costumbres, la forma de relacionarse con los problemas de salud y con los aportes de la medicina.

CAPÍTULO II

Análisis en producción

1. *Corpus de videos*

El presente corpus intenta conformar una suerte de síntesis de las producciones más representativas de los estilos musicales en estudio dentro del ámbito del videoclip. El compilado presenta 64 clips y una duración de casi cuatro horas, divididos en dos casetes. Por una cuestión material, no todos los clips a los que hacemos alusión a lo largo del análisis están presentes en el corpus final, ya que resultaba prácticamente imposible condensar todo los clips analizados. Sin embargo, creemos que el corpus es lo suficientemente representativo.

a) Rock chabón

1. Los Piojos. *Ruleta*.
2. Los Piojos. *Desde lejos no se ve*.
3. Los Piojos. *Marado*.
4. Los Piojos. *El balneario de los Dres. Crotos*
5. Los Piojos. *El balneario de los Dres. Crotos (vivo)*.
6. La Renga. *El revelde*.
7. La Renga. *Lo más frágil de la locura*.
8. La Renga. *Somos los mismos de siempre*.
9. La Renga. *La balada del diablo y la muerte*.
10. Bersuit Vergarabat. *Se viene*.
11. Karamelo Santo. *Joven argentino*.

b) Rock stone

12. Ratones Paranoicos. *Vicio*
13. Ratones Paranoicos. *Rock de las venas*.
14. Viejas Locas. *Homero*.
15. Viejas Locas. *Intoxicado*.
16. Viejas Locas. *Todo sigue igual*.
17. Viejas Locas. *Me gustas mucho*
18. Intoxicados. *Quieren rock*.

c) Punk

- 19. Attaque 77. *Volver a empezar.*
- 20. Attaque 77. *Donde las águilas se atreven.*
- 21. Attaque 77. *No me arrepiento.*
- 22. Attaque 77. *El pobre.*
- 23. Attaque 77. *Hacelo por mí.*
- 24. Attaque 77. *Beatle.*
- 25. 2'. *Demasiado tarde*
- 26. Cadena Perpetua. *Si me ves.*

d) Antecedentes del rock chabón

- 27. Divididos. *Qué ves.*
- 28. Divididos. *Qué tal.*
- 29. Las Pelotas. *Hola qué tal.*

e) Antecedentes del pop alternativo

- 30. Virus. *Imágenes Paganas.*
- 31. Soda Stéreo. *Ella usó mi cabeza como un revólver.*

f) Rock alternativo

- 32. Los Brujos. *Agua viva.*
- 33. Babasónicos. *El loco.*
- 34. Babasónicos. *El playboy.*
- 35. Babasónicos. *Deléctrico.*
- 36. Babasónicos. *Pendejo.*
- 37. El Otro Yo. *La música.*
- 38. El Otro Yo. *No me importa.*
- 39. El Otro Yo. *69.*
- 40. El Otro Yo. *Alegría.*
- 41. Catupecu Machu. *Entero o a pedazos.*
- 42. Catupecu Machu. *La Polka.*
- 43. Catupecu Machu. *Héroes anónimos.*
- 44. Catupecu Machu. *Lo que quiero es que pises sin el suelo.*
- 45. Fun People. *Masticar.*

46. Fun People. *Vientos*.

g) Pop alternativo

47. Turf. *Casanova*.

48. Turf. *Loco un poco*.

49. Turf. *Me haces sentir*.

50. Juana la Loca. *Vida modelo*.

51. Juana la Loca. *Si pudieras olvidar*.

52. Gustavo Cerati. *Puente*.

53. Leo García. *Morrissey*.

54. Leo García. *Isla*.

55. Erica García. *Positiva*.

h) Solistas

56. Fito Páez. *Mariposa technicolor*.

57. Fito Páez. *El diablo de tu corazón*.

58. Charly García. *Sweet home Buenos Aires*.

59. Charly García. *Los dinosaurios*.

60. Andrés Calamaro. *Flaca*.

61. Andrés Calamaro. *Loco*

i) Otros estilos

62. Daniela Herrero. *Mis canciones*.

63. ANIMAL. *El nuevo camino del hombre*.

64. Los Fabulos Cadillacs. *Matador*.

2. Acerca del género video clip

Uno de los grandes planteos a la hora de analizar al videoclip implica preguntarse cómo definirlo a través de una categoría, ya que en principio se presenta como una materia que parece escapar a las clasificaciones formales existentes. A partir de esta premisa, muchos investigadores creen ver en él un género que constituye un pastiche de otros géneros. En este sentido, se podría pensar que, desde la perspectiva de Steimberg, el videoclip muestra la puesta en crisis las regularidades temáticas, retóricas y enunciativas de otros moldes audiovisuales como films musicales (como películas de rock) y programas (como programas de rock). Esta apropiación de

rasgos para romper con continuidades de otros géneros constituye uno de los caracteres que la mayor parte de los especialistas han destacado: el clip se nutre de la estética del collage, construyendo una coherencia propia. Pero, cabe destacar que esta coherencia no introduce un verdadero hilo narrativo propiamente dicho, ya que suele suceder que en los clips no hay lugar para un relato completo.

Desde el punto de vista retórico, se presenta como un tejido de imágenes en secuencia articuladas por la música generando asociaciones visuales y sinestésicas. Esta red visual está determinada de manera radical por la música a la que se subordinan las imágenes, creando así una temporalidad y un tempo propio. El recurso más reiterado es la puesta en acto de un collage electrónico, como lo ha definido Oscar Landi⁴², que implica la unión de imágenes en movimiento de objetos en diferentes capas espaciales. Otros rasgos son: la división, la simultaneidad y la fragmentación de la narración en planos y significados, secuencias en un tiempo no lineal, manipulación digital de colores y formas, simulación de escenas, fusión de imágenes, superposiciones, tomas desde ángulos extremos, iluminación desde atrás de la escena y montajes rápidos.

Desde el punto de vista temático, promueve toda clase de motivos de modo que las regularidades no están tanto dadas por el género en sí, sino más bien por los estilos a los que se vinculan los clips. En este sentido, pese a que constituyen expresiones del mismo género veremos que las continuidades temáticas del estilo rock chabón, rock stone y punk se vinculan con los motivos relacionados con el barrio y sus habituales personajes, mientras que las regularidades vistas en este campo en las producciones del estilo alternativo están asociadas al espectro de lo moderno y la estética de los sentidos, más que la de los sentimientos.

Desde el punto de vista enunciativo, las estrategias también varían aunque se advierte la regularidad dada por la permanente mirada a cámara de los grupos o cantantes en cuestión (no así tanto de los personajes), lo que supone la construcción de un enunciador radicalmente marcado y que busca ponerse en contacto continuo con un destinatario caracterizado como una figura capaz de tolerar los cambios visuales y musicales permanentes. En este sentido, el enunciador sabe que debe mantener la atención de su destinatario y para ello debe recurrir a ciertos “ganchos”: en el caso del estilo alternativo, advertimos que esta búsqueda implica la apuesta a la sorpresa y a la construcción de una imagen llamativa y vívida, en el ámbito de lo barrial veremos que en cambio la propuesta

⁴² Landi, Oscar. Landi, O. *Devórame otra vez: Qué hizo la televisión con la gente : qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta, 1992. p. 35-41

remite a la reiteración de fórmulas temáticas que alienten cierta identificación secundaria con el cuerpo virtual del destinatario.

3. Un poco de historia acerca de los videoclips más representativos presentes en el corpus y las bandas paradigmáticas de los estilos bajo análisis

a) Rock chabón: La Renga y Los Piojos

Pese a que la crítica considera que bandas como La Renga son “hijos artísticos” de Los Redonditos de Ricota que rechazaron casi por completo el recurso del videoclip como estrategia de venta, la “nueva generación” no rechazó al género, sino que trató de adaptarlo a sus intereses y limitaciones. De esta forma, pese a que la discográfica les impuso para el que fuera el primer corte de su segundo álbum (*A dónde me lleva la vida*, editado en 1994) un director de videos “profesional” como Diego Kaplan (que después se volcaría de lleno a producciones publicitarias), la banda rápidamente prefirió encargar a sus propios fans la realización de los videos. Los elegidos fueron la dupla Diego Stokelj y Martín López que, como seguidores de la banda y estudiantes de periodismo de TEA, se habían propuesto realizar un documental que, más tarde, dio lugar a una película (*Insoportablemente vivo*, 2001). Según ellos, el material que habían obtenido de manera casi *amateur* -grabando las presentaciones en vivo en el Club Larrázabal (donde la banda había debutado tiempo atrás), en el Galpón del Sur, en Stadium y en el primer Obras del '95- fue aprovechado para editar el clip *La balada del diablo y la muerte*, mezclando las imágenes con el show en vivo de Atlanta en 1997. Este recurso fue la solución ideal para la banda: contentaba a sus miles de fans que repetían por TV el rito del recital, convencía a la compañía discográfica que tenía que invertir menos dinero y le convenía al propio conjunto que reconoce: “No servimos como actores ni entendemos de imagen, por eso los videos nos complican la cabeza y por eso hacemos pocos. No se nos ocurren muchas ideas” (Gustavo “Chizzo” di Napoli, en una entrevista al *Sí!* en el 2000). Para los directores, “el valor del video en vivo, en una banda que en vivo muestra y deja todo, es muy importante. La Renga es lo que se ve en los videos en vivo. Y nosotros lo mostramos así.”

Para la producción del video de *El Revelde* en 1999, el corte más fuerte del disco *La Renga*, el dúo de directores intercaló imágenes en vivo con las de un grupo de insurrectos (con una estética similar a la de los zapatistas mexicanos) que parecían cortar la transmisión para difundir el “comunicado musical” de La Renga. Como afirmó la *Rolling Stone* cuando con MTV eligieron el ranking de los 100 mejores temas del rock nacional, *El Revelde* es la canción “que mejor representa

a la generación de millones de jóvenes argentinos que se quedaron afuera del festín menemista”. En el programa emitido por MTV, el periodista Fernando Mora opinó que el tema muestra la “total identificación [de la banda] con la gente”. Para el ex integrante de Los Brujos, Lee Chi, el clip expone cómo “el público toma al grupo y lo hace parecer diferente”, lo que se ve confirmado por las palabras de Stokelj y López : “La gente forma parte de La Renga”. Tanta es la unión banda-público que puede argumentarse que la propia audiencia terminó por construir la imagen de la banda. En principio, fueron los fans quienes introdujeron la iconografía del “Che” Guevara: “nunca quisimos imponerlo. Lo que pasa es que la gente lo incorporó tanto que se transformó en una bandera, no podemos negarlo. No tuvimos una canción para él hasta el disco de la estrella”, explica Tete, el guitarrista (Sí!, 11 de agosto del 2000). Algo similar pasó con la adopción de los rituales futboleros en shows y videos: aunque los músicos reconocen que La Renga no es una banda futbolera, rápidamente aceptaron las costumbres de sus fans. “El ritual del fútbol nos cabe, con las banderas, las bengalas” le dijo “Chizzo” al Sí! de Clarín en el 2001. La simbiosis entre público y banda determinó la idea de editar una película partiendo de las tomas en vivo del Show de Huracán (mayo de 2001). Según la dupla de directores “rengos”, la banda dijo: “si vemos esto nosotros solos somos unos hijos de puta”. Así, a finales de 2001, proyectaron *Insoportablemente vivo* en el cine Lorange, una película que según el bajista de la banda les “sirve para volver a ser fans de La Renga”.

Los Piojos siguieron un camino similar al de La Renga: estética barrial y mucha identificación con sus fans. Sin embargo, también se pueden advertir fuertes diferencias: si bien la imagen de la banda de El Palomar se terminó de cuajar gracias a su público, como sucedió con su par de Mataderos, el público nunca llegó a imponer iconografías ajenas al grupo como sí pasó con La Renga. Otra diferencia importante es que a diferencia de “Chizzo”, Andrés Ciro no sólo es un mero cantante sino también un verdadero *performer* sobre el escenario. Mientras “Chizzo” permanece en su lugar empuñando la guitarra, abriendo las piernas y vociferando un poco al estilo de Pappo, Ciro elige una composición más histriónica y también más libre porque de la primera guitarra se encarga su compañero, Daniel “Piti” Fernández. Así, Ciro y compañía se animaron vestirse de hombres primitivos con taparrabos y todo para el clip de *Verano del '92* en 1996 (corte de *3er Arco*). Pese al éxito de la canción el video dirigido por Alejo Taube fue resistido por ciertos sectores “exquisitos” de MTV. Según Charly Vázquez, el programador local de MTV Latino, el clip les “valió una queja de México porque la imagen no convenía. En una época nos habíamos puesto muy exigentes y tuvimos que cambiar” (La Nación, 26 de junio de 1997). Otra diferencia con La Renga, es que no fue el público el que les impuso a Los Piojos la iconografía futbolera o guevarista, sino que fueron ellos los que la establecieron como “ley” de la banda. El tema *Maradó* de *3er Arco*, acompañado por el clip dirigido por Marcelo Hans Bonato, da cuenta de la pasión por el deporte

“del Diego”: el estadio, la cancha verde, los papelitos resultan el combo ideal. La banda aparece jugando un “picado”. El propio Ciro suele vestir camisetas de fútbol incluyendo una regalada por el mismísimo jugador del Inter “Pupi” Zanetti (se puede ver a Ciro luciéndola en las grabaciones hechas por Much Music de la última edición del Cosquín Rock, en febrero de 2002, que forma parte de nuestro corpus). Y el propio Diego Maradona subió al escenario con la banda para sus shows en Obras para delirio de los fans. Por último, también puede decirse que a diferencia del trío de Mataderos, Los Piojos trataron de no quedarse “pegados” a la imagen barrial. En este sentido, el gran quiebre se produjo en el 2001 con la grabación del clip *Ruleta*, bajo las órdenes de Ricardo Padula. Se trata del clip con formato más claramente “MTV” que contó con la producción de Diego Guebel y Mario Pergolini, así como con el sofisticado trabajo en postproducción en Metrovision. Lejos quedaron los días en que la sede de México de MTV se quejaba por la calidad de los clips de Los Piojos: el tratamiento de la imagen con una iluminación sensual y atractiva, el uso de trajes uniformes para toda la banda, la actuación propia de un *sex symbol* del cantante que se anima a seducir, besar y tener sexo con una bella camarera de un misterioso casino en el Sur (que poco tiene que envidiarle a las modelos de programas como “El Rayo”, producido por el propio Pergolini) conforman plenamente a la cadena que hace rotar el clip hasta el hartazgo. Fue tal la caracterización “MTV” del video que pese al furor del clip en las señales de música, algunos de los fans que entrevistamos vieron en él una suerte de traición al estilo más naturalista y comprometido socialmente de la banda, expuesto en videos como *El balneario de los Doctores Crotos* para el disco *Azul* (1998).

b) Rock stone: Viejas Locas

Fue Viejas Locas la banda que con un clip llegó a transmitir con creces el “espíritu proletario y barrial”. En 1999, después de haber editado dos álbumes (*Viejas Locas* y *Hermanos de Sangre*), difunden su último trabajo: *Especial*. Diego Rugger dirigió el video de *Homero* que fue estrenado, como no podía ser de otra manera, en el concierto que el grupo dio en Obras ese mismo año. Con la experiencia cinematográfica de los nuevos directores como Adrián Caetano y Bruno Stagnaro estrenando *Pizza, birra, faso* (1997) y Pablo Trapero presentando *Mundo grúa* (1999), Rugger compuso visualmente la vida de un obrero treintañero con mujer e hija que trata de sobrevivir entre la fábrica y el barrio. Filmado en blanco y negro con pretendida estética naturalista, este video es uno de los más recordados por sus fans que celebran el tratamiento de temas cotidianos y “realistas”. El video es la puesta fílmica del lema de La Renga “somos los mismos de siempre”: sobre el final del clip, los músicos de Viejas Locas se distienden comiendo un asado junto a Homero con la escenografía del graffiti “Hermanos de sangre”, pintado sobre la pared medianera.

La propia filmación del film es también un buen ejemplo del esfuerzo y sacrificio que la canción expone: la banda grabó el video financiándolo con su propio dinero y sólo una vez estrenado pudo negociar con el sello Universal. En una entrevista al *Sí!* de Clarín durante ese mismo año, Pity Álvarez, cantante y líder de la banda, afirmaba “Hicimos Homero por una identificación con nuestro público. Ellos son todos potenciales Homero y nosotros somos los obreros del rock”.

c) Punk-rock: Attaque 77

El modo en que nació Attaque 77 constituye un claro ejemplo del modo en que el punk-rock tomó forma en la Argentina. A mediados de los '80, un grupo de amigos se comenzó a reunir para tocar sus temas favoritos de Los Ramones lo que derivó en una posterior grabación de un tema para el compilado “Invasión 88”. A partir de ese momento comenzó el auge de la banda, que se amplió con la gran difusión del corte *Hacelo por mí* como cortina del programa homónimo conducido por Mario Pergolini. De esta forma, el grupo llegó al éxito de la mano justamente del soporte que, en principio, menos les interesaba: la pantalla catódica. Pero, la banda se resistió a esta nueva y forzada relación televisiva, dado que su público de siempre se resintió y crítico los nuevos lazos. De esta forma, recién a partir del disco *Amén* volvieron a interesarse por la televisión y más específicamente por la producción de videoclips desarrollando la grabación de *Tres pájaros negros*, tema con el cual además comienzan su relación con la música reggae ampliando el abanico de ritmos que, hasta ese momento, se restringía exclusivamente al punk. Pero, además de la sorpresa que implicó volver a contarlos dentro de la grilla de los canales de música, también impactó cierto cambio de imagen con los músicos algo distanciados de la estética “ramonero” con la que habían sido conocidos en sus primeros tiempos: pantalones y campera de cuerpo, el corte de pelo del bajista similar al de DeeDee Ramone (pelo extremadamente lacio y largo, con flequillo recto sobre la frente), el uso de “bijouterie” punk como alfileres, etc. Esta transformación se acentúa con la edición, en 1997, de *Un día perfecto* donde sorprenden con *Crece*, cuya letra habla del desinterés por asumir la adultez y muestra a los músicos en el video asumiendo una imagen naive con escenografía cuidadosamente artificiosa (la banda parece “remar” en un mar ficticio, pero en lugar de hacerlo hacia delante, parecieran querer volver sobre sus pasos). Con la edición de *Otras canciones* en el 1998 terminan por componer una nueva imagen: musicalmente, se interesan por reclutar diversos sonidos (la cumbia de Gilda, el reggae de Sumo, el sonido surfer de los Beach Boys, el tono melódico de Roberto Carlos); visualmente deciden explotar la imagen ritualera de los propios fans mostrando a ellos sobre el escenario con una actitud mucho más sobria que se aleja definitivamente de las gesticulaciones “punks” de los primeros videos (el ejemplo más claro, es el abandono por parte del cantante del “dedo acusador” y desafiante con el que señalaba mientras

vociferaba los temas disponiendo sus piernas como lo hacía el cantante de los Ramones, Joey). Esto se termina de acentuar con el disco en vivo editado en el 2001, *Trapos*, para el que convocan a los fans a prestar sus banderas para la escenografía de los shows de donde sale el compilado y para la fotografía de la tapa del mismo. Los videos constituirán una reiteración de las imágenes en vivo de la banda. Recién con la grabación de *Beatle* vuelven a generar un “video en estudio” para el cual buscan una imagen justamente más “pop”, más “beatle”, empleando una indumentaria más cuidada, grabando en fílmico el clip e introduciendo una historia en el guión, recurso que habían usado poco en su videografía anterior.

d) Rock alternativo: Los Brujos, Babasónicos, Catupecu Machu y El Otro Yo

La escena alternativa, que entonces llevaba el nombre de “sónica”, comenzó a tomar forma en 1988 con la formación del grupo Los Brujos. Esta banda definía su propuesta como “música beat psicodélica con mezcla de frenético hardcore que incluye una imagen visual sin precedentes, como explicaban en su propia página web (losbrujos.com), que, dicho sea de paso, tiene la particularidad de ser el primer sitio oficial en internet de una banda argentina. En nuestro corpus incluimos el video *Agua viva*, primer corte del último álbum de la banda *Guerra de Nervios* que data del año 1995. Para ese entonces, Los Brujos ya habían establecido una nueva presentación visual para el rock: rompiendo con la monotonía del color negro de los '80 a partir de la búsqueda de ropas chillonas y colores excéntricos usados en la elaboración de personajes como “los esqueletos”, entre los más recordados. A las órdenes del realizador Pablo Giorgelli, compusieron, en el clip, la imagen de una banda seguida por un extraño grupo de fans, “Los Atlantes”, que termina siendo abducida por alienígenas. Trajes excéntricos, fans extravagantes, contrastes de colores, extraterrestres y una historia absolutamente absurda: Los Brujos abrieron una veta que hasta ese momento había sido muy poco explorada.

La banda que tomó lo posta de asumir una puesta en escena osada y el interés por generar gran impacto visual fue: Los Babasónicos. En parte por limitaciones presupuestarias, en parte por elecciones estéticas, la banda también se hizo cargo durante buena parte de sus carrera de sus propios videos. Adrián Dárgelos, el cantante, asumió la dirección de los clips casi siempre bajo el seudónimo de “Benito Escorza”, hasta que en el 2001 con la edición de su último trabajo, *Jessico*, decidieron ponerse bajo las órdenes de otros realizadores como Pablo Flehner y Sebastián Sánchez (*El loco*) o Juan Cruz Bordeau (*Rubí*). Como Los Brujos, los Babasónicos pautaron una búsqueda estética tanto en lo musical como en lo visual: antes que una mera canción, se proponía crear un “concepto” capaz de abarcar distintas formas de expresión. En una nota a Clarín a mediados de los

'90, explicaban su propuesta: "lo nuestro es una forma tercermundista de esgrimir el arte: hacemos las cosas como podemos y lo mejor posible. Ambientamos nuestros recitales bien y con pocos recursos, ya que la idea es ser constante en los cambios" (15 de julio de 1995). A través de toda su producción videográfica se puede observar un fuerte gusto por lo kitsch, los contrastes de colores, la pasión por el glamour a través de la elección de un vestuario con reminiscencias psicodélicas y siempre extravagante, el gusto por cierto decadentismo, una postura ambigua con paradójicos rasgos de machismo. Tal vez, tres de sus máximos hitos videográficos hayan sido: *¡Viva Satana!* de *Dopádrormo*, *Los desfachatados* y *El Playboy de Miami*. El primero fue censurado por MTV y el COMFER llegó a ordenar que fuera emitido fuera del horario de protección al menor. Las imágenes alrededor de un "antro" con strippers, jugadores, bebedores y alusiones a la droga parecía poco conveniente para la juventud. "Los desfachatados" propone, en cambio, una road movie con un auto modelo '70 en un estado tan desastroso que Dárgelos tiene que romper el parabrisas para poder conducir. Toda la banda se sube al auto, acompañados por chicas con poca ropa y en actitud provocadora. Con botellas en la mano, modales poco educados, sucios, se proponen como la figura de los "machos" pese a toda la androginia y ambigüedad que exponen en otros videos y en recitales. Retoman la figura ortodoxa masculina pero en forma de parodia cuando en *El playboy* hacen bailar coreografías propias del pop a carniceros, colectiveros y demás personajes "barriales". En cierta forma, es la revancha que se toman contra los grupos del rock chabón al contextualizar un video en lugares proletarios pero tiñéndolos de pop con su paleta kitsch. En el final, un playboy apenas más fino que el carnicero interpretado por Fabio Alberti (actor de "Cha, cha, cha" y "Todo por \$2") construye también una parodia al dandysmo de grupos como Juana la Loca o Turf.

Lejos de la de los tributos del rock chabón para con sus fans, Los Babasónicos nunca difundieron un video en vivo ni editaron un álbum con sus recitales. Las únicas imágenes que existen de sus perfoances son piratas o producidas por cadenas como Much Music que se encargaron de grabar festivales como las dos últimas ediciones del "Cosquín Rock" (2002/2003) en las que la banda participó. Cuando en una entrevista para el diario Los Andes, Pablo Schanton le pregunta por la relación de su banda con el público, Dárgelos responde "No sé. Nunca se nos ocurrió hablar de 'nuestro público' y tratar a nuestros seguidores como ejército. Ni fan club tenemos. El músico no es un representante social, no se parece en nada a la gente. Vive otra vida y la gente compra su idea de entretenimiento".

Catupecu Machu es una banda difícil de clasificar, ajena a la escena del Nuevo Rock Argentino, aunque algo cercana al espíritu alternativo de mediados de los '90. Después de grabar los videos de *La Polca* (de *Dale!*, en 1997) y *Héroes anónimos* (para *A morir*, en 1998) con Juan Valdana, ellos y la compañía eligieron al director ascendente Gianfranco Quattrini que había

trabajado con bandas y músicos tan diferentes como Los Tintoreros (*Suficiente de Primate*, en 1996), Érica García (*Rock Anabella* de *La Bestia*, en 1998) o Kapanga (*Cecator el borracho* de *A 15 centímetros de la realidad*, en 1998). Con Quattrini filmaron *Y lo que quiero es que pises sin el suelo* de *Cuentos Decapitados*, en 2000. Emplazando la acción en un campo rodeado de torres de alta tensión, el video es la puerta de entrada de la nueva generación 00 a MTV y al resto de las cadenas de música. Logra el premio como mejor video latino en la premiación de MTV del 2001 y terminan por confirmar un auspicioso futuro a finales de ese año cuando tocan en Obras por primera vez.

La década “sónica” que se abrió con Los Brujos abducidos por alienígenas termina con la metáfora de una juventud “alternativa” golpeada y con sueños frustrados. A través del clip *La Música* (corte del disco *Abrecaminos*, 1999), El Otro Yo y el director Martín Blasco (que también se había encargado del más transgresor 69 del disco *Mundo* de 1995) le ponen imágenes a la bronca y desazón del cantante, Cristian Aldana. Es que el enojo encerrado en la frase “La música que escuchan todos/ yo no la escucho” abarca en realidad muchos otros frentes de un mundo “artificializado, desnaturalizado”. “Tiene que ver con el tema de cómo nos trata la vida y la realidad. De que nos dejen ser nosotros mismos” le dijo Aldana a MTV cuando el canal señaló a la canción como uno de los 44 mejores temas del rock nacional. El propio Aldana actuó en el video: caracterizado como obrero con el característico mameluco que identifica a la banda, deja su trabajo en una obra en construcción y comienza a correr. Pero sus compañeros advierten la huida, empiezan a seguirlo y terminan golpeándolo. Pese a lo sórdido del argumento, el director eligió contar la historia con toda la luminosidad de un día brillante y el contraste de colores fuertes (el mameluco de Aldana es naranja, color típico de la movida alternativa). De esta forma, *La música* es la cara en colores de lo que la dupla Stokelj-López exponía en blanco y negro en el clip *El Revelde*: la bronca juvenil alternativa o barrial parece ser la misma cuando se trata de protestar contra un sistema que homogeniza y reprime.

e) Pop alternativo: Juana La Loca y Turf

Una de las bandas fundacionales dentro de la escena alternativa fue Juana la Loca. Pero ésta privilegió un sonido más pop, antes que rock y eligió una imagen más cercana al dandysmo que a la psicodelia. Lejos tanto de trajes extravagantes como de letras metafísicas, la banda propuso un estilo retro: instauró en Argentina la estética *britpop* aún antes que bandas inglesas como Oasis y Blur la difundieran en el mundo. Las elecciones en términos de vestuario y apariencia fueron: flequillo *beatle*, camisas setentistas, zapatos de plataforma y pantalones con patas de elefante. De

toda la videografía de la banda, *Vida modelo* (del disco homónimo de 1997) es el clip más recordado y que nosotros incluimos en el corpus: las imágenes de la banda tocando en una especie de escenario que recuerda los boliches en los '70, acompañan las del parto de una joven mujer. Tras el momento del alumbramiento, las opciones son del que nació: “es tu decisión/ quizás lo mejor llegó”. La elección es entre el “gran supermercado” que la “vida modelo” ofrece y la posibilidad de encarar la existencia como lo hace Martín: “yo soy mi destino/ porque creo en lo que hago”. Lejos del determinismo proletario de *Homero de Viejas Locas* (“es así la vida del obrero es así/ y pocos son los que van a zafar”), Juana la Loca impone la creencia del poder del individuo para alejarse de “los eslabones que la vida te propone”. Otra imagen emblemática de los videos de la banda es cuando sobre el final de “Si pudieras olvidar”, Martín aparece descansando en los camerinos vestido con una bata al mejor estilo Sandro: la copa de vino en su mano derecha, se rompe en pedazos cuando una *groopie* le dispara a quemarropa.

Cuando en 1997 Turf comenzó a difundir su primer clip, *Casanova* (del disco *Una pila de vida*), se embanderó detrás de una “tercera posición” entre lo sónico y lo barrial. El video dirigido por Picky Talarico (videasta proveniente de la publicidad que dirigió Spots de Telecom, Chandon, McDonald’s, entre otros, y que tuvo su mayor éxito con el clip *Puente* de Gustavo Cerati, en 1999) propone la llegada de la banda a una casa que tiene el número en la puerta invertido: lo que era un 999, pasa a ser el 666 que Levinton y pandilla buscan gracias al error del “patovica” que pega mal el número. El equívoco resulta eficaz porque los Turf se introducen en una fiesta de alta alcurnia y comienzan a alterar los calmos ánimos de cierta aristocracia porteña. Con una remera con el logo de Playboy, saco azul y corte “brit-pop”, Levinton encandila con su mirada a la cámara y a los invitados: es la imagen del *Casanova*. La cuidada estética de la banda encuentra su explicación en la voz del cantante: “La imagen es fundamental. Si veo un grupo que no me llama la atención ni la música, ni la imagen, seguro que paso de largo. En MTV hay 100 mil videos todos iguales y por ahí te pega más por la imagen de lo que ves y después te enganchás con la música. Si la imagen sirve para que la gente descubra nuestro disco me parece buenísimo” (Clarín, 2 de noviembre de 1997). Curiosamente, uno de sus clips fue dirigido por Pablo Trapero, aclamado director de la naturalista *Mundo Grúa*. Se trata de *Me haces sentir* corte del disco *Siempre Libre* (1999), donde el director narra “un día en la vida de Turf”. Grabado en blanco y negro, el video comienza con la imagen de Levinton dormitando en la cama y termina con el grupo divirtiéndose como dandys de barrio en un viejo local. Ni vanguardia, ni compromiso: disfrute, parece ser el lema.

4. El cuerpo en el video clip

a) El cuerpo en el espacio

Los espacios constituyen, tal vez, el primer y más importante elemento para caracterizar los cuerpos presentes en los videos clips, ya que delimitan ámbitos de pertenencia, hábitos vinculados con la apropiación de lugares, relaciones de grupos o usos individuales. En efecto, las características de los personajes parecen vincularse directamente con las marcas propias de los ámbitos donde éstos desarrollan las acciones. Dada la multiplicidad de escenarios presentes en los videoclips, consideramos prudente desarrollar una primera clasificación, destacando en qué textos se construyen determinados motivos para poder, entonces, extrapolar juicios más generales sobre las posibles implicancias.

(i) Exterior

- (1) **Barrio**⁴³: se trata de un escenario frecuente en los videos de bandas caracterizadas como de *rock chabón* que, justamente, afirman como uno de sus principios básicos la firme lealtad hacia ese ámbito geográfico cargado simbólicamente con asociaciones como “el lugar del aguante”, donde se reúnen los “hermanos de sangre” (tal es el nombre de uno de los discos de Viejas Locas y da lugar a un graffiti con la traducción en inglés destacado en *Homero*); sinónimo de cerveza en el kiosco de la esquina, picado en el potrero, reunión en la cancha u otras actividades que involucren a un cierto número de individuos (“amigos de fierro”) que comparten su tiempo de ocio, gustos y una actitud similar frente a la vida. En este sentido, se puede establecer posibles relaciones entre esta forma de construir el espacio barrial y el tratamiento presente en los videos de *rap* y *hip hop* norteamericanos donde los vínculos entre pandillas suelen estar fuertemente ligados a las circunscripciones que habitan y dominan. De hecho, cabe destacar cómo ambos estilos, que poco tienen en común desde el punto de vista musical, se emparentan a partir de una perspectiva de vida fuertemente ligada a las conexiones territoriales (aunque se puedan plantear ciertas diferencias en lo que refiere a la visión mucho más violenta de las pandillas de color con respecto a nuestras tribus rockeras). En este sentido, se puede entender el modo de apropiación del espacio como un rasgo importante a la hora de

⁴³ La construcción de este espacio se puede apreciar en los siguientes videos clips que conforman nuestro corpus: *Todo sigue igual*, *Intoxicado* y *Homero* de Viejas Locas; *Quieren rock* de Intoxicados; *Demasiado tarde* de 2' Minutos; *La rubia tarada* de Sumo; *Somos los mismos de siempre*, *La balada del Diablo* y *la Muerte* de La Renga; *Hacelo por mí*, *Ataque 77*; *Héroes anónimos* y *La Polca* de Catupecu Machu; *Joven argentino* de Karamelo Santo; *Hola qué tal* de Las Pelotas; *Vientos* de Fun People, *Basta para mí* de Los Tipitos, *Maradó* de Los Piojos.

construir la identidad que aparece en los videos (cuestión que se indagará también en recepción), en tanto el barrio en ambos casos otorga un sentido fuerte de pertenencia, que constituiría una importante certeza dentro de un panorama mundial cada vez más globalizado y a la vez más fragmentado y que se ha distinguido por la incertidumbre y la permanente movilidad.

El barrio aparece en los videos sustancialmente a través de dos formas: en primera instancia, como una especie de nombre genérico, “el barrio” que, se sugiere, es compartido por aquellos que consumen los videos; en segundo lugar, es aludido específicamente a través de la invocación a un nombre en particular.

En el primer caso, la idea de barrio es introducida de modo tal que el enunciador presupone que el destinatario conoce los elementos configurantes del paradigma. Se alude directamente al “barrio”, la “esquina”, “la calle” a través de las letras⁴⁴ así como también en la construcción de las imágenes sin otra precisión que esta invocación general. El caso más paradigmático se da en el video que registra la *performance* en vivo de La Renga cantando *La balada del Diablo y la Muerte* donde el cantante, “Chizzo” di Napoli, introduce el tema diciendo “voy a contarles una historia; una historia de la esquina” de modo que no sólo la referencia a la idea de barrio se hace presente en la letra de la canción, sino también en la propia presentación del tema. Lo más significativo reside en la aprobación del público que asiente a viva voz la indicación del cantante mostrando así que comparte esta misma representación.

El nombre genérico “barrio” remite, a su vez, implícitamente a tres ámbitos específicos: la calle, el kiosco, fundamentalmente, y el potrero. La primera prácticamente funciona como sinónimo del barrio, pero especifica aún más ciertas referencias a las actividades allí desarrolladas: comercio de drogas, robos, peleas, persecuciones con la policía, encuentros amorosos, etc. Tenemos así, por ejemplo, las imágenes de persecuciones con las fuerzas de seguridad detrás del grupo de “intoxicados” en el video homónimo de Viejas Locas, la ruptura de un automóvil por parte de un par de chicos en *Quieren rock* de Intoxicados, la patrulla persiguiendo a los muchachos alcoholizados con cerveza en *Demasiado tarde* de 2’ Minutos, la espera misteriosa de “ese que nunca iba a venir” en *La balada del Diablo y la Muerte* de La

⁴⁴ Por ejemplo, se pueden señalar referencias genéricas al barrio, la calle, la esquina, etc. como: “estaba el Diablo ahí parado en la esquina de mi barrio” (*La balada del Diablo y la Muerte*, La Renga), “Y cuando te veía en la calle, no podía evitar que el silencio se adueñara, me quedaba sin hablar” (*Hacelo por mí*, Ataque 77), “toda la vida las mismas calles, toda la vida las mismas calles, hoy doblo siempre la misma esquina” (*Panic Show*, La Renga), “Bar, vereda y alquitrán” (*Qué tal*, Divididos). También referencias interesantes, aunque en canciones fuera del corpus: “yo volveré a las calles, sé que mi barrio esperará” (*De espadas y*

Renga, la pelea que termina con la muerte de un muchacho en *El nuevo camino del hombre* de A.N.I.M.A.L., el encuentro con el sexo opuesto en *Hacelo por mí* de Attaque 77 (“cuando te veía en la calle”). La calle también es el lugar de oficios poco especializados, tal como surge de *Hola qué tal* de Las Pelotas siguiendo el recorrido en moto de un repartidor de pizzas que protagoniza el video, o el lugar de tránsito de *Héroes anónimos* como en el video homónimo de Catupecu Machu.

Por otra parte, el kiosco resulta un lugar de encuentro común para las “tribus” que se apropian de ese ámbito en el que transcurren largas horas tomando cerveza y, eventualmente, fumando, como muestra *Demasiado tarde* de 2’Minutos. Otro punto de encuentro, vinculado al consumo en el kiosco, son las estaciones de servicio como aparece en *Basta para mí* de Los Tipitos.

Dentro de la referencia al “barrio”, también resulta de cierta importancia la construcción de espacios como el potrero donde se realiza el picado entre amigos (*Hola qué tal* de Las Pelotas, *Maradó* de Los Piojos), así como las canchas de los equipos de fútbol que siguen las barras (*Maradó*).

Estos espacios, introducidos en bandas propias del rock barrial y tradicionalmente asociados al fútbol, se pueden contrastar con los ámbitos también urbanos dedicados a la práctica de deportes extremos como el skate en videos como *Vientos* de bandas más *alternativas* como Fun People. Mientras el fútbol aparece asociado a la idea de deporte colectivo, el skate o el surf remiten a prácticas individuales, aún cuando también permitan establecer lazos (por ejemplos, en el video señalado se ven a dos chicos abrazándose fraternalmente mostrando sus patinetas).

La segunda forma de presentar al barrio es aludiendo a él directamente⁴⁵. En este caso, el nombre en cuestión aparece como una suerte de “marca registrada” que involucra rasgos positivos o negativos, pero indicando siempre cierto sentido de pertenencia por la afirmación o la negación. Así, en *Demasiado tarde* de 2’Minutos, la referencia a Valentín Alsina connota todo aquello que muestra el video: consumo de cerveza en grupo en el kiosco, persecución y represión policial, etc. En *Joven argentino* de Karamelo Santo se muestran los “conventillos” característicos de La Boca como ámbito propio de la resistencia popular (la gente del barrio

serpientes, Attaque 77), “Carlos se vendió al barrio de Lanus el barrio que lo vio crecer” (*Sos buchón*, 2’ Minutos).

⁴⁵ Por ejemplo, en *Demasiado tarde* de 2’Minutos que incluye un plano detalle del cartel del puente de Valentín Alsina, o en las letras de ciertas canciones: “un pseudo punkito con el acento finito, quiere hacerse el

acercándose a la banda que canta contra la represión policial). En cambio, en *La rubia tarada* la invocación a Belgrano resume lo que significa ser un “nene de mamá” y, por ende, aparece como barrio estigmatizado. Otra forma de presentar los nombres de las localidades surge a través de las tomas generales o planos detalles que muestran las banderas que llevan distintos grupos de seguidores a los shows en vivo a partir de los cuales se generan videos.

En ambos casos, la construcción del espacio se realiza a partir de una estética naturalista empleando recursos retóricos tales como el blanco y negro, eventualmente, o los planos generales que muestran al barrio “tal cual es”. Es importante señalar que el aparente borramiento del enunciador en este supuesto distanciamiento realista no destruye la escena cómplice, en tanto se trata de una construcción que tiene presente los conocimientos del destinatario.

- (2) **El campo y sus extensiones**⁴⁶: en los videos de bandas o solistas *alternativos* es notable la importancia visual de espacios al aire libre trabajados retóricamente como extensiones del *campo*: parques, costas de río, playas, etc. Estos espacios aparecen caracterizados temáticamente como ámbitos propios del ocio y la diversión. Por ejemplo, el campo como lugar bucólico y utópico de peregrinación en *Puente* de Gustavo Cerati y *La música* de El Otro Yo (donde aparece contrapuesto a la dureza de la ciudad), la pileta en el parque en videos como *Deléctrico* de Babasónicos o *No me importa morir* de El Otro Yo, la vera del río en *El Playboy* de Babasónicos (donde el *glamour* de este escenario contrasta con la puesta *grasa* de la carnicería, el taller mecánico, el garage del colectivo), así como también la plaza donde se reúnen las chicas en *El Loco* también de Babasónicos, y ciertas connotaciones espirituales con las que aparece cargada la playa en *Isla* de Leo García. Con respecto a este espacio, se puede marcar el contraste entre esta extensión y la costa a la que alude *El balneario de los Dres. Crotos* de Los Piojos: mientras la playa (de Pinamar) en el video de García transmite la idea de naturaleza como paisaje bello y que se comunica con el alma del personaje (el paisaje transmite en cierta forma los estados de ánimo del personaje, como en la literatura romántica), el balneario de la Costanera del video de Los Piojos reproduce la hostilidad de un lugar insalubre, repleto de basura, caracterizado como marginal (igual que los personajes que aparecen en escena). Mientras el Croto vive en la playa, el personaje de *Isla* sólo transcurre

chico malo, tuerce la boca, se arregla el pelito, toma un trago y vuelve a Belgrano” (*La rubia tarada*, Sumo), “me dicen el Matador, nací en Barracas” (*Matador*, Los Fabulosos Cadillacs).

⁴⁶ Esta construcción se puede apreciar en los siguientes video clips presentes en nuestro corpus: *Loco* de Andrés Calamaro; *La música* y *No me importa* de El Otro Yo; *El Playboy*, *Deléctrico* y *El Loco* de Babasónicos; *Puente* de Gustavo Cerati; *Isla* de Leo García; *El balneario de los Dres Crotos* de Los Piojos

momentos placenteros. Se puede pensar en cierta dicotomía entre estos espacios exteriores y los espacios externos propios del barrio, como la calle o el kiosco: mientras los primeros son contruidos como paisajes ajenos a la ciudad o en su defecto como “oasis” dentro de ella, los segundos están fuertemente vinculados a la estética urbana. Así también, mientras que el barrio remite a un ámbito de pertenencia de ciertos grupos más o menos numerosos que comparten experiencias de vida, gustos similares (en particular en lo musical), etc.; en el caso de los espacios exteriores campestres remiten a lugares más elitistas, a los que sólo un reducido número de personas accede (en el caso de los jardines de las casas se trata de espacios netamente privados, en el caso del parque público no parece ser visitado por más público que las chicas del video y la playa está desolada). Retomando la contraposición señalada por Alabarces entre el *locus amoenus* propios de canciones como *El Oso* de Moris o *Mañanas Campestres* de Arco Iris que transmite la retórica campestre y la cotidianeidad ciudadana alienada de *Avelleneda Blues* de La pesada del Rock and Roll⁴⁷, podríamos pensar que esta dicotomía está en las bases mismas del rock nacional.

Esta oposición no sólo se da en términos temáticos, sino también retóricos destacándose así un mayor naturalismo en el registro del video de Los Piojos en oposición al mayor artificio empleado en los otros grupos de videos en donde se destaca la sofisticación estética de los lugares, que descansa en una construcción bella, armoniosa, luminosa de los espacios. Esto supone también una caracterización diferente del enunciador: más borrado en la construcción naturalista y fuertemente presente en la artificiosa. En el primer caso, el enunciador se posiciona como una suerte de narrador testigo y, eventualmente, denunciante; mientras que en el segundo caso, el enunciador se presenta como figura que participa en la construcción de cierto artificio. En ambos tipos, juega la complicidad, pero de manera diferente: en un caso, se juega con cierta identificación entre la mirada del enunciador y del destinatario reconociendo lugares de tránsito cotidiano unidos a cierta idea de identidad común a ambos; en el otro el juego pasa por el deleite visual a través de la puesta en escena de paisajes agradables.

⁴⁷ Alabarces, Pablo. *Entre gatos y violadores, el rock nacional en la cultura argentina*. Colihue, Buenos Aires, 1993, p. 57.

- (3) **Ciudad**⁴⁸: en cierta forma, la temática de la ciudad fue desplazada por la del barrio. De hecho, esta última ha ocupado el lugar propiamente dicho de lo urbano en la clásica dicotomía entre éste y el campo, como ya hemos sugerido. Sin embargo, la ciudad todavía sobrevive a través de los videos de solistas como Gustavo Cerati, Fito Páez, Charly García y Andrés Calamaro. En ellos, se hace presente la perspectiva del espacio alienante, frenético, vertiginoso y hasta violento (en el caso de Páez). También todavía respiran las calles grises, los edificios anónimos, los habitantes desplazándose por la arterias a una velocidad adrenalínica.

Como dijimos, la temática de la ciudad está fuertemente emparentada con la del barrio, pero pareciera que esta última la ha fagocitado. Es interesante ver cómo aparece la “ciudad” en los videos de los músicos mencionados y contraponerla a la imagen de “barrio” presente en los videos de grupos como Viejas Locas, La Renga, Attaque 77, etc. En el primer caso, la “ciudad” parece remitir a las calles del centro (en particular, Florida y Corrientes), los monumentos característicos (en particular, el Obelisco), los edificios públicos, es decir, aquellos elementos que connotan el sentido *burgués* del casco urbano. Por su parte, el “barrio” sugiere la idea de una zona que forma parte de la ciudad, pero está alejada, marginada, desplazada, al punto que aparece en escena no en tanto parte de la totalidad sino como fragmento: connota el sentido *proletario* (el edificio tipo monoblock, la fábrica, el potrero, etc.). En realidad, en ambos casos vemos partes de un todo (el centro, el barrio), pero mientras en un primer caso vemos que la porción aparece asociada a la totalidad, en el segundo caso sólo se lo reconoce en tanto segmento. Asimismo, mientras la “ciudad” es criticada en su alienación, el “barrio” es reivindicado por su calidez humana. Podríamos pensar si este notable desplazamiento de la “ciudad” por el “barrio” no se relaciona con la creciente decadencia del país, en general, y de los centros urbanos, en particular. La ciudad parece no cobrar la misma importancia que antaño en tanto parece estar siendo reducida y haberse quedado anquilosada como imagen de aquello que fue y todavía sobrevive en la perspectiva de músicos que, aún cuando sobrevivan en los nuevos tiempos, parecen estar a priori más vinculados con épocas pasadas.

(ii) Interior

⁴⁸ Se puede ver la construcción de este espacio en los siguientes videos: *El diablo en tu corazón* de Fito Páez (la ciudad se hace presente a través de las imágenes –El Obelisco, calle Florida y Diagonal Norte, etc.– y de la letra: “Ey, qué te pasa, bs.as./ Es con vos/ No es la techno ni el rock/ Es tu parte que vos no conocés/ Cuidado, la conozco yo..../Sabés que va a ser lo mejor/ Cuando estés así, sacate el diablo de tu corazón/ Hace un tiempo den esta misma ciudad/ Allá en los comienzos de los años 80/ El mundo aún se podía mover/ Estaban altas las defensas, no se comía tanta mierda/ Bs. As. hoy te falta mambo, te sobra muerte y pasarela), *Sweet Home Buenos Aires* de Charly García y Javier Calamaro (se reconoce la Plaza de Mayo, el Cabildo, etc.), *Puente de*

- (1) **Casa**⁴⁹: ésta se caracteriza como una suerte de refugio; constituye, así, un ámbito privado, íntimo que se contrapone temáticamente, en cierta forma, a las actividades grupales y públicas que se generan en el barrio, en la calle, etc. En efecto, aún cuando exista cierta acción grupal (como en *No me importa* de El Otro Yo o en *Homero* de Viejas Locas) se trata de reuniones privadas. Esta mayor intimidad se hace particularmente presente a partir de los espacios representativos del ámbito *casa* y de la idea de privacidad como lo es el baño: la chica tratando de vomitar en *Masticar*, la muchacha bañándose en *El Loco*, el bajista de Catupecu Machu sentado en el inodoro en *Héroes anónimos*, el repartidor aseándose en el baño de la pizzería en *Hola qué tal*, etc. Modelando lo puesto en cámara desde lo Verosímil social, la casa aparece como el ámbito de situaciones que construyen el funcionamiento de las relaciones familiares, el vínculo entre amigos que involucra a la familia (así por ejemplo, el asado en *Homero* incluye a las novias y esposas de los amigos, junto a sus hijos y hasta los perros) o simplemente el comportamiento de los individuos (la chica anoréxica en *Masticar* de Fun People, la recreación en la pileta en *Deléctrico* de Babasónicos, el encuentro amoroso en *Beatle* de Attaque 77 o en *Ruleta* de Los Piojos, etc.). Así, la construcción retórica del espacio aparece en los videos destacando los ambientes y su funcionalidad, así como también las modalidades de decoración. Todo esto permiten también construir la imagen de los personajes que interactúan. De esta forma, si el barrio es marcado por el graffiti (como en *La polca* de Catupecu Machu cuando un muchacho escribe en la pared de una estación ferroviaria el lugar y la fecha de una presentación de la banda que, luego, el video pone en escena), la habitaciones de la casa pueden ser caracterizadas por la presencia de posters y fotos (el cuarto de adolescentes en *Masticar* de Fun People y en *Sólo tus canciones* de Daniela Herrero), la mesa familiar (como en *Héroes anónimos* de Catupecu Machu o en *Homero* de Viejas Locas), etc. En base a esto, se puede formular una subclasificación del espacios:

- (i) **Cuarto**: fundamentalmente es caracterizado a través de la decoración, es decir, a través de la presencia de elementos como pósters y otras imágenes que construyen metonímicamente al espacio como la habitación de un adolescente. En particular, se puede advertir las diferencias entre los estilos de las habitaciones: por un

Gustavo Cerati (se reconocen las calles céntricas que aparecen en oposición al campo idílico), *Flaca* de Andrés Calamaro (se reconoce la costanera).

⁴⁹ La construcción de este espacio puede verse en los siguientes videos: *No me importa* de El Otro Yo; *Homero* de Viejas Locas; *Casanova* de Turf; *Si pudieras* de Juana la Loca; *Masticar* de Fun People; *Deléctrico* de Babasónicos; *Beatle* de Attaque 77; *Ruleta* de Los Piojos; *Héroes anónimos* de Catupecu Machu; *Entero o a pedazos* de Catupecu Machu; *Sólo tus canciones* de Daniela Herrero; *Basta para mí* de Los Tipitos; *Mariposa Technicolor* de Fito Páez.

lado, la tendencia añorada de la pieza en *Sólo tus canciones*, aún considerando la presencia de pósters de artistas combativos como Janis Joplin o John Lennon (se podría considerar si no están, en parte, vaciados de contenidos al ser sólo una imagen como sucede también con íconos como el “Che” Guevara en los recitales de La Renga); por el otro, la estética pop más sofisticada de *Masticar* (con una gigantografía de una modelo que aparenta ser de finales de los años ’60) y con iluminación pastel de aspecto más adulto.

- (ii) *Cocina*: también construida metonímicamente a partir de la presencia de elementos característicos como la mesa, la cocina, etc. Es presentada temáticamente como ámbito familiar, que da cuenta de la importancia cotidiana de las comidas que construyen también cierta imagen del núcleo en cuestión: en *Masticar* se advierte cierta disfunción familiar a partir de la presencia de la madre como única figura sostén, mientras que en *Homero* o *Héroes anónimos* aparece la composición tradicional (madre, padre, hijos).
- (iii) *Baño*: construido metonímicamente a partir de objetos como la bañera, el inodoro, el espejo, es un ámbito caracterizado temáticamente como el lugar íntimo por definición, donde los personajes realizan actos secretos (como los intentos de vómito de la muchacha en *Masticar*) o actividades cotidianas al resguardo de otras miradas (como el baño en *El Loco*, el aseo en *Hola qué tal* o la deposición en *Héroes anónimos*). Así, cierto juego voyeurista aparece en la construcción retórica de este espacio: el enunciador, presuntamente borrado, muestra la escena como si la cámara no estuviera presente generando curiosidad en el destinatario a partir de la puesta en escena de intimidades personales. Por su parte, el destinatario se siente amparado por este “anonimato” y se deleita mirando “por el ojo de la cerradura”. En *Héroes anónimos* se produce el quiebre de este régimen cuando el personaje en el baño mira a cámara y enojado cierra la puerta alejando a la cámara que se ha metido en su privacidad. El juego voyeurista se acaba porque es descubierto y el enunciador y el destinatario se retiran de escena con vergüenza, tal como vemos cuando la cámara se retira rápidamente del lugar y con ella la figura del destinatario.
- (iv) *Living*: caracterizado metonímicamente a través de la presencia de objetos típicos de este ámbito como el sillón y la televisión, es el corazón de la casa (*No me importa morir*, *Rock de las venas*).

- (v) *Jardín*: presentado como lugar de esparcimiento, ocio; en general incluye una pileta para mayor disfrute. Es construido retóricamente a través de planos generales que muestran la interacción de los personajes con el lugar a través de una imagen alegre marcada por la fuerte iluminación diurna.

Las características de estos “modelos de casa” construyen cierta pertenencia de los personajes a la clase media (se destaca por ejemplo la particularidad de la mansión rica de *Casanova* invadida por la banda y su público, de clase media), aunque con ciertas diferencias: clase media-alta (*Deléctrico* de Babasónicos, *No me importa morir* de El Otro Yo, distinguidas por la presencia de piletas en los jardines), clase media-media (*Si pudieras* de Juana la Loca, *Me haces sentir* de Turf, *Sólo tus canciones* de Daniela Herrero, *Ruleta* de Los Piojos, *Masticar* de Fun People, *Beatle* de Ataque 77), clase media-baja (*Homero* de Viejas Locas, *Héroes anónimos* de Catupecu Machu, *Basta para mí* de Los Tipitos). Así, también se genera la presentación de los roles sociales de los personajes: adolescentes estudiantes secundarios, jóvenes músicos, obreros, desocupados, etc; pero también la composición de la familia (familia disfuncional con madre sola en *Masticar*, familia típica en *Homero*, muchacho que vive solo en *Entero o a pedazos* de Catupecu Machu).

- (2) **Boliche**⁵⁰: si el barrio (y en particular la calle y el kiosco) es el ámbito de pertenencia de ciertas tribus del *rock chabón*, el boliche es presentado temáticamente como el escenario para individuos algo más sofisticados, amantes del baile, el encuentro fortuito con el sexo opuesto y vinculados por lazos más superficiales donde los habitués no necesariamente se conocen entre sí. En este sentido, mientras en el barrio se advierte una cierta “comunidad grupal”, en el boliche los sujetos aparecen más fragmentados bailando solos, aún cuando puedan llegar a compartir alguna pieza con un compañero transitorio. Esto aparece representado en *Hola qué tal* donde el boliche (marcado retóricamente, por ejemplo, a través del contraste entre el color de las imágenes del boliche y el blanco y negro con el que se registra las imágenes del barrio) es el lugar de los encuentros casuales, ámbito favorito del *playboy* fracasado que protagoniza el video (es significativa la imagen del bajista comiendo una porción de pizza mirando con expresión distante a una pareja bailando en la pista). Se construye retóricamente al boliche desde una estética artificiosa que enfatiza objetos como las bolas de espejos que contribuyen a acentuar una perspectiva alienante y psicodélica que puede marear al que no es habitué. A diferencia del barrio, más vinculado con lo masculino, el boliche es más femenino o,

⁵⁰ La construcción de este espacio se hace presente en videos como *Hola qué tal* de Las Pelotas; *La rubia tarada* de Sumo; *Los piratas* de Los Auténticos Decadentes; *Morrissey* de Leo García y *La rubia tarada* de Sumo.

por lo menos, unisex. Socialmente, el boliche aparece vinculado a la clase media-media o media alta.

- (3) **Recital:** este espacio es construido fundamentalmente a través de los videos que ponen en escena *shows* en vivo de las bandas o solistas. Estos registros se construyen de maneras diferentes: lo más usual es tomar el sonido en vivo del *show* y de la gente en el campo (este es el caso, en general, de La Renga, Los Piojos, El Otro Yo o Viejas Locas en *Me gustas mucho*); otra forma es tomar las imágenes del público asistente y los músicos sobre el escenario pero con la pista original del disco en estudio (este es el caso de Viejas Locas en *Todo sigue igual* y de los videos presentes en el corpus de Cadena Perpetua y Divididos); el modo más sofisticado es mostrar un recital ficticio donde el público está constituido por extras (como en *Casanova* de Turf y *Si pudieras* de Juana la Loca). En cada una de estas modalidades, el ámbito donde se desarrolla la *performance* en vivo cobra gran importancia a la hora de determinar las diferentes estéticas, así como también es determinante la forma en la que está decorado y presentado en el video. Desde el punto de vista espacial, el lugar aparece constituido por los siguientes elementos: en primera instancia, el escenario desde donde se muestran los músicos; en segundo lugar las zonas ocupadas por el público que pueden ser el campo y las tribunas en el caso de los estadios o las plateas si se trata de teatros. De esta forma, se desprenden dos elementos a analizar: cómo la mostración en los videos de los lugares donde transcurren los *shows* colaboran en la construcción de los estilos y también cómo un mismo espacio puede estar al servicio de tendencias disímiles al estar caracterizado de manera diferente (por ejemplo, si tiene escenografía o no, si ésta es pomposa o ascética, etc.). Indagando respecto al primer punto, desarrollamos la siguiente subclasificación:

- (i) *Estadio abierto*⁵¹: se lo construye como el ámbito propio de la masividad y el furor anónimo mostrando grandes cantidades de jóvenes⁵² que llenan los campos, las plateas y las populares de estadios de fútbol de los que las bandas se apropian la noche del *show* registrado en el video. Retóricamente el lugar es construido metonímicamente a través de planos que muestran a los cuerpos en el escenario, por una parte, y a los que están en el campo y en las tribunas, por otra. Estos últimos se tocan, rozan, golpean unos contra los otros; prima el sudor, los gritos, el frenesí. Es un

⁵¹ La construcción de este espacio se hace presente en videos de La Renga registrados en show hechos en Huracán y Atlanta como *La balada del Diablo y la Muerte*, *Panic Show*, *En lo más frágil de la locura*; de Los Piojos en Atlanta como *Desde lejos no se vé* o en Cosquín como *El balneario de los Dres*. Crotos y los de Divididos en Vélez como *Qué tal* y *Qué ves*.

espacio al aire libre, donde brillan las bengalas y flamean las banderas (abundan los planos detalles, en este sentido). Nadie tiene el puesto definido, dado que las grandes masas se desplazan hacia atrás y hacia adelante, los grupos se abren o se contraen en los momentos de mayor efusividad de las canciones, cuando el ritmo se acelera vertiginosamente.

En el caso de los videos de recitales de La Renga, se destaca la presencia de una escenografía trabajada con grandes murales que recubren los extremos del escenario, que recuerdan la estética de Rocambole, artista que prepara las tapas de los discos de Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota.

De esta manera, la presencia de este espacio en los videos constituye, en primera instancia, un indicador de la masividad de las bandas en cuestión: sólo los grupos con una importante convocatoria pueden realizar *shows* en estadios abiertos y filmar videos a partir de ellos. La gran cantidad de público es un dato explotado en las imágenes. Particularmente, este deleite de la cámara con la audiencia se ha desarrollado fuertemente en la última década. En efecto, esta clase de video ha crecido no sólo como modo de comercializar la música a través de las imágenes sino también como una suerte de tributo al público fiel. La lealtad de los seguidores toma un cariz fuertemente futbolístico gracias a los atributos que portan (remeras, banderas y bengalas) pero también por el lugar en sí: la propia estructura del estadio contribuye a generar cierta mítica “de cancha”. De esta forma, se presenta a la audiencia no tanto como *oyentes* sino más bien como *hinchas* que tienden a agruparse en diferentes “bandas” (tal es el término que han adoptado los grupos de seguidores de Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota y que se ha extendido entre el público rockero).

Cabe destacar, sin embargo, que este espacio es también el lugar convocante para otra clase de músicos como cantantes melódicos (Enrique Iglesias, Chayanne, etc) y bandas pop internacionales (Back Street Boys, N’Sync). Sin embargo, la presentación del lugar en estos casos pierde la esencia futbolera a la que antes nos referíamos, al no contar con planos detalles de banderas, bengalas, etc. Se trata de un ámbito también masivo pero que nada tiene que ver con las “tribus” rockeras: la puesta lumínica y escenográfica es mucho más sofisticada y propone una puesta en escena más teatral.

⁵² Entre 20 y 30 mil personas albergan estadios como Huracán o Atlanta, mientras que Vélez supera los 40 ó 45 mil espectadores.

- (ii) *Estadio cerrado/ galpón tipo “Cemento”*⁵³: constituyen el punto medio entre la masividad extrema de los estadios abiertos y la mayor intimidad de los teatros⁵⁴. Como en el caso anterior, se advierte la construcción que enfatiza positivamente el hacinamiento de cuerpos, aún más pronunciado por tratarse de ámbitos más restringidos y cerrados. Cabe destacar que los videos no identifican los nombres de los establecimientos (con la excepción del graffiti que aparece en el video de Catupecu Machu donde se comunica el lugar de encuentro), pero los conocedores puede identificarlos fácilmente.
- (iii) *Teatro*⁵⁵: caracterizado retóricamente como ámbito más preparado para una puesta en escena más rica, particularmente, desde el punto de vista lumínico y auditivo, se presenta temáticamente como un lugar más íntimo, donde el público carece de la movilidad propia de los estadios medios y grandes, pero, en cambio, goza de una mayor comodidad. En efecto, cuenta con butacas y lugares preferenciales según el costo del ticket. Se pierde parte del ritual de los recitales más masivos, pero se complementa con la posibilidad de gozar con más detalle del show (deleite individual antes que grupal). De esta forma, a diferencia del cuerpo itinerante de los otros dos espacios, este cuerpo es básicamente estático y privilegia sentidos como el oído y la vista, antes que el tacto.
- (iv) *Fiesta privada*⁵⁶: es un escenario poco usual dentro del género del rock, pero se presenta en particular en el video *Casanova* de Tuf donde las características suntuosas de la canción van de la mano con la estética glamorosa de la banda. Sin embargo, resulta de importancia la caracterización retórica y temática de este espacio en contraposición con las estructuras más masivas de los estadios medios y grandes. Se trata de un cuerpo no sólo interesado en el disfrute del show, sino también en la posibilidad del baile y de conocer a otros, lo que podría vincularse temáticamente con hábitos más propios del boliche. Construye la idea de un cuerpo de elite, invitado a un

⁵³ La construcción de este espacio se hace presente en videos de Viejas Locas registrados en Cemento como *Me gustas mucho* y *Todo sigue igual*, de El Otro Yo en Obras como *Alegría* y en Cemento como 69; de Ataque 77 en Obras como *Volver a empezar* o *Hacelo por mí*, de Catupecu Machu en El Hormigón como *La Polca* y Cadena Perpetua en un lugar no definido en *Si me ves*.

⁵⁴ Entre los lugares más representativos temáticamente, se encuentra “Cemento” (una suerte de gran galpón largo, donde la única posibilidad para ver el espectáculo es desde el “campo”) con una capacidad cercana a los 4 mil espectadores) y “Obras” (con una mejor preparación para ver y escuchar el espectáculo, cuenta con campo, populares y plateas; tiene una capacidad que supera los 5 mil espectadores y puede llegar hasta los 8 mil).

⁵⁵ La construcción de este espacio se hace presente en videos como *Si pudieras* de Juana la loca.

⁵⁶ La construcción de este espacio se hace presente en videos como *Casanova* de Turf.

convite privado, aún cuando para ejercer el derecho a entrar haya que usar la fuerza bruta.

- (4) **Lugares de trabajo**⁵⁷: son caracterizados retóricamente a través de la acción de los personajes. En general, se ponen en escena ámbitos de labor poco calificada como la fábrica en *Homero*, la obra en construcción en *La música*, la carnicería, el taller mecánico y el garage de colectivos en *El playboy*, la calle para el repartidor de pizzas en *Hola qué tal*, para el cartero en *Deléctrico* (donde también tiene lugar la feria) y para los basureros de *Intoxicado*. Estos espacios ayudan a configurar temáticamente personajes de clases populares.
- (5) **Hospital/funeral**⁵⁸: mientras el hospital en *Vida modelo* aparece caracterizado temáticamente como el punto de inicio de una vida, el funeral en *Quieren rock* constituye la culminación de la existencia de un rockero que vive al límite. Así, mientras el llanto primario del recién nacido constituye el auspicio de una nueva vida, el personaje del video de Viejas Locas sólo está interesado por fumar un último cigarrillo antes de “dormirse” en el ataúd.

(iii) Escenarios imaginarios⁵⁹

Se trata de lugares con límites indefinidos y contruidos a través del trabajo técnico que pone en juego el dispositivo. Así, el espacio sólo tiene sentido dentro del video en cuestión. El caso más paradigmático es el de *Loco un poco* de Turf, donde el ámbito es la pantalla, en la que los personajes corren en moto o en auto, caen al vacío, juegan con los rayos de luz que genera el sonido de batería o ven multiplicadas sus figuras al infinito. Por su parte, el espacio de *Rock de las venas* recrea una suerte de living (presencia de televisor, mesa, etc) pero lo hace recurriendo a dibujos computarizados con estética pop, técnica animada a la que también se recurre en *Sólo tus canciones* donde la imagen naïve del cuarto de la cantante es completada a través de los dibujos de pájaros, nubes y sol a través de la ventana. Asimismo, también se puede agrupar dentro de esta categoría a la construcción del tipo *espacio exterior* en *Positiva* de Érica García, donde se apunta a la construcción de un espacio galáctico de aspecto extremadamente sofisticado (cita a 2001, *Odisea*

⁵⁷ La construcción de este espacio se hace presente en videos como *Homero* e *Intoxicado* de Viejas Locas; *La música* de El Otro Yo; *Deléctrico* de Babasónicos, *Hola qué tal* de Las Pelotas.

⁵⁸ Esta dicotomía puede apreciarse en los videos *Vida modelo* de Juana la Loca y *Quieren rock* de Intoxicados.

⁵⁹ La construcción de este espacio se hace presente en videos como *Deléctrico* de Babasónicos; *Puente* de Gustavo Cerati; *Loco un poco* de Turf; *Rock de las venas* de Los Ratones Paranoicos; *Positiva* de Érica García; *Shimauta* de Alfredo Casero; *Sólo tus canciones* de Daniela Herrero.

*del espacio*⁶⁰). Esta caracterización se torna interesante si la contraponemos a la estética naturalista propia de la construcción de los ámbitos barriales: si en esta última se adopta el registro en blanco y negro, con un enunciador relativamente borrado y el registro casi “espontáneo” de “la vida en sí misma”, estos videos en cambio apuestan a la intervención de la figura enunciativa, a la construcción de un espacio ficticio que capte la atención con del espectador. Así, mientras en el primer caso la relación entre enunciador y destinatario radicaría en cierta identificación (de modo que ambas figuras estarían en un mismo nivel), en estos videos estaría basada en el estímulo visual que genera cierta sorpresa y curiosidad. Cabe destacar que, dentro de este grupo de videos, *Rock de las venas* constituye un caso particular ya que construye una lírica y una presentación de los personajes cercana al rock barrial, pero desarrolla a través de la escenografía una estética más propia del pop de fines de los '60, similar al glamour del video de Turf.

⁶⁰ 2001, *Odisea del espacio*, 1968, dirigida por Stanley Kubrick, escrita por Arthur C. Clarke y Stanley Kubrick, protagonizada por Keir Dullea, Gary Lockwood, William Sylvester, Daniel Richter.

b) El cuerpo a través de las edades

Los videos clips de rock y pop focalizan la mirada en el grupo etario de los jóvenes, aunque no descuidan la incorporación de otros personajes, en particular, los adultos que suelen aparecer como sus opuestos.

- (i) **Niño**⁶¹: caracterizado a través de su fragilidad y como fuertemente dependiente económica y afectivamente de los padres. Así, aparece en brazos de la madre, en compañía del padre en un almuerzo o en brazos del médico que asiste a la madre en el parto (construyendo la metáfora de la vida que comienza y de la que sólo depende su propia decisión). En *El nuevo camino del hombre*, la imagen del niño protagonista introduce la metáfora de la inocencia que se opone a la perversidad de las imágenes de violencia que el pequeño conoce a través de los objetos que recoge. También cabe señalar la imagen del niño escolar de escuela pública en *El balneario de los Dres. Crotos*⁶² que se presenta como ícono de la enseñanza laica, libre y gratuita, en decadencia al igual que el resto de las instituciones allí mencionadas (más precisamente, las empresas “rematadas” por empresarios y políticos inescrupulosos). En algunos videos, también se destaca la presencia de los hijos de los propios músicos (*El muerto*, Los Fabulosos Cadillacs) que genera cierta imagen familiar, en oposición de la clásica figura desordenada y del reviente del *rockstar*.
- (ii) **Joven**: es el protagonista excluyente de buena parte de los videos clips, que se concentran en esta figura en tanto es este el público que tradicionalmente consume el género musical del rock y del pop. Considerando la amplitud de esta categoría que incluye a individuos entre los 13 y los 30 años, introducimos aquí una primera subclasificación según la edad (adolescente temprano/adolescente propiamente dicho entre los 13 y los 18 años; adolescente tardío entre los 18 y 24 años y joven adulto entre los 24 y los 30 años). A su vez, dentro de cada una de estas

⁶¹ La construcción de este espacio se hace presente en videos como *Vida modelo* de Juana la Loca; *Héroes anónimos* de Catupecu Machu; *El nuevo camino del hombre* de A.N.I.M.A.L; *El balneario de los Dres. Crotos* de Los Piojos; *El muerto* de Los Fabulosos Cadillacs.

⁶² El video vincula la imagen adulta del Croto en decadencia, contraponiéndola a su pasado como profesional y como escolar aplicado que recibe una medalla honorífica. Sobre el final del video, el niño devuelve a su imagen adulta este objeto representando metafóricamente el fin de un círculo virtuoso (pasado escolar brillante, carrera profesional digna) que supo transformarse en vicioso (pobreza, marginalidad, exclusión, represión).

variantes introdujimos diversos indicadores (que, posteriormente, reiteraremos al analizar el cuerpo del adulto) como los que refieren a:

- **La actitud política:** cuáles son las perspectivas ideológicas de los sujetos en acción y cómo aparecen construidas. Se advierte la dicotomía entre el cuerpo de la resistencia y el cuerpo de la resignación;
- **La actividad:** cuáles son las acciones que desarrollan los personajes en los videos. Al respecto, se advierte la dicotomía entre cuerpo del trabajo y cuerpo del placer;
- **El rol familiar:** fundamentalmente, aparecen los papeles de hijo y padre;
- **Los consumos:** abarcan un amplio abanico que involucra tanto a la música (cuerpo del fan de la música, categoría en la que a su vez aparecen las variantes propias de los distintos estilos musicales: rock chabón, punk, rock alternativo, pop) como a las drogas (ilegales o legales como el alcohol o el tabaco);
- **La práctica de deportes:** en particular del fútbol o de deportes extremos/alternativos.

- (1) **Adolescente temprano (13 a 14 años) y adolescente propiamente dicho (15 a 18 años)**⁶³: cuerpo flexible, delgado, es usualmente caracterizado temáticamente como estudiante, a partir de metonimias que trabajan en la dimensión retórica utilizando convenciones simbólicas como el uniforme escolar. En general, se trata de alumnos de escuelas privadas ya que no portan guardapolvo sino júmer, en el caso de las mujeres (*El Loco*); y pantalón y chomba escolar, en el caso de los varones (*Beatle*). En particular, se tiende a resaltar el aspecto de las chicas de secundario a través de planos (donde se las muestra jugar con las polleras subidas) generando cierta mirada voyeurista (de tratamiento y efecto similar a los planos que muestran a las chicas en actitud de apariencia lésbica). Se adopta un régimen háptico de imágenes⁶⁴ antes que óptico,

⁶³ Esta construcción se hace presente en videos como *El loco* de Babasónicos; *Beatle* de Attaque 77; *Todas tus canciones* de Daniela Herrero; *No me importa morir* de El Otro Yo; 69 de El Otro Yo.

⁶⁴ Aumont, Jacques. *La imagen*, Barcelona, 1990, p. 115. Adolf Hildebrand distinguía dos modos de visión de un objeto en el espacio: el modo próximo (Nahbild), correspondiente a la visión corriente de una forma en el espacio vivido y el modo lejano (Fernbild), correspondiente a la visión de esta misma forma según las

se apela a la sensualidad a través de planos detalles sobre los cuerpos (sobre muslos, vientres y pechos, fundamentalmente) y primeros planos de los rostros. Se trata de un cuerpo en constante movimiento, enérgico, en permanente búsqueda de aventuras y nuevas experiencias, alegre, pero también muy confundido. De esta forma, se muestran los contrastes entre las risas, caricias y corridas en *El Loco*, *No me importa* o *Beatle* donde también se muestra la labilidad del carácter (del juego pasan a la violencia), la desorientación (particularmente evidente en *El Loco*) y la lucha por convertirse en adultos aunque todavía muestren rasgos adolescentes (como el chico de *Beatle* que tras concluir el acto sexual con una mujer madura, se va a saltar junto a sus compañeros festejando el recital de Ataque 77). Así, se muestra esa duplicidad de un cuerpo aniñado (mirada clara e inocente, movimientos espontáneos, poco calculados, expresión cándida, seducción a través de la inocencia), pero con ciertas marcas de adultez vinculados con el frecuente interés por la sexualidad y el contacto con el sexo. Por lo indicado, podemos plantear la existencia de una especie de paradoja entre la búsqueda *adulta* de los jóvenes (aunque con ciertos visos de infantilismo que se traducen en obstáculos para el desarrollo) y el interés por permanecer *joven* de los adultos (fenómeno de *juvenilización* que, luego, retomaremos al analizar el cuerpo adulto).

Los cuerpos jóvenes son también en buena medida los protagonistas de los videos que registran los conciertos de los grupos y solistas. Particularmente en los recitales de *rock chabón* y de *punk*, adquieren una gran relevancia siendo actores fundamentales del *show* en sí. Allí, los adolescentes se muestran enfundados en banderas o remeras alusivas a la banda (esto también sucede con el protagonista de *Beatle* que, debajo de la chomba escolar, tiene una remera de Ataque 77) por lo que podemos decir que el cuerpo es alcanzado por lo simbólico.

La identificación con los músicos aparece también construida a través de la construcción icónica del cuarto típico de adolescente repleto de pósters e ilustraciones de los ídolos, tal como surge de *Todas tus canciones* de Daniela

leyes específicas del arte. A estos dos modos de visión, Hildebran asociaba dos tendencias: el polo *óptico* (el de la visión de lejos, en el cual desempeña un importante papel la perspectiva) y el polo *háptico*, táctil (el de la visión de cerca, en el cual se insiste más en la presencia de los objetos, sus cualidades de superficie, etc.).

Herrero, cuya figura plantea el modelo de cantante pero también de *fan* de *rock*. La relación entre los seguidores adolescentes y los músicos es también puesta en juego en videos como 69 que plantean el juego de las *groupies*⁶⁵.

Como indicamos anteriormente, introducimos aquí una serie de indicadores para profundizar el análisis sobre el cuerpo del adolescente temprano y el adolescente propiamente dicho.

(i) *Actitud política:*

1. Cuerpo de la resistencia⁶⁶: cuerpo contestatario, molesto con el mundo, enojado con el sistema. Se emparenta directamente con el cuerpo rebelde propio del adolescente tardío (aunque con actitudes algo más edulcoradas), dado que, por una parte, las fronteras etarias son relativamente lábiles y, por otra, es difícil determinar la edad de los involucrados a través de los videos. De todos modos, encontramos ciertas referencias como: “joven argentino, mayor de 16” en *Joven argentino*, que remite a los arquetípicos llamados a convocatoria de las Fuerzas Armadas a través de avisos televisivos en los, entonces, canales estatales.

(ii) *Actividad:*

1. Cuerpo del placer⁶⁷: disfruta de actividades recreativas como leer, dibujar, ver televisión, escuchar música, concurrir a recitales, o simplemente placenteras como los juegos de manos, los juegos en la piletta, los juegos con disfraces y el sexo.

(iii) *Rol familiar:*

1. Hijo⁶⁸: se describe un cuerpo aún subordinado a las decisiones familiares, que es mantenido al punto que se muestra la forma en que es alimentado, tal como se describe en *Masticar* cuando la madre le deja un plato de comida a la hija, antes de irse a trabajar.

(iv) *Consumo:*

1. Cuerpo del *fan* de música: construido retóricamente a través de los videos que registran los recitales en vivo como cuerpo eufórico, desenfrenado, que

⁶⁵ Chicas generalmente atractivas, *fans* de bandas de *rock* que persiguen a los músicos y que tienen frecuentes encuentros casuales con ellos a las salidas de los *shows*.

⁶⁶ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en el video *Joven argentino* de Karamelo Santo.

⁶⁷ Este modo de presentar al cuerpo puede verse en los videos *No me importa morir* y 69 de El Otro Yo; *Desde lejos no se ve* de Los Piojos; *Lo frágil de la locura* de La Renga.

⁶⁸ La puesta en escena de este rol puede verse en *Masticar* de Fun People.

busca el contacto con la estrella. Pueden rastrearse distintas características según los diferentes estilos de música que permiten enunciar motivos temáticos diferentes:

- a. Cuerpo del seguidor *punk*⁶⁹: cuerpo atolondrado, de movimientos frenéticos, practicante del *mosh* y del *pogo*, es decir, de caminar encima de las cabezas de los otros y de golpearse entre sí.
- b. Cuerpo del seguidor de *rock chabón/stone*⁷⁰: cuerpo que salta, agita brazos, rebolea remeras, agita banderas, prende bengalas, corea las canciones (terminando los estribillos), saluda a cámara cuando ésta se acerca, es más histriónico que el del punk. Se destaca el uso de indumentaria como jeans y remera de los grupos afines, no sólo de las bandas de los videos sino “amigas” como los Rolling Stones.
- c. Cuerpo del seguidor del *rock alternativo*⁷¹: comparte rasgos de los otros dos modelos como el ritual del *mosh* y el *pogo* del *punk*, pero también el encendido de bengalas y el agite de banderas del *rock chabón*. Se destaca, sin embargo, por el uso de una indumentaria característica: remeras musculosas de colores vistosos, pantalones coloridos, remeras de las bandas y de grupos afines como Nirvana (recuperación de la estética *grunge* con camisas leñadoras por sobre la remera), así como de cortes de cabello singulares (en el caso de las mujeres, corte al cuello, con flequillo tomado por hebillas; en el caso de los varones, corte al cuello con flequillo sobre el rostro).
- d. Cuerpo del seguidor del *pop*⁷²: comparte cierto desenfreno propio de los otros modelos, pero presenta un aspecto más tranquilo en ámbitos como el teatro prefiriendo los aplausos a los gritos y el baile al *pogo*. Comparten con el modelo alternativo el cuidado del aspecto y cierta estética *fashion*, que recupera el estilo retro de los '60 o '70.

⁶⁹ Seguidores del estilo *punk* pueden verse en videos como *Volver a empezar*, *Donde las águilas se atreven*, *No me arrepiento* de Ataque 77 y *Si me ves* de Cadena Perpetua.

⁷⁰ Seguidores del estilo *rock chabón* pueden verse en videos como *Lo frágil de la locura*, *El Revelde*, *Somos los mismos de siempre* y *Panic Show* de La Renga; *El balneario de los Dres*. Crotos (en vivo), *Desde lejos no se vé* y *Ando ganas* de Los Piojos; *Me gustas mucho* y *Todo sigue igual* de Viejas Locas; *Se viene* de Bersuit Vergarabat.

⁷¹ Seguidores del estilo *rock alternativo* pueden verse en videos como *Alegría* y *69* de El Otro Yo o *Vientos* de Fun People.

⁷² Seguidores del estilo *pop* pueden verse en videos como *Casanova* de Turf o *Si pudieras* de Juana la Loca.

Particularmente, se advierte cierta afinidad estética con la movida del *britpop* que recupera el estilo de Los Beatles. De todos modos, este modelo no es tan propio del adolescente temprano o propiamente dicho, sino más bien del tardío.

- e. Cuerpo de televidente⁷³: se lo presenta retóricamente a través de planos cerrados donde se lo muestra consumiendo, fundamentalmente, *cartoons* lo que construye temáticamente cierta identidad aniñada.
- f. Cuerpo lector⁷⁴: se lo caracteriza en la cama, acostado. Particularmente, en *Masticar* el material de lectura queda restringido a *El principito* y revistas anglosajonas especializadas en el cuidado del cuerpo y casi fomentadoras de la anorexia o la bulimia (“My body my enemy” se lee a través de un plano detalle). El enunciador se encarga de destacar este material en el marco de su denuncia respecto al estado de situación de este problema. Se construye una suerte de contradicción en el personaje que lee un texto, cuya cita más conocida es “lo esencial es invisible a los ojos”, pero gusta también de materiales focalizados estrictamente en la estética.
- g. Cuerpo consumidor de golosinas⁷⁵: se destaca retóricamente a través de primeros planos de los chupetines en la boca de algunas chicas que acentúan icónicamente cierta imagen aniñada, pero con connotaciones sexuales. Podemos reconocer en este tratamiento la estética propia de la publicidad, que en realidad atraviesa al género del video clip en su totalidad, pero que se hace particularmente presente en estas tomas.

(v) *Deportes:*

- a. Práctica de deportes extremos/alternativos⁷⁶: como el *skate* o el *surf*. Así, se muestra retóricamente un cuerpo en permanente movimiento deslizándose sobre el asfalto con la patineta y, en particular, haciendo piruetas en ciertas pistas cóncavas funcionales a este deporte. En general, este cuerpo aparece vestido con pantalones largos por debajo de la rodilla, anchos (están preparados para llevar protectores), remeras también anchas, gorro o casco, zapatillas de marcas reconocidas como

⁷³ Este modo de presentar al cuerpo puede verse en *No me importa morir* de El Otro Yo.

⁷⁴ Esta modalidad puede verse en *Masticar* de Fun People.

⁷⁵ Esta clase de consumos puede verse en *No me importa morir* de El Otro Yo.

⁷⁶ La práctica de estos deportes puede verse en *Vientos* de Fun People.

Vans o Reef y, eventualmente, protecciones en las rodillas y en los codos. Se trata de deportes relativamente individualistas, aunque no es raro que se reúnan los chicos a practicarlo en grupo.

(2) **Adolescente tardío (18 a 24 años):** presenta un cuerpo más formado que el adolescente menor:

(i) *Actitud política:*

1. Cuerpo de la resistencia⁷⁷: presenta una mayor conciencia respecto a su posicionamiento en el mundo y reclama ciertas modificaciones. Así, por ejemplo, en *Entero o a pedazos* de Catupecu Machu se muestra visualmente el “encajonamiento” de un joven en una jaula de cristal que logra romper para recuperar su libertad. Por su parte, “el revelde” en La Renga se ubica “al costado del mundo” advirtiendo las graves consecuencias de “ser socio de esta sociedad” que “te puede matar”, mientras que *La música* construye una denuncia respecto a la posición en la que se encuentra el personaje “artificializado, desnaturalizado, estoy manipulado, me siento anarquizado”. En *Si me ves*, el narrador dice no resignarse aún cuando se sepa perdedor (“porque al mundo lo intenté cambiar. Como ves, sigue igual, pero al menos no me resigné a soñar”). De esta manera, define su lugar a partir de una decisión propia tal como lo hace el narrador de *Vida modelo*: “es tu decisión, quizás lo mejor llegó”. También se advierte la misma actitud crítica, pero al mismo tiempo la posibilidad de elección y cambio en *Se viene* de Bersuit Vergarabat donde la situación actual es caratulada como “dictadura” lo que se vincula con la caracterización que hace *Joven argentino* de Karamelo Santo (“joven argentino, mayor de 16, si alguna vez pensaste ya eres subversivo. ¿Cuál es el cargo?: Posesión de ideas. ¿Cuál el veredicto? Censura perpetua”). Asimismo, en *Donde las águilas se atreven* (cita a la mítica película sobre la Segunda Guerra Mundial *Where eagles dare*⁷⁸) forman

⁷⁷ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en el video *El revelde* de La Renga; *Vida Modelo* de Turf; *Se viene* de Bersuit Vergarabat; *Donde las águilas se atreven* de Attaque 77; *La música* de El Otro Yo; *Joven argentino* de Karamelo Santo; *Vientos* de Fun People; *Si me ves* de Cadena Perpetua; *Entero o a pedazos* de Catupecu Machu.

⁷⁸ *Where eagles dare*, Estados Unidos, 1968. Dirigida por Brian G. Hutton y protagonizada por Richard Burton, Clint Eastwood y Mary Ure. Como dato anecdótico, se puede agregar que era un título clásico en la programación de *Sabados de superacción* en Canal 11.

un enunciador coral que reclama la unidad para poder defenderse del sistema: “si nos juntamos todos, no nos van a detener”. Un detalle interesante es la forma en que Fun People vincula la rebeldía juvenil en *Vientos* con los deportes extremos como el *skate* o el *surf*. De este modo, advertimos que la temática de la rebeldía parece atravesar tanto el *rock* como el *pop*, constituyéndose así en una temática propia de la “identidad juvenil” aunque se advierte ciertas diferencias respecto a la construcción de la misma: mientras el *pop* de Juana la Loca y el sonido *alternativo* de El Otro Yo o de Catupecu Machu presentan la rebeldía como una decisión personal para resistir a los embates de la “vida modelo” y denunciar las hostilidades del sistema, en el *rock* de Bersuit Vergarabat, en el *punk* de Attaque 77 y en el *hardcore* de Fun People (también vinculado con un sonido alternativo) se convierte en una cuestión grupal (se podría pensar algo similar en el *rock chabón* de la Renga donde aunque la canción está narrada en primera persona del singular, las imágenes muestran el accionar del grupo o también en *Joven argentino* donde la denuncia es coral y se efectúa tanto a través de las imágenes de la banda como de los jóvenes en la calle). En este sentido, se construyen dos escenas enunciativas diferentes. En la primera, el enunciador invoca al destinatario pero marcando las diferencias entre las figuras, al punto que se advierte cierto contrato pedagógico donde el enunciador parece hacerse cargo de formar una opinión para el destinatario. En la segunda, el enunciador se une al destinatario bajo un mismo deíctico: el “nosotros inclusivo”, lo que promueve una mayor simetría en las relaciones entre las figuras enunciativas textuales. Esto se vincula con las distinciones enunciadas sobre los espacios y nuestras hipótesis respecto de que aquellos videos que presentan la escena enunciativa presentada en segundo término resultan también más proclives a situar la acción en ambientes exteriores urbanos propios de grupos o *tribus* que los restantes, más adeptos a sugerir ámbitos interiores más íntimos, privados e individuales. Un detalle importante a señalar es que en los videos que proponen este tipo de joven, el mismo no aparece encarnado por los propios integrantes de las bandas en tanto se trata de sujetos de una edad más avanzada (la excepción, quizás estaría dada por Juana la Loca).

2. Cuerpo de la resignación⁷⁹: abatido, marcado por la vida y subordinado a ella es caracterizado en *El pobre* como apolítico a fuerza del destino que le tocó vivir y parece excluir toda movilización política. El cuerpo de la resignación se construye desde un marco en que el enunciador se distancia del personaje construyendo un contrato pedagógico con el objetivo de mostrar y, fundamentalmente, denunciar al destinatario la miserable situación del pobre.
- (ii) *Actividad:*
1. Cuerpo del trabajo⁸⁰: se presenta marcado física e intelectualmente por la actividad laboral y preocupado por los avatares económicos. El caso paradigmático es el de *El pobre*: no se muestra al personaje invocado en la letra, sino a través de la masa anónima, y no se lo describe etariamente pero ciertos indicios respecto a la música y su lugar en la vida hacen presumir que se trata de un joven adulto. Su posición es mucho más resignada que la del tipo contestario, al punto que no parece ser él el que pide “un poco de suerte para el pobre” sino el enunciador que, posicionado en un nivel diferente al del personaje, se interesa por las vicisitudes de su vida. El trabajador joven se vincula tanto desde el punto de vista de la presentación temática como desde la construcción retórica, con la figura del adulto trabajador, en tanto se trata de sujetos con pocas esperanzas o expectativas de cambio y que se saben anclados a su trabajo, su familia, su barrio. En *La música*, se describe un intento de escape de este aparente círculo, pero el mismo concluye en fracaso. Así, el cuerpo del trabajo se presenta como víctima de la represión y como opuesto al cuerpo del ocio, presentado como libre y feliz.
 2. Cuerpo del placer⁸¹: presentado temáticamente como el cuerpo del playboy o del Casanova coincide con una figura atractiva físicamente, seductor, mujeriego, *bon vivant*, perezoso y de buen pasar económico que le permite privilegiar las actividades placenteras antes que las lucrativas como tomar sol nadando en la pileta, dormir hasta tarde, salir a la noche, bailar, etc.
- (iii) *Rol familiar*

⁷⁹ La construcción de esta modalidad de cuerpo puede verse en *El Pobre* de Attaque 77.

⁸⁰ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El pobre* de Attaque 77 y *La música* de El Otro Yo

⁸¹ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Casanova*, *Me haces sentir*, *Loco un poco* de Turf y *Alegría* de El Otro Yo.

- a. Hijo⁸²: en particular esta categoría remite al cuerpo del placer: el sostenimiento económico por parte de la familia es el que parece permitirle algunas comodidades. Así, por ejemplo en *Me haces sentir* se muestra a los músicos almorzando con su familia.

(iv) *Consumo*:

1. Cuerpo adicto a las drogas⁸³: presenta un andar desordenado, aspecto desaliñado, problemas repetidos con la policía, pero que gusta de esta desprolijidad y del sabor de la ilegalidad de las sustancias. El consumo aparece legitimado y visto como práctica cotidiana que permite hasta la producción propia de las sustancias. En el componente verbal la letra indica: “a nadie importa si yo cuido mi flor, yo la protejo contra el viento, la riego un poco y la llevo al sol, y con su fruto intoxicado estoy” (*Intoxicado*, Viejas Locas). En particular, en el caso de la marihuana es asociada con un elemento natural, vinculado con la tradición indígena y telúrica.
2. Cuerpo adicto o consumidor frecuente de alcohol⁸⁴: presenta características similares al del consumo de drogas por la que implica aspecto poco aliñado (aunque no llega a ser tan desordenado como el de las drogas) y que también involucra persecución policial. Asimismo, aparece legitimado como consumo normalizado, vinculado al ámbito familiar.
3. Cuerpo adicto al tabaco⁸⁵: vinculado al consumo de cerveza.
4. Cuerpo del *fan* de música: vale lo dicho para la otra categoría de adolescente, con la salvedad de que el tipo de seguidor del pop aparece más frecuentemente en los clips dentro de este grupo etario.

(v) *Deportes*:

1. Práctica de fútbol⁸⁶: característica de grupos de jóvenes que se reúnen para los tradicionales “picados” en canchas alquiladas o en simple extensiones de tierra que permitan dicho deporte.

⁸² La presentación de este rol puede verse en *Me haces sentir* de Turf.

⁸³ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Intoxicado* de Viejas Locas; *La balada del Diablo y la Muerte*, *Lo frágil de la locura* de La Renga; *La planta* de La Mancha de Rolando.

⁸⁴ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Demasiado tarde* de 2' Minutos; *Homero* de Viejas Locas.

⁸⁵ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Demasiado tarde* de 2'.

⁸⁶ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Hola qué tal* de Las Pelotas y *Maradó* de Los Piojos

2. Práctica de deportes extremos/alternativos⁸⁷: se trata de actividades más propias de adolescentes tempranos o tardíos, pero también pueden ser compartidas por jóvenes algo mayores.

(3) **Joven adulto (24 a 30 años)**: se repite el esquema anterior, con la diferencia de que los rasgos temáticos se extreman. Así, el contestario aparece como víctima, el trabajador se hace cargo de una familia y el “ocioso” es un playboy consumado.

(i) *Actitud política*:

- a. Cuerpo de la resistencia⁸⁸: se puede pensar que esta figura coincide con la del adolescente tardío rebelde ya que videos como *Joven argentino* hacen referencia a sujetos mayores de 16 años pero no hablan de un límite de edad y la ambigüedad de las imágenes pueden permitir hablar tanto de un grupo etario como del otro. De todas formas, es singular que en videos como *Matador*, *Mal Bicho* o *Desapariciones* sí se pueden reconocer a los jóvenes adultos contestarios, y los aparecen descriptos como víctimas directas de la tortura y la desaparición física. Desde el nivel icónico, se destacan las manchas de sangre, las heridas, las vendas en los ojos que implica también un trabajo en el orden de lo simbólico al recuperar convenciones establecidas como propias de la última dictadura militar. Esto pone en juego una escena enunciativa donde el enunciador comparte con el destinatario cierto conocimiento, pero proponiendo una escena que, aún cómplice, se manifiesta como una denuncia.
- b. Cuerpo de la resignación⁸⁹: de características similares a las señaladas con respecto a los adolescentes tardíos.

(ii) *Actividad*:

- a. Cuerpo del trabajo: presenta rasgos retóricos y temáticos similares a los descriptos en el cuerpo del adolescente tardío trabajador, al que se le suma responsabilidades como la carga de una familia. Aparece construido en *Homero* donde aparece descripto como obrero, con mujer y una hija, que trabaja mucho y descansa poco. Como en la descripción de

⁸⁷ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Vientos de Fun People*.

⁸⁸ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Matador*, *Mal Bicho* y *Desapariciones* de Los Fabulosos Cadillacs.

⁸⁹ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Homero* de Viejas Locas.

la anterior categoría, se advierte una mayor resignación en la actitud de este cuerpo que admite las dificultades de la vida y que, aunque las critica, sabe que no las puede modificar: “es así; la vida del obrero es así. Y poco son los que van a zafar”.

- b. Cuerpo del placer⁹⁰: presenta una descripción similar a la antes referida en la categoría adolescente tardío. Pero se acentúa aún más la vida licenciosa atribuyendo a los personajes una actividad excluyente como ser la selección de chicas para el disfrute. El enunciador construye un contrato cómplice marcando ciertos guiños que, sabe, el destinatario descubrirá.

(iii) *Rol familiar:*

- 1. Padre⁹¹: cuerpo cargado por el sacrificio y la responsabilidad como sostén de la familia, está fuertemente vinculado al cuerpo del trabajo (de hecho, en general, siempre están unidos).
- 2. Madre⁹²: caracterizada, al igual que el padre, como responsable de la familia aunque más en el sentido simbólico que en el económico. En efecto, es descrita, por ejemplo en *Homero*, alimentando al bebé, preparando la comida, etc. En este sentido, también es presentada dando a luz a un bebé donde se pone el acento en el trabajo y sacrificio del parto (*Vida modelo*).

(iv) *Consumo:*

- 1. Cuerpo adicto a las drogas: características similares a las presentadas en la categoría “adolescente tardío”.
- 2. Cuerpo adicto alcohol: características similares a las presentadas en la categoría “adolescente tardío”.
- 3. Cuerpo del *fan* de música: vale lo antes señalado en la categoría “adolescente propiamente dicho”.
- 4. Cuerpo televidente⁹³: se trata de un consumo más propio del ambiente familiar, donde el padre, la madre y los hijos disfrutan de algún programa que pueda interesar a todos.

⁹⁰ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El playboy* de Babasónicos.

⁹¹ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Homero* de Viejas Locas.

⁹² Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Homero* de Viejas Locas y *Vida modelo* de Juana la Loca.

⁹³ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Homero* de Viejas Locas.

5. Cuerpo consumidor de golosinas⁹⁴: se destaca el consumo de chupetines en el caso de rockeras como Ma. Fernanda Aldana, bajista de El Otro Yo, como de Érica García que contribuye al aniñamiento de la imagen (que sugiere también el fenómeno de *juvenilización*, que describiremos posteriormente cuando abordemos el análisis del cuerpo del adulto), pese a los rasgos de cuerpo adulto de ambas.

(4) **Adulto**: se advierte cierta diferenciación entre los personajes, que dentro del relato narrado por los videos aparecen caracterizados como adultos, por una parte, y, por otra, los cuerpos adultos de los músicos que son juvenilizados. Así, el primero es retratado como cuerpo formado y con clara conciencia de su lugar en el mundo. Suele aparecer como figura de autoridad cumpliendo un rol de padre o un papel vinculado con la seguridad. Por su parte, el cuerpo del *rockstar* es en cambio caracterizado como similar al cuerpo del joven, ya en la estética naturalista ya en la perspectiva más artificiosa, con la excepción de la presentación de los rockeros como padres, en el caso de ciertos videos de Los Fabulosos Cadillacs. Más allá de las diferencias, el cuerpo de las estrellas de *pop/rock*, es construido como cuerpo seductor, de formas armónicas y mirada profunda que conquista a su audiencia. Aparece fuertemente fetichizado a partir del privilegio que presenta el régimen háptico de las imágenes: la cámara se deleita con los primeros planos de los músicos, en particular del cantante. Los encantos varían según el estilo musical puesto en juego, el que habilita distintas “armas” como ser una voz aguardentosa o una melodiosa, el tono calmo o los gritos catárticos, una expresión de ganador o la postura *looser*, el posicionamiento como “igual” al público o por sobre él como “artista”, aspecto estético buscadamente desprolijo u obsesivamente cuidado. De esta forma, la caracterización del cuerpo del *rockstar* a través de su indumentaria, presencia o no de maquillaje, gestualidad, mirada, etc. determinará un tipo de relación particular con su *fan* (tanto el que mira el video como el que lo ve en vivo en los *shows*). Para no alterar el modelo de categorizaciones antes descripto, haremos jugar estos modelos dicotómicos en el interior del cuadro.

(i) *Actitud política*:

⁹⁴ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en 69 de El Otro Yo y *Positiva* de Érica García.

1. Cuerpo de la resistencia: construido desde el modelo del *rockstar* contestario, enemigo del sistema, pero fundamentalmente *juvenilizado*, de modo que desde la gestualidad (orden indicial) y la indumentaria (orden icónico) aparece asimilado al cuerpo del joven, aunque ciertas marcas físicas como pérdida de cabello, “gordura” vinculada con la edad, arrugas, dan cuenta de su verdadera edad. De todos modos, en este modelo se destacan diferencias:
 - a. Dentro del *rock chabón*⁹⁵: se muestra el fuerte acercamiento entre el cuerpo de los músicos y el cuerpo de los *fans*, de modo que en particular en el caso de La Renga se promueve cierta identificación con la audiencia a partir de la puesta en escena de una actitud combativa fuertemente vinculada al barrio. En el caso de Los Piojos, se muestra un mayor histrionismo, en particular del cantante, que contribuye a construir una figura de la denuncia que también juega con la seducción a través de una mayor gestualización y movilidad del cuerpo (que incluye la imitación del modo de caminar del linyera en el video y el juego con pelucas).
 - b. Dentro del *punk*⁹⁶: el caso de Ataque 77 es singular en tanto muestra las diferencias de cierto pasaje de un cuerpo joven a uno adulto entre *Volver a empezar*, por una parte, y *El pobre* junto a *Donde las águilas se atreven*, por otra. En el primer video, se reconocía cierto estilo propio del *punk* de bandas como The Ramones, a partir de marcas indiciales como una abundante gesticulación (señalar al público, al cielo, etc) o la forma de tomar el micrófono (con su plataforma), y rasgos icónicos como las características del vestuario (campera de cuero, guantes de motoquero) y cierto corte de pelo del bajista. En los otros dos videos, tanto desde lo indicial como desde lo icónico se advierte el abandono de la pose *ramonera* e *histriónica*, pero no el de los atributos juveniles: el cantante viste bermudas tres cuartos, gorro y, fundamentalmente, remeras con logos de bandas (The Who, por ejemplo). También se destaca el uso de la remera de la Asociación de Madres de Plaza de Mayo en *No me arrepiento* que construye también una postura ideológica “combativa”.

⁹⁵ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Lo más frágil de la locura* y *El revelde* de La Renga; *El balneario de los Dres. Crotos* (en vivo), *Desde lejos no se ve*, *Ando ganas* y *Ruleta* de Los Piojos.

⁹⁶ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Volver a empezar*, *El pobre* y *Donde las águilas se atreven* de Ataque 77.

2. Cuerpo del represor⁹⁷: aparece como figura de autoridad, generalmente vinculada a las fuerzas del orden (tanto públicas como privadas), aunque también pueden involucrar a los adultos en general, como el caso de *Vientos* (“Soplá bien fuerte porque no me vas a tirar”). De todos modos, lo usual es la presentación del cuerpo represor encarnado en personajes policías o *patovicas*. Con respecto a los hombres de azul son caracterizados metonímicamente a partir de su indumentaria (en particular, se destacan los borceguíes y la gorra policial), las patrullas, la portación de elementos como el arma o la cachiporra y desde lo indicial por un gesto adusto, serio y negador. En particular, en *Joven argentino* la figura policial es asociada metafóricamente a la muerte cadavérica, destacando así aún más la idea de la represión involucrada en su accionar. Pero, en cierta forma, esto implica también no sólo una crítica sino también una mirada irónica que en *Demasiado tarde* se torna paródica con la imagen del policía al estilo de *Carlitos* de Chaplin⁹⁸ y en *Mal Bicho* se convierte en satírica al mostrar la actitud sádica del oficial que baila alegremente alrededor de su víctima. En este sentido, esta figura aparece vinculada estrictamente al modelo de adulto, ajeno al rockstar. Lo indicado contribuye a producir una escena enunciativa que pone en juego una postura denunciante del enunciador, pero también la complicidad entre esta figura y la del destinatario, generada por el compartir cierto conocimiento respecto al modelo tratado.
3. Cuerpo de la resignación⁹⁹: presentado como fracaso social que se trasluce en el aspecto físico. El caso paradigmático es el de *El balneario de los Dres. Crotos*, cuyo protagonista pierde su lugar como profesional para anexarse al grupo de linyeras y resignarse al triste espacio asignado (esto se manifiesta a través de la imagen metafórica donde el otro yo pequeño del protagonista le devuelve la medalla escolar). Se trata de un cuerpo sucio, desaliñado, herido (física y simbólicamente), perseguido, maltratado. También en este caso, el modelo remite al adulto ajeno al mundo del *rock*. El enunciador describe este

⁹⁷ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Demasiado tarde* de 2' Minutos; *Joven argentino* de Karamelo Santo; *Beatle* y *El pobre* de Ataque 77; *Si me ves* de Cadena Perpetua; *Casanova* de Turf; *Intoxicado* de Viejas Locas; *Mal bicho*, *Matador* y *Desapariciones* de Los Fabulosos Cadillacs; *Vientos* de Fun People.

⁹⁸ Sobre el final, se ve a lo lejos la figura de un oficial de policía alejándose de espaldas. La toma parece en cámara rápida y simula el efecto de los movimientos tal como aparecían en las películas antiguas de Charles Chaplin, con ese particular modo de caminar propio de *Carlitos*.

modelo marcando las injusticias del sistema que corrompe lo que era un cuerpo bien desarrollado, para convertirlo en una piltrafa.

(ii) *Actividad:*

1. Cuerpo del trabajo¹⁰⁰: como en categorías anteriores, el modelo presente remite temáticamente al ejecutor de oficios poco calificados o que, al menos requieren el uso de la fuerza: obrero de fábrica, trabajador de la construcción, carnicero, verdulero, colectivero, policía. Presenta características similares a la ya señaladas en categorías anteriores con la particularidad de que en diferentes casos estos cuerpos adultos están asociados a la represión sobre los jóvenes (los compañeros del protagonista de *La música* que lo persiguen y golpean, los policías en *Intoxicado* o en *Demasiado tarde*). Un tratamiento realmente singular se da en *El playboy* donde el cuerpo del trabajo es identificado como tal a partir de parámetros como los espacios laborales donde es ubicado y como la indumentaria que lleva, pero que es parodiado al ser mostrado realizando acciones poco propias a la profesión: bailando coreografías tipo *music hall* o tipo las de las *boys bands* (N'Sync, Backstreet Boys, Five, West Life, etc.), lo que construye aparentemente una doble burla a la representación del cuerpo del trabajo en videos de bandas como Viejas Locas, así como a las mencionadas coreografías *pop*.
2. Cuerpo del placer¹⁰¹: sólo se podría considerar tal el momento de los almuerzos o cenas familiares que son presentados como una suerte de recreación.

(iii) *Rol familiar:*

1. Padre¹⁰²: desde el modelo de adulto ajeno al rock, este cuerpo es construido a partir de características tanto retóricas como temáticas similares a las señaladas en las categorías anteriores. También el cuerpo del rockstar en su rol de padre es presentado de manera semejante, por ejemplo, mostrándolo con su hijo en brazos, pero esta presentación tiene la particularidad de que genera un efecto de sentido diferente. Mientras el adulto “estándar” alude a la figura familiar de autoridad, el adulto “del rock” construye un cuerpo que se

⁹⁹ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El Balneario de los Dres. Crotos* de Los Piojos.

¹⁰⁰ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El playboy* de Babasónicos; *Homero* e *Intoxicado* de Viejas Locas; *El pobre* de Attaque 77; *La música* de El Otro Yo.

¹⁰¹ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Héroes anónimos* de Catupecu Machu.

aleja de la típica caracterización “del reviente” de los videoclips, que humanizan el cuerpo del rockero y lo *desjuveniliza*, acercándolo más al mundo de los adultos que al de los jóvenes.

2. Madre¹⁰³: características similares a las señaladas en las categorías anteriores. Se destaca como particular la figura de la madre aparentemente sola que se encarga tanto del sustento económico como del mantenimiento del hogar en *Masticar* lo que introduce una variante respecto a la madre joven encargada sólo de la organización de la casa.

(iv) *Consumo*:

1. Cuerpo adicto a las drogas¹⁰⁴: el modelo de cuerpo adulto desvinculado del rock sólo es relacionado a la drogas en el caso del linyera, en *El balneario de los Dres. Crotos*, donde se juega con la idea “los ojos rojos” en alusión a la marihuana. Por su parte, el cuerpo juvenilizado del *rockstar* es asociado a las drogas en *Rock de las venas* y está construido como figura del “reviente”, que goza del viejo lema “sexo, drogas y *rock & roll*”.
2. Cuerpo adicto al alcohol¹⁰⁵: la construcción de este modelo surge en la perspectiva de adultos ajenos al rock y fundamentalmente linyeras.
3. Cuerpo adicto al tabaco¹⁰⁶: se destaca el hecho de que sólo aparezca referencia al consumo de esta sustancia en los cuerpos de adultos ajenos al rock en la imagen de desclasados como los protagonistas de *El balneario de los Dres. Crotos* o *La balada del Diablo y la Muerte*. Por su parte, el cuerpo del *rockstar* aparece consumiendo tabaco en el mismo video en el que se construye cierta imagen familiar, rodeado por los hijos (*El muerto*).

- (5) *Anciano*¹⁰⁷: distinguido icónicamente a través de marcas físicas como las arrugas, las llagas, las canas, la redondez de sus formas, una voz casi quebrada. Se presenta

¹⁰² Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Héroes anónimos* de Catupecu Machu y *El muerto* de Los fabulosos Cadillacs.

¹⁰³ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Héroes anónimos* de Catupecu Machu y *Masticar* de Fun People.

¹⁰⁴ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El balneario de los Dres. Crotos* de Los Piojos y *La balada del Diablo y la Muerte* de La Renga.

¹⁰⁵ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El balneario de los Dres. Crotos* de Los Piojos y *La balada del Diablo y la Muerte* de La Renga.

¹⁰⁶ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El balneario de los Dres. Crotos* de Los Piojos, *La balada del Diablo y la Muerte* de La Renga y *El muerto* de Los Fabulosos Cadillacs.

¹⁰⁷ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Héroes anónimos* de Catupecu Machu y *El revelde* de La Renga.

temáticamente como la figura sabia que conoce el camino. No se le reconoce oficio, ni profesión sólo es caracterizado a través de la edad avanzada.

c) El cuerpo según los sexos

La distinción a partir de los sexos femenino y masculino presente en los videos constituye una interesante entrada a la hora de definir cuáles son las identidades allí construidas. Sin embargo, no se trata de una clasificación exhaustiva en tanto, en general, el *rock* y el *pop* se han caracterizado por ampliar el abanico de las orientaciones sexuales dejando no sólo un amplio margen para la homosexualidad, sino también para la bisexualidad y la androginia.

(i) **Cuerpo masculino:** en realidad, no se puede establecer una única caracterización para el cuerpo masculino ya que éste varía fuertemente entre los videos según los estilos de las bandas, por lo que demanda una ulterior categorización:

(1) **“Macho”¹⁰⁸:** prototipo de la figura ruda, salvaje, de movimientos bruscos y claramente viriles, enérgicos, potentes, de voz aguardentosa y mirada dominante más que seductora. En general, presenta icónicamente una contextura física imponente, de espalda amplia y piernas fuertes. Suele utilizar indumentaria de trabajo así como jeans y remeras. Cuando aparece relacionado con un oficio, se trata de una labor poco calificada (obrero de la construcción, mecánico, carnicero, verdulero, colectivo, basurero) que puede involucrar la fuerza física (policía, guardia de seguridad). También puede presentarse con cierto aspecto *rollinga* o *stone* con cabello relativamente largo y flequillo sobre la frente, recto; o corto tipo taza (pero, no “melena *beatle*”), y una modalidad de hablar más bien “propia de la cancha”. Etariamente, responde a una caracterización de cuerpo adulto aunque con visos de juventud. Este modelo es presentado a partir de una estética naturalista, donde el enunciador se posiciona mostrando a los personajes “a cara lavada”, “tal cual son”.

(2) **Andrógino/gay¹⁰⁹:** caracterizado icónica e indicialmente por los movimientos sutiles, finos como las figuras de formas casi femeninas, contextura delgada, voz melodiosa y

¹⁰⁸ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Somos los mismos de siempre*, *Lo más fágil de la locura*, *La balada del diablo y la muerte*, *Panic Show*, *El revelde* de La Renga; *Todo sigue igual*, *Intoxicado*, *Me gustas mucho* de Viejas Locas; *Quieren rock* de Intoxicados; *El playboy* de Babsónicos; *Demasiado tarde* de 2'; *El pobre*, *No me arrepiento*, *Hacelo por mí*, *Donde las águilas se atreven* de Ataque 77, *La música* de El Otro Yo; *Casanova* de Turf; *El nuevo camino del hombre* de A.N.I.M.A.L.

¹⁰⁹ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Morrissey*, *Isla* de Leo García; *No me importa morir* de El Otro Yo; *Pendejo* de Babasónicos.

fuertemente modulada. Presenta un aspecto muy cuidado, con una elección medida de la indumentaria que involucra colores vistosos (plateado, rojo, etc) y la utilización de maquillaje que destaca aún más el efecto afemeninado. Asimismo, suele utilizar rasgos distintivos (como la ceja depilada de Leo García). También se destaca el uso de adornos (como los collares de los chicos de *No me importa morir*). Etariamente, responde a una caracterización de cuerpo adolescente, así como también adulto joven. Este modelo es presentado a partir de una estética marcadamente artificiosa, donde el enunciador no presenta con naturalidad a los personajes sino que los construye empleando toda clase de recursos retóricos para mejorar la imagen, complejizarla, fragmentarla.

- (3) **Moderno/alternativo/fashion/glamoroso**¹¹⁰: marcado por cierta sofisticación en la elección de la indumentaria y el uso de maquillaje, los peinados bizarros y los cabellos teñidos corresponde al cuerpo que busca diferenciarse, individualizarse, distanciarse de la masa para construir su propio estilo. Se pueden rastrear marcas de diferentes tendencias: *retro* (Turf, Juana la Loca, Babasónicos), *alternativa* (Fun People, El Otro Yo), *fashion* (Catupecu Machu, Turf, Juana la Loca, Andrés Calamaro), *payasesco* (Los Brujos). Pero, en realidad, lo distintivo radica en la combinación de estilos que generan una suerte de pastiche, eventualmente, *kitsch*. De esta forma, lo característico de este modelo de cuerpo es la importancia otorgada a la apariencia estética, repetidamente modelada y modificada (apelando a toda clase de recursos) que constituye un arma no sólo para la seducción sino también, y fundamentalmente, para la constitución de una identidad a través de la diferenciación. Así, este modelo es presentado a partir de una estética marcadamente artificiosa. Se puede agregar también en cuanto a la edad que responde a una caracterización de cuerpo adolescente tardío o adulto joven.

Sobre los tres modelos: efectuando una comparación, podemos decir que el *macho* se identificaría con un modelo de cuerpo *natural* (a partir de un look casual, “a cara lavada”), mientras que los otros dos responden a un modelo producido estéticamente. En ambos casos, el objetivo parecería ser el mismo: encontrar el “gancho” para vincularse con un determinado

¹¹⁰ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Masticar y Vientos* de Fun People; 69, *No me importa morir*, *Corta el pasto*, *Alegría* y *La música* de El Otro Yo; *Deléctrico*, *El Loco* y *El playboy* de Babasónicos; *Vida modelo* y *Si pudieras* de Juana la Loca; *Entero o a pedazos*, *Y lo que quiero es que pises sin el suelo* y *La polca* de Catupecu Machu; *Puente* de Gustavo Cerati; *Flaca* de Andrés Calamaro; *Loco* de Andrés Calamaro; *Aguaviva* de Los Brujos.

grupo de pertenencia, para lo cual se utilizan las mismas “herramientas”: la vía de la masividad y el camino de la diferenciación. La distinción reside en el modo de combinarlas para construir un estilo en otro. El modelo del cuerpo *natural* pone en juego una identidad masiva a través del “ser igual a vos” (por ejemplo, a través de la utilización de una indumentaria de uso generalizado como jean y remera) para distanciarse de aquellos que no comparten “el aguante”, que son los “diferentes”. Es decir, la masividad aparece como marco distintivo, útil para reconocerse como “igual” dentro del grupo y “distinto” frente a otros conjunto supuestamente más restringido de individuos. En cambio, el modelo producido estéticamente rechaza la masividad y elige la vía de la diferenciación a través de la construcción de lo que podríamos llamar “identidad de gueto” (de lo que da cuenta los “tics” de cada grupo en el orden de la indumentaria, los peinados, los comportamientos, etc). Es decir, se reconocen a sí mismos como “diferentes” y ajenos a la “masa” o “generalidad”.

- (i) **Cuerpo femenino:** como en el caso del cuerpo masculino, se trata de un modelo que debe ser ulteriormente diferenciado. Un detalle interesante es que no aparecen mujeres obesas ni de formas que no respondan a ciertos parámetros de delgadez.
- (1) **“Rea”¹¹¹:** se presenta como un modelo de formas poco trabajado, aspecto relativamente desaliñado (con el cabello enmarañado, marcas de sudor), poco o nada de maquillaje, ropa cómoda (fundamentalmente, jeans, remeras, zapatillas). Se trata del modelo de cuerpo que identifica a ciertas seguidoras de bandas como La Renga, Los Piojos o Attaque 77 que visten jeans, remeras identificatorias de la banda y en el caso de las fans de las dos primeras bandas también cortes caracterizados como afines a la tendencia “stone” (flequillo sobre la frente, corte recto). De esta forma, se mimetizan con la audiencia masculina imitando gestos como rebolear remeras, saltar y formar parte del pogo (no así del mosh, que es exclusivo del público masculino). Etariamente responde a la caracterización de cuerpo adolescente propiamente dicho y tardío. Este modelo es presentado a partir de una estética naturalista.
- (2) **Con actitudes bisexuales¹¹²:** se muestra icónicamente como cuerpo femenino a través de un aspecto cuidado, pero a la vez juega en lo indicial con cierta ambigüedad a través de contactos repetidos con miembros del mismo sexo (abrazos, caricias,

¹¹¹ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Somos los mismos de siempre*; *Lo más frágil de la locura*, *La balada del Diablo y la Muerte* de La Renga; *Me gustas mucho*, *Todo sigue igual* de Viejas Locas; *No me arrepiento*, *Hacelo por mí* de Attaque 77; *Demasiado tarde* de 2’ Minutos.

¹¹² Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *No me importa morir* de El Otro Yo; *Quieren rock* de Viejas Locas; *Morrissey* de Leo García.

juegos). Esto se construye retóricamente no desde el secreto sino desde el exhibicionismo, lo que permite al enunciador jugar con el voyeurismo del destinatario masculino que gusta de cierta ambigüedad sexual considerada atractiva y que se marca por el carácter háptico de la imagen(no es casual que las caricias entre chicas en *No me importa morir* sean filmadas por uno de los varones). También en cuanto a lo indicial se destaca cierta gestualidad aniñada. En el caso de las bailarinas de Morrissey, coinciden también icónicamente con cierto aspecto andrógino al carecer de curvas que denoten aspecto propiamente femenino por lo que se asimila, así, a los cuerpos, también andróginos, de varones de escasa contextura física y comportamiento amanerado. Etariamente corresponde a la caracterización de un cuerpo adolescente propiamente dicho y tardío. Este modelo es presentado a partir de una estética marcadamente artificiosa.

- (3) **Sexy:** desde lo icónico, se advierte el panorama de cuerpos fuertemente producidos, donde la indumentaria constituye una importante elección estética y el maquillaje es un arma sustancial de seducción. Mientras en lo indicial, los movimientos calculados y el andar estratégicamente medido para llamar la atención, sutil, fino, suave, completan el modelo. Estos cuerpos suelen quitarse la ropa para llamar aún más la atención. Gustan permanecer en ropa interior, con prendas pequeñas y que marcan las formas del cuerpo. Es frecuente también que la actitud sexy esté acompañada por cierta tendencia aniñada, naïve de la que *Sólo tus canciones* de Daniela Herrero es ejemplo paradigmático. Etariamente corresponde a la categoría de adolescente propiamente dicha, tardía y adulta joven. Este modelo es presentado a partir de una estética marcadamente artificiosa. Ahora bien, dentro de la categoría sexy, se pueden introducir una nueva clasificación:

- (i) *Formas armónicas*¹¹³: se trata de un cuerpo bien formado que, aún delgado, no se muestra anguloso ni demacrado. Presenta piernas bien formadas y pechos marcados. En particular, este modelo puede estar en vinculación temática con el tipo de mujer independiente que se produce para seducir pero no desde la subordinación frente al varón, sino desde la iniciativa.

¹¹³ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El playboy* de Babasónicos; *Si pudieras* de Juana la Loca; *Positiva* de Érica García; *Beatle* de Attaque 77; 69 y *Alegría* de El Otro Yo.

- (ii) *Formas anoréxicas*¹¹⁴: cuerpo marcadamente delgado, puede presentar actitudes que claramente muestren desórdenes alimentarios, aunque el mismo aspecto físico constituye un indicio icónico sobre la predisposición a estos problemas: formas angulosas, ropa extremadamente ajustada, rostro demacrado con cavidades oculares profundas y pómulos marcados, poco pecho, vientres planos, músculos marcados donde se aprecian hasta los huesos y la apariencia es de una fragilidad extrema. La falta de curvas y redondeces expropian a estos cuerpos de su cariz propiamente femenino generando cierta masculinidad, emparentando al modelo con el tipo gay masculino. Sin embargo, esto no implica la neutralización de la seducción femenina, sino la construcción de un cierto modelo de cuerpo femenino andrógino sexualmente atractivo.

d) El cuerpo según las clases sociales

La construcción de los cuerpos según diferentes parámetros sociales aportan ciertas marcas de legitimidad o de otredad a los modelos puestos en juegos en los videoclips.

- (i) ***El cuerpo de la clase alta***¹¹⁵: caracterizado retóricamente a través de marcas icónicas que muestran un cuerpo armónico, cuidado, fino, con una estética trabajada que se marca a través de la indumentaria así como también del maquillaje y de los peinados elaborados. Se trata de la presencia de detalles y adornos que identifican socialmente a esos cuerpos (joyas y arreglos en los vestidos largos, en el caso de las mujeres, y trajes finos, en el caso de los varones). Estos cuerpos también presentan en lo indicial una gestualidad característica, con un andar sensual, sofisticado, suave y un aspecto algo imponente, propio de aquel que conoce su importancia. También se destaca la risa fuerte y marcada, la mirada ganadora. Cabe destacar que, en general, estos cuerpos son asociados también con el modelo etario del adulto ya entrado en años, de cierta jerarquía social ganada a través de la experiencia. No es raro, asimismo, que este modelo aparezca asociado a cierta corrupción moral, de modo que la posesión económica parece vincularse con cierta pobreza de valores lo que se verá invertido al analizar el caso de los cuerpos de los más pobres. De esta forma, por ejemplo, encontramos motivos temáticos como los empresarios ricos que subastan y compran los fragmentos del país en *El balneario de los*

¹¹⁴ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Masticar* de Fun People; *Morrissey* de Leo García; *Flaca y Loco* de Andrés Calamaro; *El Loco* de Babasónicos; *Ruleta* de Los Piojos.

Dres. Crotos, el jefe mafioso del casino en *Ruleta* o el hombre de edad en limusina que corrompe la inocencia de una bella joven en *El nuevo camino del hombre*. En cambio, en *Casanova* o *El playboy* el modelo del cuerpo rico, al que en este caso no se lo vincula con la corrupción, es visto como glamoroso e interesante, algo distante pero posible ejemplo a ser considerado por aquellos modernos y sofisticados.

- (ii) ***El cuerpo de la clase media***¹¹⁶: siendo el *rock* y el *pop* fenómenos propios de la clase media, como señalan Alabarces¹¹⁷ y otros investigadores, no es casual que este modelo aparezca en escena de manera más “natural” y espontánea que los otros. Es decir, es puesto en juego en los videos de manera más verosímil, sin ser marcado con trazos gruesos, sino presentado como “estándar”. Aunque no se caracteriza por rasgos singulares en sí mismos (no muestra la apariencia rutilante del cuerpo del rico ni la andrajosa del cuerpo del pobre), se advierten particularidades según los estilos de las bandas: en los videos de grupos pop (*Turf*, *Juana la Loca*), se observa cierta tendencia a mostrar un cuerpo legítimo de clase media en busca del glamour del cuerpo del rico; mientras que el énfasis de la legitimidad en los clips de bandas *punk* (*Ataque 77*, *Cadena Perpetua*) o de *rock chabón* (*La Renga*, *Viejas Locas*, *Los Piojos*) se vincula, en cambio, con cierto estigma barrial y callejero relacionado con los estratos más bajos. Fundamentalmente, este “acercamiento estilístico” se produce a través de la construcción de una imagen desaliñada con el cabello despeinado y los jeans rotos, contrario al aspecto “concheto” de quienes buscan cierta promoción social. Pero también se genera este efecto de sentido a partir de la construcción de una actitud de “lealtad a las bases”: la coherencia en el comportamiento que se mantiene igual a través del tiempo y más allá de la creciente masividad de las bandas que siguen junto a sus fans como “los mismos de siempre” (*La Renga*) e “igual que ayer” (*Viejas Locas*). Otro indicio lo encontramos en la elección para hacer un *cover* de un tema de cumbia como *No me arrepiento* por parte de *Ataque 77*, dado que este género musical está asociado justamente a los niveles antes mencionados. De esta forma, este “acercamiento” de la imagen de clase media de las bandas a sectores de ingresos más escasos está atravesado por la creencia en la “moralidad” de estos

¹¹⁵ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Casanova* de *Turf*; *El balneario de los Dres. Crotos* de *Los Piojos*; *El playboy* de *Los Babasónicos*; *Ruleta* de *Los Piojos*; *El nuevo camino del hombre* de *A.N.I.M.A.L.*

¹¹⁶ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *Somos los mismos de siempre*, *Panic Show*, *El Revelde* de *La Renga*; *Todo sigue igual* de *Viejas Locas*; *Donde las águilas se atreven*, *No me arrepiento* de *Ataque 77*; *Desde lejos no se ve*, *Ruleta* de *Los Piojos*; *Héroes anónimos* de *Catupecu Machu*; *Alegría*, 69, *No me importa morir* de *El Otro Yo*.

segmentos, tal como lo vemos también en la construcción de los cuerpos pertenecientes a esta categoría.

- (iii) ***El cuerpo de la clase baja***¹¹⁸: este cuerpo es construido tanto a través de las imágenes de los videos como desde las letras, a partir de las dificultades de una vida incómoda, un trabajo duro, las penurias económicas, las inclemencias del tiempo; en definitiva, una pobre calidad de vida. Ropas viejas, descosidas, rotas, pasadas de moda, cabellos poco cuidados y, eventualmente, barbas crecidas, cierta tendencia al alcoholismo y a otros “vicios” como el tabaco o la marihuana, andar poco cuidado, de paso poco imponente. Tal es la construcción icónica e indicial del cuerpo del pobre que, aunque presentado como modelo poco atractivo, es valorado positivamente. En efecto, pese a lo hostil de la vida de ese cuerpo, pese a su fealdad, es legitimado temáticamente como el dignificado por su labor, por la coherencia de vida o simplemente porque supo aceptar su destino, siendo su malafortuna valorada, como en el medioevo se apreciaba el sacrificio. En ciertos videos de bandas *punk*, de *rock chabón* o *alternativo* estos cuerpos son, en efecto, valorados por su riqueza moral, la que se opone a la corrupción de la clase alta. Aún en la parodia de los cuerpos populares (respecto de oficios tales como el del carnicero, el del verdulero, el del colectivero) que efectúa una banda como Babasónicos, su imagen comporta cierto homenaje: hay sátira pero también reconocimiento *kitsh*. Lo *grasa* también puede ser *cool* y ser pobre es visto como legítimo, aún cuando sea construido como marginal.

5. Lo verosímil

Constituye un concepto central a los fines de nuestra investigación, ya que nuestra idea eje es pensar de qué modo las restricciones propuestas por los videos en la construcción tanto de los verosímiles sociales como de género tienen o no incidencia sobre la configuración de las identidades juveniles.

En principio, podemos advertir el funcionamiento tanto de lo Verosímil social como de lo Verosímil de género en la generalidad de los videos analizados. Pero, en un segundo momento, notamos el predominio de uno u otro Verosímil según las variaciones estilísticas presentes en estos discursos. Cabe destacar que, aun cuando hagamos distinciones entre ambos tipos de

¹¹⁷ Alabarces, Pablo. *Entre gatos y violadores, el rock nacional en la cultura argentina*. Colihue, Buenos Aires, 1993.

Verosímiles, el concepto de lo Verosímil siempre remite a las restricciones propias del género. La diferencia reside en que lo Verosímil social responde al modo en que las reglas del género han asimilado las restricciones de los moldes sociales. En este sentido, se podría decir que lo Verosímil social está circunscripto dentro de un Verosímil más amplio como es el de género.

a) Lo Verosímil de género

Responde a las restricciones que surgen del género “videoclip” y que remiten a reglas de producción respecto al modo de construcción icónica de la banda (y dentro de ella, a la presentación de cada uno de los miembros: cantante, guitarrista, bajista, baterista, etc.), de los lugares donde aquella aparece, etc. Es decir, depende únicamente de las convenciones que diacrónicamente se han configurado como tales y que adscriben al género. Estas leyes productivas rigen la sincronización de las imágenes con la música creando cierto efecto de sentido que puede vincularse con la euforia de una pieza de rock and roll en vivo, la sutileza de una balada, la psicodelia de un tema alternativo, etc. Dentro del género, se pueden identificar dos subtipos que dan cuenta del modo en que esta clase de Verosímil cobra forma: por una parte, los videos “en estudio” que narran algún tipo de historia o que simplemente completan con imágenes la música siendo el ritmo el único patrón lógico a seguir en la sucesión de los planos; por el otro, los registros en vivo de las bandas.

El primer tipo de subgénero responde al modelo clásico de videoclip: el acompañamiento visual de una pieza musical que puede contener o no un hilo narrativo. Se construye articulando una retórica artificiosa a partir de fragmentaciones repetidas que cortan el relato y lo trasladan de un espacio a otro. La ejecución de toda suerte de recursos técnicos puede atentar contra los moldes de lo Verosímil social pero, en cambio, colaboran con la perspectiva de género, en tanto destacan sus particularidades otorgándole entidad propia. Se propone una puesta enunciativa donde el contrato cómplice no está marcado tanto por la idea de simetría entre enunciador y destinatario (ya que claramente el primero se impone como sujeto generador del artificio) sino a partir de los guiños que el enunciador distribuye a lo largo del texto y que el destinatario sería capaz de decodificar (lo que acerca las posiciones entre las figuras textuales).

Lejos de construir sentido desde la autenticidad que promueve el respeto por los moldes sociales, se lo crea a partir de la manipulación a través de elementos como: el eje los ojos en los ojos (fundamentalmente del cantante al espectador), la gestualidad marcada, el vestuario

¹¹⁸ Esta forma de presentar al cuerpo puede verse en *El pobre* de Attaque 77; *El balneario de los Dres*. *Crotos* de Los Piojos; *Homero* de Viejas Locas; *La balada del Diablo y la Muerte* de La Renga; *El playboy*

pomposo, el maquillaje exagerado, los peinados trabajados, pero también (y sobre todo) el trabajo técnico sobre la imagen (división de la pantalla en fragmentos, juegos con los colores, la fusión de imágenes, cambio de formas y figuras, agrandamiento o achicamiento de los objetos, etc.) que, en conjunto, contribuyen a montar una escena sofisticada, compleja, fragmentada que pone de manifiesto al género. En particular, algunos de estos videos también rompen con ciertas previsiones al construir un nuevo posible jugando con algunos modelos sociales a los que parodian o satirizan (como *El playboy* de Babasónicos). De esta forma, se apela a una serie de desvíos que construyen una determinada modalidad de cuerpo de trazos exagerados y extravagantes pero que, paradójicamente, también construyen un modelo físico legitimado. Así, por ejemplo, el cuerpo del cantante en particular (y del resto de la banda en general) es magnificado, monumentalizado, enfatizado: viste de manera ostentosa y despampanante, pudiendo también usar maquillaje para destacar aún más su aspecto físico, gesticula histriónicamente, seduce a través de su mirada. Siempre actúa: ya sea representando el papel de él mismo, ya sea generando otro personaje. Decimos que se tratan de desvíos con respecto a los parámetros sociales de verosimilitud que se oponen a la construcción artificiosa del personaje, pero también respecto a los estilos contrarios muchas veces a las costumbres sociales proponiendo: cierta estética glamorosa que se opone a la humildad; una perspectiva homosexual o bisexual que contrasta con la sexualidad normalizada, el carácter libertino que va en contra de la moral judeo-cristiana, etc.

El subtipo de los registros en vivo responde a las reglas de género que dictaminan los cortes vertiginosos y los cambios de plano rápidos, pero las modifican para construir un modelo cercano a lo postulado por Fernández¹¹⁹ como “transmisión”, al referirse a los tipos de audición de radio. Es decir, se presentan sustancialmente como testimonio de los shows en vivo de la banda en cuestión. Más precisamente, como testimonio de la performance de un tema en particular del conjunto que puede remitir a un único recital a un conjunto de recitales de los que se extraen fragmentos que son editados para mantener la coherencia de la pieza musical. Las marcas de este subtipo pueden ser identificadas en el uso de planos generales del escenario y del público, los planos individuales para cada uno de los integrantes de la banda (que se concentran, fundamentalmente, en el movimiento del cantante sobre el escenario), los planos detalles de los instrumentos en los momentos de las ejecuciones solistas (puestos en contexto dentro del show), los planos generales del público (pueden ir acompañados por primeros planos de alguno de los seguidores que corea la letra de la canción), los planos detalles de las banderas y el encendido de

de Babasónicos; *La música de El Otro Yo*; *Héroes anónimos* de Catupecu Machu.

¹¹⁹ Fernández, José Luis. *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Atuel, 1994.

bengalas, etc. En este sentido, se trata de reglas hiperconvencionalizadas que se repiten en casi todos los registros en vivo aún de bandas con estilos opuestos (aunque siempre hay variaciones, por ejemplo, en el uso de fílmico o video o en un tratamiento mayor o menor de la imagen a partir del uso de filtro de luz, etc.). Pero, este modelo trata de naturalizar las convenciones, para que el producto aparezca como lo más cercano a un testimonio directo del show. El éxito del régimen depende del grado de autenticidad que logren alcanzar: en esto, incide fuertemente la forma de componer a la audiencia. En efecto, además del registro de la *performance* en vivo, la construcción de la imagen del público (por ejemplo, a través de la indumentaria, los peinados y corte de pelo, las banderas, las bengalas, los cánticos, etc.) constituye un elemento central en la configuración de este efecto de sentido de lo “real”. Es a través de éste que las bandas con videos en vivo construyen cierta identidad propia, mostrando a sus *tribus* y la interacción entre el campo y el escenario. También esta composición es similar en la mayoría de los videos y los públicos resultan parecidos a los ojos de un espectador inexperto que no sepa registrar detalles como las remeras, los peinados, las banderas, la presencia o no de bengalas, los modos de disfrute del show (baile, pogo, mosh, revoleado de remeras, chicas subidas a los hombros de chicos), etc. Podríamos decir, entonces, que lo Verosímil de género para este subtipo muestra la repetición de ciertas reglas retóricas (uso de recursos similares), temáticas (construcción de personajes como “la banda” y “el público”) y enunciativas (la relación entre enunciador y destinatario). Son las pequeñas variaciones en los tres campos las que también construyen diferencias en el seno de este modelo dando lugar a distinciones estilísticas: desde lo retórico se advierte un trabajo diferente de la imagen (más o menos cuidado) según se trate de bandas de *rock chabón/punk* o *pop/rock* alternativo; en lo temático se construyen personajes diferentes (“los pibes con aguante”, “los freaks”, “los fashion”, etc.) y enunciativamente la relación no es la misma aunque la mayoría de las veces se construya un contrato cómplice (la simetría no es la misma, los guiños de enunciadores diferentes construyen destinatarios distintos, etc.).

Estos dos subtipos de género que responden de manera diferente a lo Verosímil de género se apoyan sobre dos retóricas diferentes: el modelo en estudio construye una *retórica del espectáculo*, mientras que el de los registros en vivo formula una *retórica del ritual*. En el primer caso se enfatiza la exposición de las reglas del género “espectacularizando” las imágenes, mientras en el segundo se busca neutralizar el efecto de “artificialidad” propio del clip a partir de una reiterada simulación de la autenticidad

La paradoja reside en que el modo del “espectáculo” cobra vida curiosamente no en los videos que dan cuenta de los shows en vivo, sino en los “videos en estudio” (aun cuando se

utilicen escenarios exteriores). Esto sucede porque mientras los shows aparecen como los ámbitos “naturales” de las bandas, los espacios propuestos en los videos en estudio constituyen lugares preparados ad hoc. En este sentido, aun cuando los shows presenten escenografías especiales, el efecto será siempre que el escenario es el ámbito inherente a la banda, mientras que las escenografías elaboradas para los videos en estudios constituyen producciones especiales que no son propias del conjunto musical sino que han sido generadas especialmente para filmar el clip. En principio, se trata de un modo de hacer privilegiado por las bandas alternativas de pop o rock, aunque algunas de las bandas barriales como Los Piojos fueron complejizando también su producción videográfica modificando su imagen original. Entre las bandas barriales que, además de editar videos en vivo, producen esta clase de clips se advierte que tratan de mantener una estética naturalista cercana a la propuesta en sus videos de recitales, tratando de distanciarse de la lógica original del “espectáculo” para lo cual eligen personajes y escenarios cotidianos. Por el contrario, aquellas bandas que adoptan a conciencia este paradigma se esmeran por pautar esa división de roles que en el “ritual” aparecen como intercambiables. La estrella es únicamente la banda; el público -si está- aparece únicamente para rendir tributo a los astros. Los músicos lucen una indumentaria que revela su condición de *rock stars*: ropas extravagantes de colores impactantes, sombreros y gorros, anteojos, plumas, flecos, botas, etc.

La *retórica del ritual* busca subrayar en los videos en vivo ya no sólo la actuación de los músicos, que originalmente era el propósito del formato videoclip, sino también la participación del público, que pasa a ser un protagonista más. En este sentido, retomando la diferenciación postulada entre ritual y espectáculo desarrollada por González Requena, estos videos postulan cierta intercambiabilidad de roles que desapareció con el perfeccionamiento del modelo de espectáculo. En efecto, si bien en estas producciones resulta innegable que las grandes estrellas son las bandas sobre las tablas, también aparece de manifiesto que los grupos renuncian a parte de su protagonismo para compartir con el público la escena, la que abandona los rígidos límites del escenario para extenderse hasta los confines de los estadios donde tenga lugar esa “fiesta” que es el recital, que los videos se encargan de recordar una y otra vez gracias a la alta rotación en las cadenas. Pero, aunque esta clase de construcción retórica aparece más enfáticamente en los videos en vivo vemos que, en realidad, también aparece en el ámbito de los videos en estudio propios de las bandas del estilo barrial: el ritual también consiste en el recurso de la repetición de fórmulas estereotipadas que, como veremos en recepción, son disfrutadas por el público que, como los niños, quieren volver a ver la historia.

b) Lo verosímil social

Este tipo de Verosímil se encuadra necesariamente en el de género, ya que sus reglas productivas son las que lo condicionan. Pero, la diferencia radica en la adopción de modelos surgidos de los parámetros sociales. En este sentido, el género asimila moldes sociales a la hora de configurar sus reglas constitutivas. Son las limitaciones que surgen a partir de la circulación de discursos sociales que pautan modelos como el cuerpo masculino y el femenino; el cuerpo del niño, del joven, del adulto y del anciano; el cuerpo según las clases sociales o también los parámetros para definir los espacios visitados. En este sentido, lo Verosímil social aparece mucho más trabajado en los videos con cierta estética naturalista, donde el objetivo está puesto en la búsqueda del sentido de autenticidad, de espontaneidad. En particular, este requerimiento se hace presente en la estructuración de la dimensión enunciativa a partir de la puesta en juego del contrato cómplice atravesado por la idea de identificación entre enunciador y destinatario. Este último está construido como parte de la escena y se lo supone conocedor de los personajes y lugares presentados. Al construir desde la complicidad, se buscan “borrar” las convenciones que hacen restringir los posibles dentro del video persuadiendo al público de que éstas no son leyes de discurso. De esta manera, lo presentado no aparece como el efecto constatable de estas restricciones, sino como producto de la naturaleza misma de las cosas. Se trata de discursos que se pretenden y pretenden que se los crean directamente traducibles en términos de realidad.

Fundamentalmente, esto se construye a partir de dos modalidades: por una parte, los registros en vivo de los *shows* ya vistos desde la perspectiva de Verosímil de género; por otra los relatos que narran historias ficcionales presentadas como cierto fragmento de la realidad. En cuanto a los primeros, vimos que están cruzados fuertemente por todas las convenciones del género (las tomas fragmentadas de los diferentes músicos, los planos detalles de los músicos ejecutando sus instrumentos, los planos del público, etc.), pero también están atravesados por lo Verosímil social en la presentación de la banda y el público como sujetos auténticos y “reales” antes que como personajes contruidos discursivamente. En este sentido, se podrían pensar ciertos cruces con el género del documental pensando a los videos en vivo como la búsqueda de una descripción espontánea de los *shows*. De hecho, se trata de un modelo regido por ciertos efectos de sentido como la idea de que el recital registrado es tal cual la *performance* en vivo y el concepto de que los músicos y la audiencia son aquello que se muestra. De esta forma, también se lo podría asociar, como vimos, al modelo de transmisión radiofónica analizado por Fernández¹²⁰

¹²⁰ Fernández, José Luis. *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Atuel, 1994.

en tanto en ambos casos surge la idea del medio (la radio, la televisión) como mero transmisor. De hecho, aunque en el caso televisivo se evidencia una mayor manipulación que en la mera transmisión radial del *show* (principalmente en cuanto a la dirección de cámara a partir de las elecciones sobre planos, angulación, uso de zoom, paneos, travellings, etc.), se reconoce esta idea del video como la sola transposición del recital. No es casual que bandas como Divididos hayan, en un inicio establecido, como principio que sólo podían aparecer en un video mientras estuvieran tocando en vivo (como en *Qué tal* o *¿Qué ves?*), así como otras bandas como Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota estén en contra de este formato. En ambos casos las limitaciones pasan por el convencimiento de que el video clip es un género marcado por la artificialidad que se opondría al estilo “auténtico” de los grupos. Por eso, bandas asociadas a la estética barrial del *rock chabón* o del *punk* acuden repetidamente a los videos en vivo, no sólo como una forma de reducir costos sino también de mostrarse y mostrar a su público “tal cual” son. En este sentido, son justamente los planos que construyen la figura de la audiencia de gran relevancia, ocupando un importante espacio dentro de los videos porque estos registros en vivo funcionan también como una suerte de “tributo” a los fans. Decimos que está cruzado por lo Verosímil social en tanto estos videos están fuertemente restringidos por discursos sociales previos que construyeron los roles de los músicos y del público: las creencias que circulan entre los fans acerca de la banda (y que pueden vincularse a discursos anteriores acerca de otras bandas así como la oposición Soda Stereo/Divididos que influye en la composición en vivo de bandas como Los Piojos o La Renga), las opiniones que circulan en la prensa especializada por parte de la banda, etc.

En el caso de las narraciones ficcionales, lo Verosímil social atraviesa fuertemente lo relacionado con los personajes: se apela a la caracterización a través de trazos gruesos, a la construcción de historias simples, a los gestos hiperconvencionalizados para dar cuenta de los diferentes roles, edades, sexos, etc. Aunque las reglas de género están siempre presentes, por ejemplo en la forma fragmentaria de presentar los argumentos y los personajes, se advierte la marcada presencia de esta forma de Verosímil en las producciones del estilo barrial. Como en los casos anteriores, también en estas narraciones la estrategia discursiva remite a la búsqueda de la autenticidad en tanto se seleccionan personajes con cierto contenido social que ayudan a moldear la estética naturalista y “comprometida” de las bandas pertenecientes a este estilo.

6. Conclusiones parciales de análisis en producción

A partir de lo visto en la descripción referida a las modalidades de construcción del cuerpo y de la construcción de los verosímiles, podemos extrapolar las siguientes consideraciones que deben, en un segundo momento, ser contrastadas con los resultados de nuestra indagación

cualitativa en reconocimiento. Se puede pensar en la construcción de dos modelos sustanciales de cuerpo: por un lado, el *cuerpo legítimo* como modelo de aquello deseado socialmente y, por el otro, *cuerpo otro* como aquello indicado como diferente y poco deseable.

a) Cuerpo legítimo

Es presentado retórica, temática y enunciativamente, por una parte; e icónica, indicial y simbólicamente, por otra, como modelo deseado y deseable, por lo menos para la perspectiva del enunciador. En efecto, los parámetros de legitimidad del cuerpo en los videos pueden no coincidir con aquellos que atraviesan a la sociedad, pero dentro del contexto discursivo son las medidas aceptadas. En principio, el cuerpo legítimo coincide etariamente con el cuerpo del joven. Pero, según los estilos de la banda podemos reconocer diferentes legitimidades:

- (i) ***Cuerpo del aguante:*** responde a un modelo tanto femenino como masculino fuerte física y espiritualmente; que tiene ante todo como principio de conducta la fidelidad al barrio, a los amigos y a la familia; que circula siempre por los mismos lugares y que mantiene sus hábitos a través del tiempo; que se presenta como cercano a la clase medias-baja o clase baja, más allá de los recursos económicos como afinidad afectiva. De esta forma, reconocemos el modo de presentar un cuerpo con todas sus características negativas, pese a lo cual es valorado en contraposición a otros cuerpos tal vez más bellos pero también más corruptos. Es decir, aparece construido a través de ciertos rasgos que enuncian cierta pobreza tanto económica como espiritual (escasez en el lenguaje, pobreza en el pensamiento) pero que son valoradas como indicios positivos. Es el cuerpo de la resistencia, el que se “banca” todo, el que no llora aunque todo le salga mal, el que puede intentar modificar algo aunque piensa que nada va a cambiar porque, en realidad, todo está bien como está; porque lo importante, los afectos, se mantienen intactos. Sufre la represión y la persecución, particularmente, a raíz del gusto por el alcohol y drogas. Es un modelo fuertemente masculinizado. De hecho, las figuras femeninas responden a cierta caracterización “rea” (esto se puede ver particularmente en los videos que registran en vivo los *shows* de las bandas). Imitan gestualmente a los varones y se posicionan en un mismo plano en tanto se reconocen similares a ellos. Se trata de un modelo fuertemente gregario, que se desplaza habitualmente en forma de tribus y que reconoce cierta identidad grupal que es más fuerte que la individual.
- (ii) ***Cuerpo del glamour:*** es el modelo que valora la sofisticación, la complejidad posmodernista, la artificialidad en contra de la autenticidad. Tanto la figura masculina

como la femenina se rigen por la búsqueda de una permanente producción estética, donde la “apariencia” excede la importancia del “interiore”. Los lazos entre estos cuerpos son lábiles de modo que, aún cuando se muevan en grupo, están siempre determinados en su individualidad. El sentido de lo *fashion* cruza tanto la apariencia como la actitud “ganadora” de este modelo cuyo objeto es gustar y destacarse dentro del grupo. Es un cuerpo fuertemente sexualizado, donde el físico cuenta fundamentalmente como instrumento del placer.

- (iii) **Cuerpo de la diferencia:** modelo al borde de la legitimidad social que construye su propia valorización a partir de la distinción con la masa standarizada. En este sentido, apela a la búsqueda de indicadores diferenciales tanto en cuanto al aspecto como respecto al comportamiento. En este sentido, compone una sexualidad abierta que no discrimina entre masculino-femenino, heterosexual-homosexual, favoreciendo cierta perspectiva andrógina. Es sustancialmente individualista, aún cuando pueda compartir ciertas actividades grupales, ya que se trata siempre de un cuerpo relativamente aislado, sufrido y, eventualmente, reprimido o perseguido. Como el modelo anterior está fuertemente sexualizado pero lo singular reside en el tratamiento del cuerpo femenino donde la homosexualidad o bisexualidad aparece trabajado desde cierta perspectiva masculina: es construido como sexy y hasta glamoroso, generando así una caracterización atractiva para la platea masculina. La mirada femenina, en cambio, aparece en la caracterización del rol de la mujer como independiente respecto del varón. Pero, de todos modos, no se trata de una figura que se defina autónomamente sino que se demarca en función de cierta oposición con lo masculino que, así, sigue estando presente.

b) Cuerpo otro

Se puede pensar en diferentes formas del cuerpo otro. En efecto, una primera distinción remite a la contraposición entre los diferentes cuerpos legítimos. En este sentido, el cuerpo del aguante se contrapone al de la diferencia y al del glamour (estos dos se emparentan entre sí, aunque mantengan distinciones). Pero, sustancialmente todas estas formas de cuerpos legítimos se contraponen al modelo de cuerpo otro del adulto que, a su vez, encuentra diferentes caracterizaciones.

- (i) **Cuerpo del represor:** construido como figura con cierta autoridad y poder que le permite perseguir y violentar a otros cuerpos. En general es asociado a cierto modelo policial o de fuerzas de seguridad que ejerce poder en forma de abusos. Aparece construido

metonímicamente a través de elementos que definen su rol social y es caracterizado como figura violenta y hasta sádica. Simbólicamente coincide con un modelo que se opone a la libertad: de movimiento, de pensamiento, sexual, etc. Puede ser ridiculizado y burlado, tratando así de conseguir una cierta victoria simbólica frente a otra clase de derrotas, donde estas figuras suelen conseguir su objetivo.

- (ii) **Cuerpo del marginal:** presentado como figura ajena al “sistema”, es valorado justamente en los términos de este distanciamiento con el orden social. Es decir, en tanto se critica el modelo de sociedad establecido y se presenta al marginal por fuera de esa estructura (aunque no por propia voluntad), es reconocido como un “diferente” digno de merecer atención. De hecho, se trata de un sujeto “otro” que debe ser reconocido (y en cierta forma legitimado) en función del sufrimiento que ha experimentado (y experimenta). Esta forma de reconocimiento no neutraliza el hecho de que el marginal sea presentado desde la otredad, lo que nos habilita a pensar la existencia de cierta “culpa burguesa” por parte de los cuerpos legítimos que de manera histérica se acercan y distancian de los cuerpos marginales. Esto también podría ser sugerido por la sugerente victimización de este cuerpo, construido metonímicamente a través de su indumentaria pobre y su circulación en lugares hostiles.
- (iii) **Cuerpo del rico:** construido como modelo de corrupción, distinguido como diferente en una escala económicamente superior pero moralmente inferior. Construido metonímicamente a través de ropas finas, adornos caros y viviendas suntuosas es presentado como un “otro” que debería ser marginado y que, en cambio, es legitimado socialmente. Sin embargo, esta creencia varía según los estilos de la banda de modo que mientras en videos de grupos como Turf o Babasónicos la mirada es relativamente benevolente (y ser rico puede ser *fashion* y glamoroso), desde la perspectiva de bandas como Los Piojos o A.N.I.M.A.L. es signo de una pobreza de espíritu que debe ser criticada.

CAPÍTULO III

Análisis en recepción

1. Análisis del grillado

a) Descripción del grupo de entrevistados y modalidad de investigación

Para reunir un grupo representativo de jóvenes seguidores de bandas categorizadas dentro de los estilos analizados en producción, consideramos pertinente servirnos tanto de contactos personales, como también de la identificación de fans a través de sitios de internet dedicados a algunos de los grupos cuyos videos hemos analizado. A través de internet, logramos conseguir que la muestra tuviera una mayor representación geográfica, ya que nos permitió entrevistar a la distancia a fans en distintas provincias.

De las más de 50 entrevistas realizadas, seleccionamos 32 entrevistas en función de su mayor riqueza y complejidad. La metodología utilizada para indagar a los fans fue la entrevista en profundidad (incluimos la guía de pautas utilizada en el apéndice con el grillado de las distintas entrevistas). Para ello, recurrimos tanto al contacto personal como a la entrevista a través del mail. El método para lograr entrevistar a los fans a través del correo electrónico reunía los siguientes pasos: entre los mensajes dejados en los “foros” de los sitios, ubicábamos a posibles entrevistados con sus respectivos mails; escribíamos de manera individual y personalizada a cada uno describiendo la investigación y preguntando si estaban interesados en participar en la experiencia. Si respondían afirmativamente, concretábamos una entrevista personal o realizábamos la entrevista directamente a través de internet (en especial, en los casos en los que la distancia geográfica impedía el contacto cara a cara). En varios casos en donde el contacto personal resultaba imposible, profundizamos la entrevista a través de otros medios auxiliares como el sistema de conversación inmediata, Messenger (MSN).

A la hora de conformar la muestra, tratamos de mantener cierto equilibrio dentro de nuestras posibilidades en lo que se refería a las edades y el sexo, así como también nos interesó reunir entrevistados entre los estilos representativos que estábamos estudiando. En cuanto a la edad, conformamos dos grupos: jóvenes menores y jóvenes mayores de 19, tomando como edad mínimas 13 y como edad máxima 27. De esta forma, indagamos entre las distintas categorías de jóvenes que describimos en nuestro marco teórico y al que aludimos en el análisis en producción (adolescente temprano/ adolescente propiamente dicho entre los 13 y los 18 años; adolescente

tardío entre los 18 y los 24 años y joven adulto entre los 24 y los 30 años). En cuanto a los estilos, buscamos seguidores del rock chabón, del rock stone, del punk, del rock alternativo y del pop alternativo.

(i) Descripción de la muestra cruzando las variables edad y estilos que siguen los entrevistados

	Fans barriales			Fans alternativos		Total
	Rock chabón	Rock stone	Punk	Rock alternativo	Pop alternativo	
Menores de 19 años	María (16) Agustín C. (16) Agustín A. (16) Tomás (13), Andrés (18)	Leonel (16) Vanesa (17)	Clarisa (14) Mariana (18)	Lourdes (14) Leandro (17) Mariel (17) Mariano (14)	Facundo (17) Soledad (18)	15
19 años o mayores	Guadalupe (24) Gonzalo (22) Sebastián (19)	Ana (19)	Romina (19) Enzo (27) Alan (22) Lucía (24)	Joaquín (19) Pablo (19) Nadia (19) Lorena (27) Jota (27)	María (20) Lucas (21) Alejandro (21) Maximiliano (24)	17
Total	17			15		32

(ii) Descripción de la muestra cruzando las variables género y estilos que siguen los entrevistados

	Fans barriales			Fans alternativos		Total
	Rock chabón	Rock stone	Punk	Rock alternativo	Pop alternativo	
Género fem.	María (16) Guadalupe (24)	Vanesa (17) Ana (19)	Clarisa (14) Mariana (18) Romina (19) Lucía (24)	Lourdes (14) Nadia (19) Mariel (17) Lorena (27)	Soledad (18) María (20)	14
Género masc.	Sebastián (19) Agustín C. (16) Agustín A. (16) Tomás (13) Gonzalo (22) Andrés (18)	Leonel (16)	Enzo (27) Alan (22)	Leandro (17) Pablo (19) Joaquín (19) Mariano (14) Jota (27)	Facundo (17) Lucas (21) Alejandro (21) Maximiliano (24)	18
Total	17			15		32

A continuación, desarrollamos el análisis extraído del cruce de datos del grillado a partir del cual luego extraeremos conclusiones que serán contrastadas con lo visto en producción.

b) Los fans hablan acerca de los videos que consumen

(i) *Modalidades de consumo y selección de videos*

La mayoría de los fans entrevistados, más allá de las distinciones estilísticas, consume videos a través de los canales de cable MTV, Much Music y, en menor medida, Music Country. Sólo uno Mariano (14 años, fan alternativo, admirador de El Otro Yo) afirmó mirar videos a través de su computadora bajando los clips a través de un programa llamado Kazaa.

Se diferencian aquellos que específicamente ven videos en tanto les interesa el formato y aquellos que ven videos fundamentalmente cuando hacen zapping y no encuentran otros programas interesantes.

Del primer grupo, encontramos afirmaciones como:

“Veo MTV, Music Country y Much music. Cuando no hay nada para ver, los veo” (Nadia, 19 años, fan de El Otro Yo).

“A veces para perder el tiempo veo videos por MTV” (Alan, 22 años, fan de Ataque).

“Veo videos cuando hago zapping” (Guadalupe, 24 años, fan de Los Piojos).

El segundo grupo, en cambio, afirma:

“Veo videos porque es bueno ver el trabajo de la banda que te gusta también expresado por videos” (Mariel, 17 años, fan de El Otro Yo)

“Me gusta ver videos porque me gusta ver las cosas nuevas que salen de los grupos que me gustan” (Lourdes, 14 años, fan de Catupecu Machu).

“Me gusta todo lo relacionado al arte y, al ver videos, tengo la posibilidad de estar en contacto con la música, la fotografía y la literatura, ya que los videos tienden a contar historias en tiempo reducido” (Alejandro, 21, fan de Turf).

“Sí, veo videos. Realmente no sé la causa del por qué me gusta. Supongo que por el hecho de que estudio fotografía y siempre estoy en la búsqueda de imágenes atractivas, no sólo en videos de música, sino también en películas” (Maximiliano, 24, fan de Turf).

“Me gusta ver videos porque, por empezar, me gusta mucho la música y me gusta ver el nivel de cada banda; o sea, si tienen buenos músicos” (Leonel, 16 años, fan de Viejas Locas).

De estas palabras, se desprenden a su vez nuevas inferencias: dentro de los fans que ven videos ad hoc, es decir que no hacen zapping sino que sintonizan canales de clips desde un inicio, comienzan a surgir diferencias en las motivaciones para ver videos según las distinciones estilísticas. En este sentido, mientras los fans del rock chabón, rock stone y punk se interesan puntualmente por la representación visual de las canciones de sus bandas favoritas; los seguidores alternativos se interesan por el formato en sí. Aunque también reconocen el interés por seguir a su

banda favorita, también admiten que les gusta apreciar las imágenes y el “arte” por sí mismo, más allá de las bandas.

“Veo los videos que me llaman la atención” (Leandro, fan de Catupecu Machu de 17 años)

A la hora de seleccionar estilos de videos, los fans distinguen entre los videos *en vivo* y los videos *en estudio* (que ellos identificaron como los que “cuentan una historia”). Los seguidores del rock chabón, del stone y del punk gustan de los videos en vivo:

“Me gustan mucho los videos en vivo. Son totalmente el reflejo de lo que cantan. Es como que reflejan lo que se transmite a la gente, es como estar más adentro del grupo y más adentro de lo que pasa ahí. Es menos artificial” (Guadalupe, fan de Los Piojos).

“Me gustan los que transmiten las mismas sensaciones que cuando los escuchás en vivo” (Gonzalo, fan de La Renga),

“Me gustan mucho los videos en vivo. Es bastante lindo verlo porque te muestran los recitales. Y como no puedo ir por el tema de la edad, los miro, los grabo a veces”. (Tomás, fan de La Renga)

Por su parte, a los fans del estilo alternativos (y también al Sebastián, fan de Los Piojos) les interesa los que cuentan historias o mezclan ambos elementos:

“Me gustan tanto los videos con historia que son como más llevaderos y también los en vivo que son como más reiterativos, pero me gustan los dos” (Leandro, fan de Catupecu Machu).

“Me gustan cuando cuentan alguna historia” (Lorena, fan de Catupecu Machu).

“Los en vivo me gustan bastante pero prefiero que tengan una historia, o sea, que representen esa música a través de una historia” (Mariel, fan de El Otro Yo).

“Los que más me gustan son los que mezclan escenas de cuando lo hacen en vivo con la narración de una historia” (Sebastián, fan de Los Piojos).

De esta forma, aparece como dato interesante que, con la excepción de un fan de Los Piojos, son seguidores de estilo alternativo los que manifiestan su interés por elementos ficcionales de los videos que puede encontrar su motivación en el hecho de que es esta vertiente la que se interesa más por las “historias”, aunque tampoco desprecien el formato en vivo. En cuanto a los videos que dan cuenta de las performances de recitales es interesante la motivación de un fan de La Renga de 13 que años como Tomás que expresa su interés por estos clips ya que le muestran aquello a lo que él por la edad y por prohibiciones familiares no puede acceder: los shows de la banda. En otros casos en cambio, el interés pasa por revivir aquello ya experimentado: el “ritual” de la performance del grupo. Es singular el testimonio de Guadalupe que manifiesta la autenticidad de estos videos en oposición a otros más “artificiales”, destacando también la importancia de la participación de la gente en esta “comunidad”.

Otros admiradores, en cambio, afirman no tener un estilo de video preferido:

“No tengo un tipo preferido, me gusta y punto. No me fijo si es en vivo o no” (Pablo, fan de Catupecu Machu).

“Los elijo por la banda y no tengo preferencia por un determinado tipo de video” (Mariano, fan de El Otro Yo) .

Las motivaciones para no tener un estilo favorito se deben a que la elección pasa únicamente por la banda, por lo que no importa cómo sea el clip del grupo en cuestión, o porque la consideración sea acerca de la complementación entre música e imágenes más allá de cómo se llegue a esa unión.

Podemos formular otra distinción entre aquellos consumidores de videos que sólo ven los clips de sus grupos favoritos y aquellos que también aprecian los de otras bandas. Con la excepción de una pareja de fans alternativos (Lucas y María que afirman que ven videos “mientras sea un video de una banda que nos guste”), son los fans del rock chabón, del stone y del punk los que eligen ver sólo los productos de los grupos admirados:

“En general sólo veo videos de las bandas que me gustan” (Alan, fan de Ataque).

“Sólo veo videos de los grupos que me gustan” (Agustín C., fan de Los Piojos).

“Veo sólo los videos que me gustan, a los demás no les presto atención alguna” (Gonzalo, fan de La Renga).

Otros entrevistados dentro de este grupo de seguidores, aunque privilegien los videos de sus bandas favoritas, eligen ver también otros clips ya sea por curiosidad o por la diversión del video en sí o de aquellos consideran “ridículos”:

“Si no me gusta la banda, el video lo veo una vez para ver qué hacen, nada más” (Lucía, fan de Ataque 77).

“Otros videos los veo para reírme de la banda o con la banda, Molotov, Blink 182, otras bandas punk me hacen reír, pero porque es la idea del video. Pero otras bandas de espíritu más hardcore, heavy me hacen reír porque son ridículos, quieren o no. [...] Cuando estamos con amigos reconozco que para reírte siempre da todo el pie: un video de Britnie, de Cristina, de Ricky Martín o alguna de ellas” (Sebastián, fan de Los Piojos)

Diferente es la perspectiva de los seguidores alternativos. Por una parte, Alejandro, fan de Turf, que ya había manifestado su interés por el formato en sí, ve de todo pero disfruta algunos más que otros:

“No los elijo: me siento frente a la tele con el canal de música y me dejo estar. [...] Miro videos de todo tipo, pero obviamente uno sabe que aquellos que se relacionen con la banda o cantante que le guste van a ser vistos con mayor atención”.

De manera similar Maximiliano, fan de Turf, sostiene:

“Muchas veces elijo videos por las bandas que me gustan. Pero, también me gustan todos en general. Creo que depende de la forma en que se realizan”.

Otro fan de Turf, Facundo, aprecia las imágenes más allá de la música:

“Puede ser que lo se escuche no esté bueno, pero si lo que se ve es lo suficientemente atractivo, dejo el canal”.

Algo parecido sucede con Mariel (fan de El Otro Yo) que afirma:

“Por ahí veo alguno de una banda que no me gusta mucho, pero el video está muy bueno”

o Pablo (fan de Catupecu Machu) que dice:

“Miro más que nada los videos de grupos que me gustan y algún que otro de grupos que no”.

De esta forma, aunque tanto Lucía como Sebastián, -seguidores de una estética “barrial”- reconocen ver videos ajenos a sus grupos favoritos, volvemos a advertir que son más los seguidores “alternativos” los que valoran elementos de los clips más allá de la música. En efecto, varios de nuestros entrevistados “alternativos” dicen apreciar las imágenes aún a costa de canciones que les disgustan. Claramente, se vincula con lo antes dicho sobre la distinción entre aquellos que sólo ven videos en función de los gustos musicales establecidos aún antes de ver clips y aquellos que más allá de sus apreciaciones musicales se interesan por el formato en sí.

La mayoría de los entrevistados dice preferir los videos nacionales, aun cuando reconozcan ciertas carencias en la producción local como consecuencia de las limitaciones en la producción. Sin embargo, algunos de los seguidores “alternativos” manifiestan su gusto por los internacionales justamente porque presentan una mejor factura que incluye también una mayor creatividad. De esta forma, primero encontramos un grupo numeroso de entrevistados que manifiestan su preferencia por lo nacional:

“Prefiero videos nacionales. Me parece que muestran algo más relacionado con lo que yo busco en la música, que todavía no sé definir. Además muestran la realidad desde el punto de vista argentino” (Sebastián)

“Elijo nacionales. Los extranjeros están tratados a modo de una mini-película, súper producidos. Prefiero que los músicos se vean como personas alcanzables a súper estrellas (Gonzalo).

“Los videos nacionales me gustan mucho. O sea, sobre todo si son de El Otro Yo. Es como que los veo más caseros, más hechos por ellos mismos. En cambio, a pesar de que los videos extranjeros están buenísimos se nota que hay muchísima gente trabajando ahí para que salga todo a la perfección” (Mariel).

Un segundo grupo manifiesta tanto su aprecio por los extranjeros, como su indiferencia por el origen, como su gusto por ambos referentes:

“Creo que ambos tipos de videos son interesantes por una cuestión simple: son distintos. Creo que los videos tienen mucho que ver con la cultura e ideologías de su país de origen y, por lo tanto, ambos pueden llegar a ser muy interesantes” (Alejandro)

“Lo que venga, mientras esté bueno. En los nacionales se ven más cosas conocidas y por medio de esto se puede conocer un poco más sobre los artistas, por ejemplo si muestran al cantante en su casa o tomando un mate, etc.” (Facundo).

“Prefiero los extranjeros. ¡Qué pregunta! Los nacionales uno los ve. Pero sabe que escasamente llegan a hacer lo que quieren. Es más: como que los nacionales hacen lo que les da la plata” (Jota).

Al ser consultados por las relaciones entre videos extranjeros y nacionales, la mayoría vuelve a reiterar, por una parte, la representación de lo “criollo” de manera más “artesanal” y, por otra, la mayor producción y calidad de los foráneos:

“La diferencia es que en los extranjeros notás que tienen más producción y más plata. Los nacionales están hechos más a pulmón y muchas veces esa simpleza que reflejan es lo que más atrae de las producciones nacionales. La relación está en que la música es siempre el hilo conductor” (Lucía);

“Entre los videos nacionales y los extranjeros, veo diferencias en cuanto a las estructuras. En los nacionales, es todo más artesanal; y los internacionales muestran estructuras más modernas. Cambia la manera de hacerlo. La fantasía, por ahí, que tienen. Acá veo algo criollo que me gusta más. Por ahí, no tantas luces y cosas raras. Me siento más conectada con un paisaje que conozco”(Ana).

Sin embargo, muchos desisten de advertir una clara relación entre unos y otros:

“No veo relación entre los videos argentinos y los internacionales. Por ahí, en algunas cosas en la melodía de los temas. Pero, en los videos como videos en sí no veo alguna semejanza” (Sebastián).

“Veo realmente poca relación. Por varios motivos: por las pocas posibilidades que existe acá de realizar un video; por la mística en torno al rock -que es lo que me gusta- de no hacer videos como Los Redondos; y por la simpleza en la producción de bandas que eligen ellos mismos producir videos y son de baja calidad”(Andrés).

Otros señalan el intento de copia por parte de algunas producciones nacionales respecto de las internacionales:

“Hay algunos nacionales que intentan copiar a los extranjeros pero no sé ahora cuáles. Los extranjeros son más producidos que los argentinos. Eso no hacen que sean mejores” (María).

“Algunos videos nacionales son una burda copia de otros extranjeros. Los de Calamaro, el choreíto de Catupecu en Héroes anónimos no sé bien a qué video, pero lo tengo visto. Y los extranjeros no pueden mostrar la furia, la pasión, el fanatismo que tiene el público argentino” (Gonzalo).

“Los nacionales son una copia no tan fiel del original, copia reducida por falta de presupuesto. Al no tener recursos, ni imaginación suficiente, recurren a directores que se hacen los locos y mandan cualquiera diciendo que es arte, pero en otros países esos videos te los prohíben por malos” (Jota).

Algunos indican la implicancia de la cultura en los países en los videos:

“Pienso que, a veces, se relacionan en que cuentan una historia o una realidad de un país” (Agustín C.)

“En algo se relacionan los unos con los otros: en la manifestación de la cultura de un lugar” (Alejandro).

En cuanto a las costumbres al ver los videos, la mayoría acuerda en cantar al momento de disfrutar un clip de alguna de sus bandas favoritas:

“Cuando veo videos, canto; igual que cuando escucho música”; Gonzalo (*“Si me gusta la canción, le sigo la letra”* (Guadalupe).

“Si el video lo conozco y me gusta, lo canto. Pero si no, le presto atención a ver de qué se trata” (Leonel).

“Canto; a veces bailo o me quedo pegada a la pantalla embobada” (Ana).

Algunos distinguen entre la primera vez que lo ven y cuando ya están familiarizados con el video:

“La primera vez lo veo prestando mucha atención. Después, sí, canto” (Clarisa)

“Si lo veo por primera vez, me quedo muda. Sino, los canto” (Lourdes).

Algunos además de cantar bailan o siguen el ritmo de la canción con sus pies o manos:

“Si sé la letra canto algunos a viva voz, otro para mis adentros, depende cómo me pegue la letra. Lo otro que hago sepa o no la letra es seguir el ritmo, toco la batería y eso ya es una especie de tic nervioso música que escucho le sigo el ritmo o con los pies con las manos y los pies” (Sebastián).

Otros adoptan una mirada más “estudiosa” o hasta crítica:

“La primera vez, trato de verlo en silencio para no perderme detalle de nada. Observo la fotografía, los ambientes que se plantean, etc.” (Alejandro).

“Miro cada detalle pelotudo hasta que me lo sé de memoria y lo empiezo a odiar” (Facundo).

“Lo critico, me río muchas veces por lo ‘pedorro’ que puede resultar el video” (Romina)

En cuanto a los horarios y lugares para ver los videos, puede ser tanto durante el día como durante la noche, solos o acompañados. En general, los que prefieren ver videos por la noche, los ven solos. En cambio, los que los ven acompañados (ya sea porque no tienen cable y tienen que recurrir al cable en lo de un amigo o sencillamente porque cuando se reúnen con sus amistades ven videos) lo hacen de día. Pero no todos los que ven videos durante el día lo hacen cuando tienen compañía. De hecho, para muchos es una rutina cuando llegan a sus casas (después del colegio, por ejemplo) prender la televisión y ver qué videos pasan por las señales de cable.

A la hora de definir su predilección por lo visual o lo musical, los entrevistados formulan diversas distinciones: entre la música en sí misma y los videos, entre las imágenes y la música dentro de los videos, entre escuchar música y ver videos. La mayor parte de los entrevistados valora más escuchar música que ver videoclips. En principio, la mayoría de los entrevistados interpreta que la “esencia” del artista se encuentra en la música, antes que en su imagen. Por otra parte, otros advierten respecto a los inconvenientes para ver los videos que realmente les guste, ya pueden elegir qué CD escuchar en sus equipos de música, pero no qué videos disfrutar en los canales de clips.

“Sin dudas, prefiero escuchar música. Te abre mucho más la cabeza. Te deja volar más que el video” (Sebastián).

“Prefiero la música. Porque, por ahí, con las imágenes como podés cerrar un concepto, como que le cortás la libre interpretación que uno le puede dar a un tema musical” (Gonzalo).

“Me gusta más escuchar música que ver videos. Me gusta más imaginarme el propio video a verlo en la tele. Muchas veces cuando veo el video me saca lo que yo tenía pensado de la canción” (Guadalupe).

“Prefiero escuchar música. El video me parece mero entretenimiento. Pero cuando lo veo al Pity me muero” (Ana).

“Prefiero a la música porque la imagen se fabrica. Para crear buena música tenés que ser un verdadero virtuoso, en cambio para verte bien sólo necesitás un asesor que te indique la forma de vestir, hablar qué comer o cómo caminar” (Romina)

“La música porque ahí está el verdadero mensaje” (Mariano)

De estas afirmaciones, es interesante el énfasis que algunos de los entrevistados ponen en la valoración del formato de la canción antes que del video musical en lo que respecta a la mayor capacidad de desarrollar libremente las ideas que permite la música pero no los clips. Se trata de una consideración que, en especial, formulan fans de Los Piojos (Sebastián y Guadalupe) y de La Renga que también valoran el sentido local y cotidiano de las letras (es interesante que fans de grupos que componen letras con sentidos bastante acotados y sin mayores ambigüedades sean los que más defienden las libertades de los que escuchan para crear sus propias imágenes). También se advierte la crítica de ciertos fans del formato clip en tanto es “mero entretenimiento” (Ana, fan de Viejas Locas) que se vincula a lo antes dicho respecto a la crítica que formulan los seguidores de bandas “barriales” respecto a la presunta artificialidad en la estética del soporte del video en sí sobre la que se basan bandas “prefabricadas”. Por su parte, dos fans de Turf, Lucas y María Emilia sostuvieron que “Es mejor escuchar música, sentarse y hablar” en tanto valoran más el momento de la escucha de la música que permite otras actividades como la plática que parece restringir la visión del clip.

Pero, otros fans también hablan sobre la relación entre lo visual y lo auditivo en la propia composición del clip. De este modo, un grupo sostuvo la preeminencia de la música:

“Valoro más a la música, aunque creo que las imágenes complementan la música y que a veces no se pueden apreciar por separado sino como conjunto. La música es más importante que las imágenes porque considero que las mismas se adecuan a la música” (Agustín C.);

“Me gustan las dos cosas, aunque si tuviera que elegir me quedo con la música, porque el video es sólo el soporte” (Andrés).

Estos entrevistados, entonces, no sólo valoran más escuchar música, sino que también a la hora de privilegiar sonido o imágenes en el momento de ver un clip, también se inclinan por la música. No en vano, vemos que se trata de muchos de los entrevistados que manifestaron que ven casi exclusivamente los clips de sus bandas favoritas, es decir, que eligen por la música antes que por las imágenes. Entre fans que admitieron su interés por las imágenes, aun para reírse de ellas como el caso del fan de Los Piojos Sebastián, apreciaron con mayor énfasis el equilibrio entre lo auditivo y lo visual (aún cuando sigan valorando más a la música):

“Creo que para el video es tan importante la imagen como la música, porque busca expresar algo por la simbiosis de los dos elementos. Pero para mí lo importante es la música. La imagen para mí sólo acompaña” (Sebastián).

“Lo que me parece más importante es la música, pero si hablamos de videos, creo que debe haber un equilibrio entre música e imagen” (Maximiliano);

“Yo creo que son importantes las dos cosas: música e imagen. Puede ser que no me guste la música y me guste la imagen o que me guste la música y no me guste la imagen. Pero me tienen que gustar las dos cosas. No me acuerdo ninguno ahora, pero hay videos que ví que me gusta la música pero la imagen ni a palos y lo cambio” (Leandro);

“Me parece que ambas tienen que estar íntimamente relacionadas, para que el resultado llegue a conmover los sentidos, sino no llega” (Lorena).

Se trata de seguidores en su mayor parte del rock y pop alternativo, lo que permite formular una nueva distinción entre los fans. No en vano, el único seguidor que dice preferir a los videos es, justamente, fan de Turf. Así, Alejandro afirma:

“Ambas cosas. Creo que imagen y música combinadas pueden despertar más sentimientos que solamente la música o la imagen. Me gusta tanto escuchar música como ver videos. Pero si tuviera que elegir, prefiero ver videos”.

(ii) Reconocimiento y apreciación de estilos

Aún a costa de las diferencias que los separan, los fans entrevistados gustan del rock y detestan la cumbia y lo que denominan “pop comercial” (hacen referencia a las “boys band”

como Backstreet Boys, 'NSync, etc.). Pero aún dentro de esta primera gran descripción, podemos establecer diferencias a partir de las tendencias de los grupos que siguen.

En principio, los seguidores del rock chabón y el rock stone afirman con énfasis su gusto por el “rock and roll” y, particularmente, el nacional:

“Todavía no tengo una explicación clara del por qué, pero me encanta el rock and roll, lo definido como ‘rock barrial’ por muchas revistas y suplementos jóvenes. Pero sin lugar a dudas influyó mucho en mis tendencias el grupo de gente con el que me junté en la época del secundario: eran todos el clásico ‘viejita’ o ‘rolinga’ de ley. Fue la primer clase de música que me llegó a los oídos en grandes cantidades y de la mejor calidad que había. Hablo de Viejas Locas, La Renga y Los Piojos. Otras bandas. Redondos y Divididos [...] y también me gusta mucho la murga el candombe uruguayo” (Sebastián).

“Prefiero el rock stone obvio” (Tomás).

“Me gusta especialmente el rock and roll” (Vanesa).

Entre los fans de Attaque 77, encontramos lógicamente a los seguidores punks:

“Me gusta el punk y el rock” (Clarisa)

“Me gusta el punk” (Enzo)

Entre los fans alternativos, no sólo advertimos una mayor aceptación y gusto por bandas internacionales, sino también el gusto una mayor variedad de estilos, que abarcan desde el pop hasta el punk:

“Me gusta mucho el rock under, rock clásico y ‘pop retro’. Mis bandas favoritas son: Turf, Los Piojos, Babasónicos y Charly García” (Alejandro)

“Me gusta el rock en muchas de sus formas” (Maximiliano);

“Además de Turf, me gusta la música inglesa de Oasis o el rock alternativo tipo Beck” (Lucas);

“Me gusta el brit-pop, rock, algo de grunge y punk” (Nadia).

“Me gusta bastante los tipos de música alternativa, el rock, el punky, funky, brit-pop, etc” (Mariel).

“Me gusta la música impredecible pero con mucha calidad de sonido y experiencia musical, bandas con fuerza, pero sin ser ruido letal, también tienen que tener clase y personalidad sino, no da” (Jota);

En cuanto a los rechazos, como dijimos, la mayoría concuerda en criticar a la cumbia (aunque algunos hacen la salvedad de que es una música funcional al baile) y al pop “teen” o “comercial”:

“Rechazo el pop tipo Britney Spears, Back Street Boys y esa porquería” (María).

“No me gusta el pop, o todo lo que sea muy comercial. No me interesa mucho la música comercial, así que directamente ni veo sus videos, ni escucho su música” (Andrés).

“Rechazo el pop, la cumbia, el folklore y los boleros” (Clarisa).

“La cumbia no la soporto más y la marcha tampoco me gusta” (Enzo)

“Rechazo el pop y la cumbia. ¿Por qué? Mmm, no sé... O sea: el pop no me gusta y punto. Y la cumbia me parece un asco... No debería existir” (Lourdes).

“No me gusta la música que suena toda igual, como la cumbia y lo típico nacional tampoco [tango, etc]. Rechazo las típicas bandas de cinco chicos/as lindos/as que apenas saben cantar, no tocan instrumentos, solamente bailan y venden su imagen [Backstreet Boys, ‘NSync, Spice Girls, etc.]” (Nadia).

Por su parte, seguidores del rock chabón expresan no sólo su disgusto por géneros como la cumbia o el pop sino también su desprecio por ciertas bandas dentro del rock:

“Rechazo la cumbia y el cuarteto por falta de compromiso. Dentro del rock no me gustan bandas como El Otro Yo, Turf, Ratones Paranóicos, Súper Ratones” (Gonzalo).

Pero, más allá de este grupo de fans, también surgen rechazos propios de las dicotomías dentro de rock: la modalidad chabón de la que gusta Tomás y Ana en contraposición a lo punk

“Uhm el punk no me gusta. Los punk son una caca” (Tomás).

“El punk no me gusta” (Ana);

el pop alternativo que sigue Maximiliano vs el rock barrial

“Me desagrada la cumbia, el rock viejita, la música latina” (Maximiliano)

o el rock alternativo del que gusta Joaquín vs lo barrial

“Rechazo muchos estilos de música algunos por pasados de generación, algunos por aberrantes, algunos por ser malísimos y otros por simplemente ser un insulto o una muestra de la situación del país, otras por comerciales, etc. Rechazo miles pero para resumir: rock stone, todas las de cumbia, cuarteto o cualquiera de esas que no haga música: Los Piojos, Redonditos, La Renga y todas las de ese estilo. (Joaquín)

Así como muchos prefieren los videos nacionales, también eligen al rock nacional y manifiestan su rechazo por la música en otros idiomas:

“No me gusta la música en inglés, me gusta entender las letras en castellano. No me gustan estilos como el tecno y la cumbia, aunque ésta puedo bailarla” (Guadalupe);

“Rechazo la marcha, la música brasilera. La marcha no tiene letra y se hace con un sistema de audio. [...] Tampoco me gusta la música en inglés porque no la entiendo (...) También los videos” (María Emilia).

Otros fans afirman que no desprecian un tipo de música en particular (aunque algunos se contradigan y dicen aceptar las diferencias estilísticas que, después, reconocen que desprecian), sino la música “mal hecha”:

“Música en sí que no me guste no creo que haya. Hay músicos de muchas ramas que me molestan mucho, pero un estilo que no me guste no creo que haya” (Sebastián).

“No hay música fea, hay música mal hecha. Si escucho otro tipo de música no me pongo loco” (Lucas).

La mayor parte de los fans dan muestras de sólidos conocimientos en lo que se refiere al reconocimiento de los diversos estilos de música. La mayoría diferencia con certeza el rock del pop que llaman comercial, aunque con variaciones también reconocen otros estilos como el hardcore, el punk, el heavy metal, el folklore, lo alternativo, el grunge. La mayoría de los entrevistados más que caracterizar cada uno de los estilos, ofrecen sus opiniones al respecto. Aunque buena parte de los entrevistados que gustan del rock chabón lo reconocen como un estilo en sí mismo, un fan de La Renga, Gonzalo, consideró que esa distinción constituía una caracterización peyorativa, por lo que se negó a emplearla aunque sí apeló a otras diferenciaciones:

“Heavy, doom, death, trash, gótico, progresivo, pop, alternativo, hip-hop, punk, ska, rock nacional (rock barrial, chabón... todas esas clasificaciones no existen, son meramente discriminatorias)” (Gonzalo).

En particular, los fans de Los Piojos reconocen estilos que la propia banda recrea como el candombe:

“Los estilos que puedo encontrar pasan desde el rock barrial hasta el tango, el heavy metal, el chamamé, la murga argentina y uruguaya, el candombe, el pop, el rock and roll, lo melódico” (Sebastián)

“El rock, el pop con variantes más románticas, lo dark, el estilo más pesado, el candombe uruguayo” (Guadalupe).

En su mayoría, los que reconocen al rock chabón lo caracterizan como el que “habla del barrio”, tal como describe Agustín C. que además identifica otros estilos:

“Rock clásico de los ’70 en adelante donde el rock tuvo su apogeo (Led Zeppelin, etc.), el grunge que nació en los ’90 y tenía un estilo más oscuro (Nirvana), el reggae que tiene temáticas que tiene temáticas pacifistas y sociales y un ritmo lento y pegadizo (Bob Marley), el hip-hop con sonidos tecno y letras improvisadas como un rap, el disco que fue al final de los ’70 y era música especialmente para bailar, la cumbia villera que tiene letras sociales, pícaras y un ritmo pegadizo (Damas Gratis, Pibes Chorros, etc.), el hardcore que se toca fuerte y rápido y es como un punk pero más oscuro” (Agustín C.).

Un buen ejemplo de fan que al reconocer estilos también critica aquello que no le gusta son los testimonios de Clarisa y Enzo:

“La cumbia no tiene mensaje, el pop es muy comercial, el rock muestra la manera de pensar de mucha gente y adentro del rock están los estilos como el punk que es la ideología de mucha gente e historias que cuentan grandes verdades. El rock suave que es más para los que le gusta el pop y lo comercial. También está –no adentro del rock– el nü metal y todo ese estilo ‘yanqui’ que es para la gilada” (Clarisa).

“El punk representa la anarquía y el descontento de los que están mal que terminan con los gobiernos que pasaron últimamente. La marcha no representa nada de nada y la cumbia es algo del momento que con el tiempo desaparecerá” (Enzo).

Algunos fans reconocen sustancialmente los estilos de manera dicotómica como lo comercial y lo no comercial, lo alternativo y el rock “de agite”, etc.

“Los estilos actuales que veo son: un tipo rebelde trasgresor del rock y del punk y otro angelical irreal del pop comercial” (Lucía),

“Tenés al rock alternativo que es diferente al rock de cancha. Uno es más tranquilo y el otro es más de agite” (Lucas).

“¿Estilos? Comercial y no comercial. Generalmente, el primero es el que impone las discográficas y las compañías, es más masivo. Y el no comercial, personalmente, creo que es el que vale la pena” (Nadia).

Entre los testimonios que tratan de caracterizar los estilos más allá de las opiniones personales, encontramos:

“El punk toda una revolución y el grunge un mundo aparte. Reconozco rock, -música de actualidad en constante cambio en el que hay muchas ramas- rock and roll –estilo que se diferencia del rock por su ritmo más tranquilo y una onda Beatle-, blues –parecido al rock and roll pero más onda Rolling Stones” (Mariano)

“El rock es música de expresión de rencor, de impotencia frente a diversas cuestiones. El pop expresa sentimientos opuestos al rock, es decir, de satisfacción, de alegría, etc. El rap expresa la lucha interna o externa contra alguien o algo. Lo retro lo asocio con la nostalgia y los buenos momentos vividos en el pasado” (Alejandro).

(iii) Caracterización de los videos

(1) Apreciaciones generales

Al momento de responder cómo caracterizan los videos tanto en general como en función de sus gustos personales y de los conocimientos que tienen de estos discursos, los testimonios presentan varios puntos de contacto con las declaraciones sobre reconocimiento de estilos musicales (“No sé... las mismas características que los estilos de música”, Alan). Aunque en su mayoría los entrevistados describieron los tipos de videos en función de los estilos, algunos desarrollaron otras modalidades de descripción.

“Los videos principalmente yo los distinguiría por género o ‘raza’, si querés [...]. Creo que se pueden dividir por el estilo de música que se pasa a videoclip o por género cinematográfico o por bandas o por épocas”.

“Los estilos se ven bien denotados por la fotografía, la iluminación, contexto dentro del cual se desarrolla la ‘historia’ “(Alejandro)

“En vivo, con coreografías, con historias que nada tienen que ver con la música y los menos muestran las imágenes que se le ocurren al camarógrafo en el momento de filmar, otros muestran la historia del cantante con una chica, etc.” (Joaquín).

“En el rock chabón, aparecen mostrando el barrio, la cancha y cosas así” (Agustín C.).

Otros seguidores, como Andrés, advierten que para que un video sea considerado parte de tal estilo es necesario que cuente con una producción pobre, aludiendo así directamente a las condiciones de producción, y que trate problemáticas sociales, aludiendo a los rasgos temáticos:

“Generalmente tienen un estilo que los identifica, es decir, un video de rock barrial no sería acorde ni a la música ni a la letra si fuera un video ‘súper-producido’ o si no reflejara un poco la realidad social, que es en general de lo que hablan las letras en ese estilo” (Andrés).

En este sentido, se trata de la caracterización de un estilo de videos “que muestra las cosas como son, con bastante simpleza. No te muestran una chica que nunca vas a poder tener, un lugar en el que nunca vas a estar, o un mundo en el que nunca vas a vivir”, es decir, un registro que se presenta como cercano al destinatario. Se trata de una composición “simple” que los fans de este estilo no sólo reconocen, sino que valoran.

“Los videos que más me gustan son los videos más simples, que tengan una estética simple y mensaje concreto. Los diferencio, justamente, por eso: porque me gustan” (Lucía).

“Los videos de las bandas que me gustan tienen una onda hippie, en ciudades o en bosques, riéndose y tomando alcohol. Los videos que me gustan muestran las cosas comunes que le pasan a la gente” (Ana).

“Los videos de los grupos que me gustan capaz no son tan buenos, en lo que es tener qué sé yo, un efecto especial; si no que es algo simple y eso es lo que me gusta: la sencillez en un video” (Leonel).

Pero, la “simpleza” no sólo parece ser propiedad del rock chabón o stone sino también del punk, al menos, según Romina que describe sus videos favoritos de esta manera:

“Son simples, con las bandas tocando en vivo, generalmente, mostrando la realidad exacta de lo que ellos son. Como el video de Flema del tema ‘Nunca seré policía’: la gente arriba del escenario con los pibes, una esquina, la cerveza...” (Romina)

Estos testimonios revelan la conciencia de los fans acerca de las implicancias de esta “simpleza” medida en términos de “bajos presupuestos” y, entonces también, menor calidad. Sin embargo, una y otra vez a los entrevistados no parecen molestarle estas limitaciones sino que, por el contrario, los reconocen como marcas de sus videos favoritos y como propiedades que los distinguen de otras producciones.

“En los videos aparece de manera evidente la pelea rock vs. pop”. (Lucía)

“Apacibles, ordenados con temáticas menos comprometidas” (Gonzalo).

“Los de pop muestran chicos/as lindos/as cantando en un mundo perfecto. Con el rock suave pasa lo mismo: en vivo o historias” (Clarisa).

Para diferenciarlos del pop, muchos entrevistados eligieron hablar de la energía contenida en los videos de rock:

“Los videos del rock son re pila. Diferencio a los videos porque los de rock son más copados” (María).

“Los de rock son videos que demuestran mucha excitación y mucha expresión” (Mariel).

Otros, en cambio, hablaron de cierta indiferenciación:

“El rock, que es el que más me gusta, últimamente no tiene un estilo definido, ya que hay videos tanto de historias como de dibujos animados. Pero, en general, el rock aparece con una estética un tanto ‘machista’ se podría decir. De los demás estilos no sé porque mucho no veo. Son videos con imágenes rápidas, sin mucha historia que seguir. Por lo general, las imágenes van de la mano con la música” (Pablo)

Como anticipamos, la mayoría de los entrevistados distingue entre videos *en estudio* (a los que muchos aluden como “con historia”) y videos *en vivo*, es decir, entre discursos ficcionales, cuya línea argumental puede estar guiada o no por la letra de la canción, y los registros de las performances de las bandas. Sin embargo, para buena parte de los seguidores el video en vivo es sinónimo de rock chabón y, en parte también, de punk. Además, no sólo reconocen como una marca propia de buena parte de la videografía de los grupos de estos estilos, sino como una invariante que hace atractivo al formato. Por el contrario, aquellos que rechazan estos estilos manifiestan su rechazo hacia ese recurso repetido. Entre los que prefieren el formato en vivo encontramos:

“Los videos de las bandas que me gustan son de los más variados pero generalmente son en vivo o cuentan alguna historia” (Agustín C.)

“Los de rock son la mayoría en vivo y sino [muestran] historias” (Clarisa).

Gonzalo aunque no habló de los videos en vivo en sí manifestó la idea del “en vivo”:

“Los videos de las bandas que me gustan me transmiten lo mismo que siento cuando los veo en vivo: básicamente rock and roll” (Gonzalo).

Por otra parte, están los que rechazan esta clase de estilo:

“Las bandas que me gustan hacen videos que intentan gustar y no que tratan de lavar la cabeza y comprar gente. Lo que menos me gusta es ese tipo de música que da asco, con videos muchas veces en vivo. Música que, objetivamente, a nadie le gustaría si no existiera ese modismo que existe acá que se hace lo que dicen los medios de difusión” (Joaquín).

Además de la “simpleza”, que según Romina caracteriza al punk, para otros seguidores del estilo presenta otros caracteres como la anarquía y la desprolijidad:

“Los de punk muestran la anarquía” (Enzo).

“Los videos son como es el estilo: pesado, con imágenes descontroladas y sin motivo, desprolijas. De los videos que me gustan, la mayoría tiene sentido cuando se trata de una historia. Otros son recitales en vivo” (Mariana).

Entre los entrevistados que no se definen como seguidores del punk, pero describen sus videos encontramos:

“Los videos punks, lo poco que ví, son de mucha crítica, protesta, crítica a la gente, a la política. Me parece bien que hagan crítica o protesta, pero quieren ser ellos solos en el mundo” (Leonel).

A la hora de describir los estilos más “pesados”, la mayoría describe la presencia de imágenes violentas o agresivas.

“Y un video de estilos ‘pesados’ como pueden ser el heavy, seguramente tendrán imágenes ‘fuertes’ y ‘atrevidas’” (Andrés).

“El metal aparece de una forma que a mí no me llama mucho la atención, tal vez aparezca alguien rompiendo algo, alguna casa o matando a una persona o muchas veces alabando al diablo” (Leonel).

Desde el ámbito de lo alternativo, en cambio, los seguidores enfatizan acerca del carácter original de los clips de sus bandas predilectas.

“Generalmente los videos de los estilos que me gustan son muy originales. El estilo del video tiene que ser inteligente ya sea por el humor o simplemente por el contenido en general” (Facundo).

“Los que me gustan son muy variados, originales. Nunca hacen un videíto en vivo como parece ser ley para toda bandita (copiar a los otros). Generalmente el video tiene un par de gatas presentes o personajes de ficción. Y hacen los videos como les pinte sin ver si la gente que escucha su música los va a catalogar de putos, creídos, locos o copados. Diferencio a los videos por los personajes que suelen ser los integrantes de la banda y respeto por su originalidad” (Joaquín).

Pero seguidores de bandas independientes, como El Otro Yo, manifiestan distinciones similares en lo referente a las condiciones de producción de los videos que lo dicho por los fans del rock stone o chabón.

“Los videos de bandas under se reconocen por el bajo presupuesto. Y en las bandas más reconocidas son así, tipo películas, dando prioridad a la imagen. Los videos de las bandas que me gustan son en vivo, situaciones o sólo imágenes que no cuentan ninguna historia. Generalmente son de bajo presupuesto, son sólo imágenes para acompañar un tema de difusión. En otros estilos usan más historias, ciencia ficción y todo eso” (Nadia).

“En cuanto a los videos que me gusta, todos tienen más o menos la misma estructura y siguen la misma línea. Joaquín [Levinton, cantante de Turf] era el guitarrista de Juana [la Loca]. Algunos son más comerciales y otros menos. El único que sobresale es Charly [García] que tiene videos re locos” (Lucas).

En la óptica de un entrevistado que no se define como seguidor de esta tendencia, Gonzalo, los videos alternativos se presentan:

“Combativos y con cierto compromiso social aunque sin propuestas” (Gonzalo).

Además de los videos de estilos mencionados, algunos fans se atreven a describir otras producciones.

“El rap y hip-hop tienen videos muy particulares como chicos bailando. También he visto videos de rap que hacen crítica a la gente, como Eminem” (Leonel).

“El hip-hop siempre muestra escenas de peleas de bandas y habla un poco más del barrio pero como de la sociedad norteamericana” (Agustín A.).

Al describir cómo distinguen los videos, algunos entrevistados hablan de diferenciación instintiva.

“Instintivamente uno hace tal diferenciación así como también la clasificación de los mismos [...] No sé cómo los distingo, me parece que los diferencio cambiando el canal. Y qué sé yo... Los Redondos y Los Ratones son opuestos, Juana la Loca y Daniel Agostini también no sé qué más decir” (Alejandro).

Para esta caracterización instintiva algunos sugieren que lo decisivo está en la música antes que en las imágenes:

“Los videos los diferencio escuchando la música que hacen, de qué hablan las letras. Por ejemplo, diferencio mucho el rock and roll del metal o del punk al rock and roll” (Leonel).

“Es la música la que produce la diferenciación” (Mariel).

Singularmente, la droga surgió como un elemento para describir ciertas tendencias en los videos.

“Dentro del rock, muchos aparecen como políticamente correctos; otros acaparando todo vicio que esté dando vuelta o en historias ficticias. En el caso de los videos de música electrónica, aparecen siempre dando saltos, que se entiende como bailando y gente en viajes tóxicos que, claro, toman agua” (Maximiliano).

“El rock chabón hace siempre es apología de la marihuana y la cocaína” (Lucas).

(2) Elementos representativos

En el momento de describir los elementos representativos los fans se dividen sustancialmente en dos grupos:

1. Los seguidores de rock barrial y punk que reconocen como elementos discriminantes por un lado el bajo presupuesto y por el otro letras propias del “realismo social”.

“Me pongo a pensar y algo tienen en común: el presupuesto que si uno lo compara con el de bandas del exterior es ínfimo” (Sebastián);

“En los videos de Los Piojos que intentan mostrar el contenido de la letra, lo representativo está en la letra justamente” (María);

“Los videos de la música que me gusta son en vivo (la mayoría) o muestran historias, pero tristes y verdaderas, con gente fumando marihuana o con ‘poxy’, etc. O pidiendo... Cuentan una verdad real. Lo representativo está en el signo de la banda, la gente que lo sigue. Y diferencio los del pop porque son muy irreales, los del nü metal y esos estilos porque siempre hay un tipo con pantalones anchos puteando y señalando con el dedo” (Clarisa)

“Me gusta que representen la vida del hombre como es” (Leonel).

2. Los seguidores alternativos que encuentran rasgos caracterizadores en la estética:

“En los videos de El Otro Yo tenés los mamelucos, partes de recitales y cosas que tengan que ver con la letra como en el video de La música que lo matan por ser diferente” (Mariano).

“Mayormente la estética de Babasónicos no es nada reciente. Está más que sobreexplotada pero creo que la textura de cada grupo tiene un sonido y ese sonido es difícil de combinarlo con algunos colores y texturas. Pero quedan como parte de su propia esencia. La actitud es todo y el marketing trabaja duro en el inconsciente. Por otra parte, los logotipos y tipografías pueden ser algo muy copado si es bien utilizado” (Jota).

“Su vestimenta, su indiferencia con el público, su gusto por el sexo, por algún deporte, alguna diversión, sus amigos, su visión de la realidad” (Joaquín).

“Logotipo, vestuario retro, etc.” (Alejandro).

“El glamour decadente y no tan decadente, lo sofisticado, imágenes apocalípticas, etc.” (Maximiliano).

Sin embargo, también se aprecian ciertos cruces: así un fan de Viejas Locas reconoce como elemento representativo cuestiones estéticas como el logo o aspectos propios de la vestimenta, de manera similar a un seguidor de La Renga que habla del logo:

“Tenés el logo de la banda [...] Otros elementos identificatorios: el pañuelo, típico de los rollingas, que yo uso desde chica” (Ana)

“En el caso de los videos de Los Piojos, la cara de la banda –el logo-. En los de La Renga una firma, en los de Ataque un logo” (Tomás);

Aunque una fan de El Otro Yo como Nadia reconoce como elemento identificador cuestiones temáticas, éstas parecen más propias del reconocimiento de los estilos más barriales. Cabe destacar como elemento singular que Tomás, fan de La Renga que considera cuestiones más bien estéticas a la hora de encontrar rasgos característicos, es el entrevistado más joven lo que podría hacer pensar sobre el grado de incidencia de estas cuestiones en los más chicos.

Como rasgo singular de una banda alternativa en particular como es Catupecu Machu, los fans entrevistados reiteraron el concepto de la energía de los músicos.

“Puede ser la energía de los músicos que se ve también en los videos, como en el caso de Catupecu” (Leandro).

“Su energía, la música obviamente, básicamente aparece el grupo y su música en esencia, que es lo que realmente me gusta” (Pablo)

(3) Personajes: espacios, actividades, actitud y sexualidad

Al abordar la cuestión de la caracterización de los personajes, los fans distinguen entre las actuaciones de los miembros de la banda encarnando personajes ellos mismos y la performance de otros individuos protagonizando ficciones ajenas a la actuación musical. Por una parte, entonces los fans discriminan cuando los músicos se transforman en actores de cuando simplemente se limitaban a ejecutar en vivo o en *playback* sus instrumentos. La distinción que surge al analizar los estilos entre lo “natural” de los videos del rock chabón, stone y del punk y el “glamour” de parte del rock y pop alternativo vuelve a aparecer en la descripción de personajes “comunes” y los “stars”.

Por una parte, entonces nos encontramos con la valoración enfática por parte de los fans del rock barrial y del punk de la presentación “ordinaria” tanto de músicos y personajes en general.

“Aparece gente como yo, común; no prefabricada. Gente de toda edad, rasgo y clase social. Se juntan a hablar y ‘escabiar’. No tienen ningún problema respecto de la sexualidad, da lo mismo. Ricky Espinosa de Flema era hombre y salía a tocar en pollera y portaligas, con la cara pintada, pero eso no significaba que fuera gay; para nada, igual no hubiese habido problema si lo era [...]. Muestran una actitud combativa” (Romina).

“Generalmente, son personas comunes y corrientes, como cualquiera. Son jóvenes de clase media, generalmente de sexo masculino... gente de barrio.. en fin. Depende mucho de la letra o temática de la canción. Suele transcurrir en un barrio o también en el recital. Por lo general, hacen cosas simples y comunes como tomar una cerveza o saltar en algún recital, estar con la novia. En cuanto a la sexualidad, por ahí los videos ‘pesados’ de bandas ‘heavys’ son un poco machistas, aunque últimamente se nota una integración femenina en todo ámbito. La actitud suele ser medio pasiva” (Andrés)

Entre los fans de Viejas Locas aparece la presentación de cierto estereotipo promedio:

“[...] En ‘Homero’ de las Viejas, ahí tenés un obrero. Aparece la familia tipo, con el trabajo tipo, con la obligación tipo de siempre. Por ejemplo, Homero no me parece un tributo a la clase baja, sino más bien una descripción de una vida tipo. De repente, mi papá ‘laburó’ 20 años como ese tipo. Y se levantó en sus 20 años a las 7 de la mañana a darme la leche. Muestran lo ‘tipo’, lo que pasa en la normalidad de la gente que no tiene ni mucha ni poca plata” (Ana)

“Si aparece un personaje puede ser una o más personas que representen la vida cotidiana de un hombre o de un grupo de chicos. Si están las personas de la banda cantando, no se diferencian. También está el caso en que hay un personaje que representa a un hombre que es un obrero. Es un trabajador que gana su poco dinero para poder mantener a su esposa e hijo. El personaje tiene unos 35 años y la clase social vendría a ser media. Si están los personajes de la banda, aparecen cantando nada más. Tal vez si aparecen en un barrio se los muestra charlando con amigos, comiendo un asado, etc. Y si el video se trata de una persona que representa a alguien a medida que va pasando el video te muestra el personaje y va haciendo lo que trata la letra del tema. O sea, a la vez que pasa la letra del tema, te lo representan en el video. Muestran

sexualidad masculina y femenina y una actitud común, aquella que puede tener cualquier hombre o chico común, de barrio” (Leonel).

Sin embargo, no todos los fans de rock barrial o punk concuerdan en este énfasis en lo arquetípico familiar ya que algunos advierten personajes marginales.

“Aparecen drogadictos, putas, fans, de todo. Los drogadictos aparecen como pibes jóvenes, de clase baja. Las putas de clase bajas, pibas. Los fans de clase baja a media y de los dos sexos. En cuanto a la sexualidad, aparecen mujeres y hombres mostrando una actitud agresiva” (Clarisa).

“[...] Están las chicas de papá con plata, los cirujas que mendigan, nenes, viejas, prostitutas. Muestran a lo que se tienen que enfrentar diariamente, lo que hacen para poder sobrevivir. O también expresan cómo algunos disfrutan de todo lo que tienen mientras otros tienen que hacer cosas increíbles para poder comer y así pierden toda su inocencia (como los niños, prostitutas). La sexualidad es propia de la de ambos sexos. Los personajes suelen aparecer alterados, sobresaltados y muestran una actitud combativa” (Mariana).

Pero esta descripción de la marginalidad es diferente a la caracterización casi “glamorosa” que hacen los dos fans de Babasónicos entrevistados:

“Los personajes tiran a decadencia en general o al extremo opuesto del superhéroe y ya esta altura está demasiado explotado, pero hay otros personajes que realzan a la banda, ejemplo modelos, ‘stars’, etc.” (Jota).

“‘Gatas’, ellos mismos, drogas, amigos, personajes ficticios, públicos” (Joaquín).

En cuanto a los estratos sociales, la mayoría reconoce que los personajes pertenecen o bien a la clase media o bien a la clase media baja, así como a la clase baja; aunque al describir marginales también hacen referencias a los “crotos” y “mendigos”. Ya vimos que en ciertos fans, como Mariana, puntualizan esa distinción entre “las chicas de papá con plata” y los “cirujas y prostitutas” que “sobreviven”. La asociación más fuerte entre buena parte de los fans es clase media y media baja con el barrio (“son jóvenes de clase media, generalmente de sexo masculino... gente de barrio”, para Andrés) y este es el ámbito más nombrado, junto con los recitales y los boliches, a la hora de consultar por cuáles son los lugares recurrentes en los videos. En general, la idea del barrio remite directamente al concepto de calle.

“Generalmente, los personajes aparecen en la calle, donde se supone que los podés encontrar” (Gonzalo).

En esta expresión surge aparece esa conexión entre lugares “comunes” y personajes “comunes” con los que el fan tiene contacto diario por lo que aprecia que aparezca esa cotidianeidad en los videos que consume. Sin embargo, lo singular es que la referencia al barrio no sólo aparece en los fans del rock chabón y stone y del punk, sino también en los consumidores del resto de los estilos. En particular, dos entrevistados del rock chabón y del punk respectivamente distinguieron los lugares en función de los personajes:

“Estos personajes aparecen en el contexto que les corresponde, si es un croto o mendigo andan por la ciudad; si es una estrella de rock and roll arriba de un escenario; un tipo que juega al fútbol en la cancha” (Sebastián)

“Las chicas aparecen en boliches o lugares top; los cirujas, las prostitutas y demás en la calles sucias y viejas” (Mariana).

Así como sorprende la referencia del barrio en fans de estilos no propiamente “barriales”, también surgió por parte de los fans “stones” o “punks” cierta referencia al campo:

“Aparecen los cantantes que me gustan en barrios o recitales. También en campos” (Vanesa).

“Barrio, campo, ciudad, recital, lugares imaginarios, salas cerradas” (Lucía).

También fans “alternativos” hicieron referencia a estos espacios campestres:

“Depende del video, en ‘Los calientes’ están en Interama y en ‘Y lo que quiero es que pises sin el suelo’ están en un campo” (Leandro).

“En el campo, la ciudad, el boliche, el recital” (Pablo).

Tanto en el grupo de fans “barriales” como en el de los “alternativos”, se reiteró la mención de los recitales y los boliches, con la diferencia que para ciertos fans “barriales” la referencia al boliche conlleva cierta reminiscencia de lo “concheto”.

Aunque muchos fans insisten en la variedad de personajes que aparecen en los videos tanto en términos etarios como de sexo, algunos reconocen la reiteración de personajes adolescentes y cierta predominancia masculina en los roles protagónicos. Por una parte, son los fans alternativos que gustan de El Otro Yo los que reconocen de manera más visible la participación de adolescentes:

“Siempre aparecen ellos o sino adolescentes de nuestra edad, clase social media o a veces baja” (Mariel)

“Aparte de los miembros de la banda generalmente aparecen adolescentes de ambos sexos” (Mariano).

Por su parte, los fans del rock chabón manifestaron cierto protagonismo masculino:

“Muestran una sexualidad netamente masculina. Es que el rock de Argentina es de hombres” (Gonzalo)

“Ciertos videos ‘son un poco machistas aunque últimamente se nota una integración femenina en todo ámbito’ (Andrés).

Aunque también dos fans de una banda más alternativa como Catupecu Machu reconocen:

“En los videos de Catupecu hay más hombres. Aunque el público es mixto” (Leandro).

“Muestran una sexualidad claramente masculina” (Lourdes).

La mayoría de los entrevistados se limitó a reconocer como sexualidad predominante en los videos a la heterosexual. Fueron los fans alternativos los que hicieron cierta alusión a una mayor liberalidad sexual que incluye a la homosexualidad. Así, Maximiliano dice que los personajes “Muestran una sexualidad ambigua”, mientras Lucas y María describen “En cuanto a la sexualidad, hay de todo. Es más liberal. No importa tanto el sexo del que cante ni su sexualidad. Por ejemplo, Leo García: todos sabemos que... pero uno lo admite”. Pero el comentario tal vez más interesante es el de la fan de El Otro Yo, Nadia, que distingue entre la prevalencia de la heterosexualidad de los videos y cierta homosexualidad y bisexualidad entre el público consumidor:

“La sexualidad que representan los personajes es la convencional entre sexos opuestos; sin embargo hay un ambiente de homosexualidad y de bisexualidad entre la gente que consume el producto” (Nadia).

La mayor parte de los entrevistados hacen alusión a cierta “actitud combativa” mostrada por los personajes de los videos, aunque son aquellos consumidores de música punk los que más énfasis pusieron en ello.

“Aparecen mujeres y hombres mostrando una actitud agresiva” (Clarisa).

“Muestran una actitud combativa” (Alan, Romina, Mariana).

Pero también otros fans reconocen este gesto:

“Muestran toda clase de actitud, pero generalmente combativa” (Sebastián)

“Muestran una actitud combativa, rebelde, en algunos casos con un compromiso social” (Gonzalo).

Tanto Mariel como Mariano, fans de El Otro Yo, asocian cierta “rebeldía” con la edad adolescente de los personajes.

“Muestran una actitud como si escaparan de algo” (Mariano).

Por su parte, mientras los fans del punk y el rock barrial asociaban la actitud combativa con cierto “compromiso”, los fans más alternativos lo vinculan con la libertad de elegir así como también con cierta actitud enérgica (especial énfasis en esto pusieron los fans de Catupecu Machu que hablaban de la gran vitalidad que se percibe en los videos).

Gran parte de los fans consultados consideran que pueden encontrar relaciones entre su situación personal y la que los videos muestran respecto de los personajes. En este aspecto, no parece haber diferencias entre los fans de diferentes estilos ya que la mayoría comparte esta clase de identificación. Así, parece unificarse el discurso de los distintos fans.

Seguidores del rock chabón:

“Podría pensar alguna relación. Algunos de los personajes sí los podría relacionar con mi personalidad” (María).

“Como te digo, son personajes comunes y corrientes en los que la mayoría de la gente - dentro del ámbito en el que se escucha esa música- podría identificarse” (Andrés).

Seguidores del punk:

“En el caso de los fans que muestran los videos, veo la misma pasión por el grupo que siento yo” (Clarisa)

“Creo que sí hay relación entre los personajes y mi vida, por eso también me gustan. Lógicamente no se equiparan a mí en todos los aspectos pero sí en muchos” (Lucía)

Seguidores del rock stone:

“La relación que pueden tener los personajes conmigo es que son gente de barrio. Ellos aparecen caracterizados de una forma común, no se visten con ropa cara y yo tampoco. O están mucho tiempo con sus amigos, escuchando música; cosa que yo también hago. O también están tomando algo. Yo pienso que ellos hacen un estilo que representa mi vida y la de muchos otros chicos y chicas” (Leonel)

“Veo una relación en la forma de pensar” (Vanessa).

Seguidores del rock alternativo:

“Sí, me identifico totalmente con los personajes y las situaciones” (Nadia).

“Sí, siento que tienen que ver conmigo porque se escapan del mundo real” (Mariano).

Seguidores del pop alternativo:

“Sí hay relación: el estilo de vida, la manera de vestir y de pensar” (Alejandro).

“Sí, me identifico con muchas canciones que escriben sobre estos personajes” (Facundo).

En razón de lo antes expuesto, advertimos que los fans asumen la existencia de una relación con los personajes puestos en escena tomando en consideración distintos elementos: la mayoría vincula su tipo de personalidad y de situación social con la de las figuras en la pantalla (en especial, esto sucede con los fans de lo barrial que advierten que los personajes con “comunes” como ellos mismos, pero también pasa con los fans “sónicos” que reconocen a los personajes y a sí mismos dentro de esa categoría), las historias (como pasa con la referencia de Enzo a las narraciones sobre relaciones amorosas), la categoría fan (Clarisa asume la similitud entre los personajes mostrados como fans y su rol como seguidora de la banda) y la forma de expresarse (los “gritos” de Catupecu que señala Lourdes: Lourdes (“Y la relación está en que cantamos a los gritos”).

Una minoría declara que, directamente, no puede trazar relación alguna.

“No creo que exista una relación entre los personajes de los videos y la gente común, porque salvo los videos que muestran recitales, los demás cuentan historias muy puntuales que hay que buscarles una vuelta muy rebuscada, porque sino no se encuentra relación alguna” (Sebastián).

Por su parte un fan de La Renga y dos fans de Turf destacaron que esta relación es difícil de pensar en tanto ellos no subordinan su pensamiento a un único concepto que proponen las bandas que siguen.

“No veo relación. La propuesta de la banda es que cada uno tenga su propia personalidad” (Gonzalo).

“No es que uno adquiere una personalidad por el grupo, sino que por tener esa personalidad te gusta el grupo. Uno se siente identificado con un grupo de música y por eso lo escucha” (Lucas y María Emilia).

En este sentido, en estos fans surge la necesidad de mostrar que más allá de sentirse seguidores de determinados músicos, su forma de pensar no está directamente determinada por el pensamiento de la banda, sino que en tal caso sus propios planteos eran previos a su amor por el grupo y fue esta similitud la que los acercó a la banda en cuestión. Se trata de un punto difícil de determinar, nuestra impresión es que se trata de un “circuito de retroalimentación” en donde los dos –banda y fan- se influyen, mas no se determinan.

(4) Los músicos

Por otra parte, la misma insistencia por parte de los fans “barriales” a la hora de apreciar la “ordinariedad” de los personajes se reitera al apreciar la “normalidad” de los músicos que se presentan en cámara sin demasiada “producción” así como también vuelve a surgir la dicotomía con aquellos “producidos”.

“Los Piojos en sus videos aparecen re naturales qué se yo... con garra, tocando. Ciro canta bien. En los videos, ellos se visten normal, con maquillaje, ni se les nota si se ponen. Los que no me gustan son, por ejemplo, los de Britney Spears que muestra el cuerpo en todos los videos, baila. Pero lo principal es mostrarse ella. Re careta... Hueca. Maquillaje a full, peinado más o menos y canta muy feo” (María).

“Se muestran como son ellos o como dice el tema. Los que me gustan generalmente participan en el video como actores y se visten, se peinan, se maquillan y muestran una actitud como es la real de ellos. Cantan normalmente como se muestran ellos. Y los que realmente no me gustan generalmente los veo muy falsos en todo sentido, muy sobreactuados” (Agustín A.).

“Los músicos de los videos de mis bandas favoritas aparecen de una forma, no sé, común: cantando o charlando con amigos o tomando algo. Se visten de una forma

común, como se viste mucha gente que sigue ese estilo de música. Sus peinados son comunes, algunas veces con flequillo. No se maquillan. Y cantan de una forma muy buena y entendible. La actitud que presentan se nota que es la de ellos. Tienen la misma actitud dentro y fuera del video. Una actitud buena, tranquila. Y los músicos de los videos de las bandas que no me gustan, aparecen también la mayoría de las veces cantando. Se visten de una forma que representa su estilo: si es metal con remeras negras, pantalones negros, zapatillas negras. Si es punk, muchas cadenas, peinados con crestas, aros en la nariz. Si es rap o hip-hop con pantalones anchos y gorros. La actitud que representan en general los cantantes de punk y metal es una actitud de furia” (Leonel).

Entre los alternativos, surge cierta discusión respecto de la imagen. En efecto, ciertos fans niegan que su banda favorita le de importancia a la imagen, mientras otros así lo afirman.

“En los videos de las bandas que me gustan no le dan tanta importancia a la imagen. La actitud es la de una persona normal, no trata de mostrarse superior a nadie. Totalmente lo contrario a las bandas que no me gustan que se venden maquillados con sus típicos cortes de pelo, bailan más de lo que saben cantar” (Nadia).

A diferencia de Nadia, tanto Mariel como Mariano advierten ciertos elementos estéticos por parte de la banda (cabellos teñidos, mamelucos especiales) que hablan de cierta producción por parte de la banda:

“Aparecen yo creo que cada uno con la onda que le gusta y demostrándola de la misma manera en sus videos. Puede ser: glamorosos o bien arreglados, con el pelo teñido, algunos no muy bien arreglados y simplemente como son, por ejemplo, lo que era Kurt Cobain, los mismos cantantes de El Otro Yo que a veces están así, comúnmente” (Mariel).

“Generalmente están en recitales usando sus respectivos mamelucos y cantando felices” (Mariano).

Entre los seguidores de bandas como Turf o Babasónicos, los seguidores aparecen más seguros respecto de la búsqueda estética del grupo.

“Generalmente, aparecen cantando el tema del que se trata. Representa cada uno la actitud de la música que hacen, yo creo. Otros demuestran la actitud de estar haciendo lo que su dueño les dice y que yo cada uno se viste como le pinte. En el caso de bandas que me gustan se visten extravagantes y glamorosos a full” (Joaquín).

“Bueno, se presentan con actitud de macho y, a la vez, ambiguos. Con vestuarios extravagantes y comportamientos confusos” (Jota).

“Aparecen diferenciados según los instrumentos, vestidos con un estilo retro” (Alejandro)

A la hora de explicar qué representan los músicos que siguen y la música que esos intérpretes generan, el término más recurrente es “ídolo”.

“Los Piojos son una masa, son un sentimiento, son no sé cómo decirlo... son unos capos... Son mis ídolos, son lo más... sin palabras... ¡El rock nacional es una masa! ¡Es una parte de mí!” (María).

“Son ídolos, gente que me gustaría llegar a ser, ya que viven de lo que les gusta” (Clarisa).

“Los músicos que me gustan la música que hacen, todo representan, aunque estén mal desarreglados, hermosos, glamorosos o sea, ídolos” (Mariel).

En especial, esta denominación surge en los fans más jóvenes que tienen una devoción más marcado que la que muestran los mayores (en efecto, los tres testimonios aquí extractados pertenecen a tres de las entrevistadas más jóvenes) y en particular la forma de expresar esta idolatría se pone de manifiesto con más énfasis en las entrevistadas del sexo femenino. Por el contrario, entre los que buscan interponer cierta distancia respecto a las figuras de los músicos encontramos a Sebastián:

“Los músicos muy pocas veces representan la ideología de uno. Son personas independientes, son líderes de opinión, eso no se puede negar: lo que dicen, uno lo piensa; lo que escriben en las canciones o contestan en las entrevistas hace que uno piense; pero eso de que lo que dice el líder de la banda para mí es ley, sinceramente me parece una actitud muy infantil” (Sebastián);

En muchos casos, la valoración se vincula a la actitud de vida, el compromiso, la rebeldía, la ideología o también un “sentimiento”.

“A veces los músicos que me gustan representan una actitud ante la vida y otras sólo un vehículo para la música. La música que me gusta representa una manera de expresión de los artistas con la cual me identifico o por alguna razón me gusta” (Agustín C.).

“Representan una ideología” (Enzo).

“La música que me gusta para mí representa muchas cosas, principalmente me gustan porque me siento identificada con lo que dicen y porque no dan un mensaje superficial, sino que son mensajes profundos y con mucho sentimiento. La música que no me gusta realmente no me representa nada. Y los músicos que me gustan representan para mí un sentimiento” (Lucía).

“Los músicos de las bandas que me gustan representan mucho para mí ya que hablan de muchas verdades de lo que pasa” (Leonel).

“Los músicos son símbolos del compromiso. Ellos tienen un micrófono, una cámara, un video y creo que se esfuerzan por este compromiso. Para que la gente de repente entienda que, capaz, ellos están en una tarima pero que están comprometidos con esa gente. Hay grupos que siento que me representan como Los Redondos o Las Viejas” (Ana).

“Los músicos representan muchas cosas: mi onda, mis gustos musicales y mi estilo de vida. La música que me gusta representa mi forma de ser y mis ideas” (Facundo).

Para otros, los músicos representan un modelo, aunque eso no implique seguir sus posturas:

“Para mí los músicos representan un ideal” (Vanesa).

“Los músicos son un ejemplo. Pero, ojo, no significa que todo lo que hacen ellos lo acepto sin pensar. Pero me demuestran día a día la clase de persona que son y la

sinceridad y humildad que tienen. Estoy pensando en La Renga, claro. Su música es muy importante porque me siento identificado con ella. Es decir, son cosas que pasan y hablan de desde un punto de vista parecido al mío". (Andrés).

Mientras que para Tomás el valor a admirar es que hacen lo que quieren:

"Los admiro porque son profesionales y me gustan. Llegaron a eso y bueno... me parece bien. Estaría bueno ser como ellos. ¿A quién no le gustaría?" (Tomás).

De manera muy singular, dos fans (uno de Turf, el otro de Ataque 77) declararon que la valoración que ellos hacían no se vinculaba a la apreciación personal de los músicos sino de la música en sí:

"Los que no me gustan no los valoro en ningún sentido. Los que me molestan, me dan pena. Los que me gustan, ellos mismos por sí mismos como personas no representan nada en especial. Me parecen personas con una mente buenísima, al menos para hacer música. Representan las únicas personas que merecen tener un ratito para salir en la tele. También representan la injusticia del mundo en el concepto música. La música que me gusta representa un estado en la mente. La que rechazo me provoca, impotencia, asco" (Joaquín).

"La música que me gusta representa una forma de expresión pero los músicos no representan nada para mí" (Alan).

(5) Las audiencias de los videos en vivo

Si los personajes resultan un elemento valioso para describir a los videos *en estudio*, las audiencias constituyen marcas propias de los videos *en vivo*. Entre los fans consultados, surgió una clara distinción entre la apreciación del público por parte de fans del rock chabón, stone y punk y cierto cuestionamiento respecto de la audiencia por parte de ciertos fans alternativos. En general los fans que aprecian las audiencias presentes en los videos en vivo son aquellos que también valoran esta clase de video justamente por ser transmisores de la "esencia" de la banda. Para estos fans, el alma del grupo surge sobre el escenario y en comunicación directa con el público que, a su vez, responde de manera fervorosa a la actitud de la banda.

"En los videos que son recitales en vivo se ve mejor la pila de la banda y de la gente que los fue a ver. Por ejemplo, en el video de 'Tan solo' se ve a los pibes haciendo pogo, con bengalas, cantando a full" (María).

"Hay mucha gente a la que le gustan los videos en vivo. Es más, yo pienso que son más vistos los videos de una banda en vivo, que uno de estudio. Porque con un video en vivo, también te das cuenta si la banda tiene talento o no" (Leonel).

Pese a que varios fans alternativos también manifestaron su apreciación positiva sobre los videos en vivo y sobre las audiencias que estos muestran:

“Personalmente, creo es buenísimo que se saquen videos en vivo: se muestra la esencia de la banda y del público” (Nadia).

“A mí por ejemplo, me encantan los videos en vivo y más aún si estuve ahí. Es como una re emoción, pareciera que estás en ese mismo momento ahí. Te sacan” (Mariel).

Otros expresan cierto desprecio o sus diferencias con la audiencia:

“Pienso ¿cómo hacen para divertirse en el medio de tanta gente sudando, pisándose y todos amontonados?” (Maximiliano).

“Pienso que son boludos y se creen que les ponen el tema en vivo sin arreglos y generalmente el tema ya salió antes como corte y en un momento se están cagando de hambre y no les da para hacer un tema copado nuevo. Entonces, recurren a robar con el mismo de antes, pero ahora en vivo como por ejemplo pasó con Soda Stereo y pasa con La Renga”. (Joaquín)

Pablo, fan de Catupecu Machu, aprecia los videos en vivo que muestran a la audiencia aunque también admite ciertas limitaciones:

“Está bueno en general ver a la gente en los recitales. Tampoco se ve mucho más que una masa de gente saltando” (Pablo).

En este sentido, se advierte una actitud algo más crítica en los fans alternativos, en especial en aquellos que superan los 20 años, a diferencia de una mayor complacencia por parte de los fans “barriales” con el recurso del video en vivo y la mostración eufórica de las audiencias.

Como detalle singular, en los testimonios de un fan de La Renga y de otro de Los Piojos vuelve a aparecer la importancia de que el público presente en el video sea “común”:

“Generalmente son gente como yo, ya que yo voy a los recitales de esas bandas. De las otras bandas, mucho no me interesa, pero los noto muy superficiales y que la música no la sienten” (Andrés).

“Son la gente común y corriente, los que te cruzás en la calle, pero totalmente poseídos...” (Sebastián).

Una fan punk, marca distinciones dentro de las audiencias distinguiendo entre los “conchetos” y los que no lo son lo que marca la aparición de la cuestión de la honestidad de la pertenencia al grupo de fans:

“La mayoría son la gente que de verdad le gusta la banda y no se ven ‘caretas’ -o casi nunca, aunque puede haber algunos-. No me gusta eso que hacen las ‘chetitas’ cuando comienzan ‘¡Ciro te amo’ o ‘Mariano te amo’. Las ‘chetitas’ son las pelotudas que se cagan todas porque les tocaron el orto y empiezan a hysteriquear. Son diferentes a una: se van con un jean apretado y la remerita de Attaque. También están los pibes caretas. Los que van con algo de Rip Curl” (Clarisa).

La cuestión estética también surgió en el testimonio de Ana quien expuso su propia hipótesis de cómo las audiencias de sus bandas favoritas, Viejas Locas e Intoxicados, sacan ideas para mostrarse:

“El público de Viejas es más stone. Antes era más marcado ahora no tanto. De todos modos, el público sí tiene una estética propia: forma de vestirse, peinarse. Más que nada del consumo de revistas me parece que lo sacan, de ver fotos, también de los videos por qué no”. (Ana).

En ambos casos, advertimos que se trata de dos fans femeninas donde lo estético se presenta como marca de pertenencia no en tanto mostración de la ostentación sino, por el contrario, de la humildad y lo “no concheto”, tema que volverá a surgir cuando indagemos respecto de cuáles son los gustos de ropa de los fans entrevistados.

Como fan de Babasónicos que le comienza a pesar la edad, Jota discrimina entre el público en vivo y el público que consume videos, sosteniendo que éstos son de menor edad que los primeros.

“Los recitales en vivo son la verdad. Pero a veces no quieren que se note lo que realmente pasa en los recitales como en el caso de Babasónicos cuya teleaudiencia es cada vez más chica en edad. La gente como público es distinta y también lo son sus rituales” (Jota).

Otros fans alternativos, pero de bandas como Turf o Catupecu Machu distinguen como características importantes de las audiencias presentes en los videos en vivo (y por ende también de los shows en sí) la composición ecléctica. En este sentido, aunque Lucas y María Emilia adviertan la existencia de un alto porcentaje “alternativo” también admiten públicos consumidores de otros estilos; mientras Leandro reconoce la variedad de fans de Catupecu Machu:

“Es interesante todo el tema de los grupos de seguidores. Ya desde el '97, hay un par de fans club. La ‘Banda de Panorama de Casanova’ que se juntan en un fan’s club. Son los que llevan las banderas y organizan viajes para ir a ver a la banda al interior. Después, la mayor parte del público es alternativo, pero hay de todo. Gente grande, chica, con estilo más de los Redondos, de los Stones. Hay un poco de todo, pero un 60 ó 70% es alternativo” (Lucas y María Emilia).

“El público de Catupecu es raro porque qué se yo: ves de todo. Hay stones, punks, gente común. Hay de todo” (Leandro).

(iv) Los fans hablan acerca de sí mismos

Para continuar indagando acerca del tema que nos compete, la influencia que tiene el consumo de los videos en la configuración de la identidad, entendimos que no sólo era necesario que los fans nos hablaran de los videos que ven sino que también establecieran juicios de valor sobre sí mismos: sus espacios favoritos, apreciaciones sobre lugares tipos que aparecen en los clips (como “el barrio”, “la ciudad”, “espacios verdes”, “boliches”, etc.), sus actividades, descripción de estilos de indumentaria propios y ajenos, etc. Es decir, nos interesó indagar

respecto de la vida de los fans para identificar en sus discursos marcas identificadas en los videos. Después de todo, recordemos la hipótesis sobre la cual se funda la semiosis de lo social que entiende que todo signo es social, así como en todo lo social se articula en razón de signos.

(1) Los espacios y las actividades

(i) Lugares favoritos

A la hora de describir sus lugares favoritos, la mayoría de los fans consultados privilegiaron de manera determinante puntos de reunión con amigos que pueden ser públicos (como un recital, un bar, un boliche, un plaza o una cancha de fútbol) o íntimos como sus propias casas o las de sus amigos (para ser más precisos, algunos hablaban directamente de sus piezas). En este sentido, vemos que surge indudablemente la idea de la interrelación con los pares que aparece de manera definitiva cuando consultamos acerca de si prefieren estar a solas o en grupo. En este sentido, aunque la mayoría manifestó su preferencia por estar con otros, muchos hacen la salvedad entre sus momentos “a solas” para pensar, por ejemplo, y los momentos “en compañía” para disfrutar del pertenecer a un determinado grupo de amigos. En este sentido, las actividades que surgían a la hora de consultar acerca de qué hacen cuando están solos y cuando están acompañados, remitían también a los espacios favoritos: de hecho, la mayoría hablaba de reunirse con amigos para tomar, charlas o hasta fumar en esos lugares públicos o privados a los que hacían referencia en el momento de responder acerca de sus lugares favoritos.

En cuanto a las diferencias entre los fans según el estilo preferido notamos que, aunque ambos comparten referencias a los recitales y a lugares más íntimos como sus propias casas, entre los seguidores alternativos aparecen lugares como “cafés”, “boliches”, “fiestas caseras”, “museos”, “galerías” que no surgen en los testimonios de los fans “barriales”. De esta manera encontramos a Alejandro que asegura que sus espacios preferidos son “Bares, cafés, museos”; a Leandro que habla de “Boliches, como el Roxy (...)”, a Mariel que manifiesta su gusto por “el Salón Pueyrredon en donde pasan muy buena música”, a Jota que prefiere “las fiestas caseras donde todos somos el discjockey”. Pero, en cuanto a este aspecto también advertimos ciertas diferencias en lo que hace a las edades de los fans. En principio, encontramos a Guadalupe, fan de Los Piojos de 24 años, que se anima a proponer lugares diferentes a otros fans consumidores del mismo estilo pero más pequeños en edad: habla de “parques, playa (...) cafés” marcando, así, cierta diferencia. Por otra parte Sebastián, fan de Los Piojos, explica cómo los lugares favoritos fueron cambiando a medida que fue creciendo y comenzó a tener actividades diferentes al resto de sus amigos del barrio:

“En realidad, ahora soy un fanático de Los Piojos mucho más tranquilo que antes. Ahora soy un ser humano común, de barrio. Los lugares ya no son los mismos. Mientras antes iba a la estación de servicio a tomar una cerveza con los pibes y a un boliche que el 90% de las veces terminaba a las piñas y ese tipo de cosas ahora soy un tipo más de quedarme en casa o salir a algún boliche con los pibes de la facultad. Eso no significa un boliche de Barrio Norte, mucho más tranquilo pero también más cheto. Cuando podía iba al gimnasio y como se junta un grupo de gente muy bueno, siempre pasaba todo el día allá, ahora, me metí en unas actividades extracurriculares y me paso la mayor parte del día ahí” (Sebastián).

Esta “metamorfosis” que implica un alejamiento de los lugares más propios del “barrio” vuelve a aparecer en el testimonio de varios entrevistados cuando consultamos acerca de cuál es su opinión respecto, justamente, del barrio.

Aunque muchos seguidores hablaron de las plazas como puntos de reunión, sólo dos mencionaron al “kiosco” como espacio de amigos. En el caso de Leandro vinculó la “plaza” al “kiosco”. En el caso de Ana, habló de cierto “descubrimiento” reciente del kiosco como lugar de encuentro que ofrece la posibilidad de “ver a gente” así como también la ventaja de la economicidad del lugar, que se presenta como mucho más barato que un boliche o un bar. Para Tomás, es el shopping el que cumple una función parecía pero dado su menor edad le resulta más seguro que el kiosco dispuesto en la calle.

Por su parte, dos fans alternativos mencionan a los espacios al aire libre como sus lugares predilectos:

“...Lugares vacacionales como Florianópolis, Bariloche, Miramar, etc.” (Facundo).

“...La costanera, lugares al aire libre mayormente” (Pablo).

(II) El barrio y la ciudad

Más allá de valoraciones positivas, neutras o negativas, casi todos los fans entienden que el “barrio” es un ámbito marcado fuertemente por el sentido de pertenencia y, en buena medida es éste elemento el que lo distingue de la ciudad en la que, para muchos de los fans, se pierde este concepto. La definición más acabada es la de Guadalupe cuando, justamente, habla sobre la relación entre uno y otro ámbito:

“La ciudad es como un loquero que cada uno tiene que cumplir un determinado rol. En la ciudad, es todo más rígido, más impersonal y más individualista. En el barrio tenés un lugar de pertenencia y de vinculación con los otros”. (Guadalupe)

Lo singular es que destaca que justamente sus bandas predilectas atesoran esta idea. Guadalupe afirma “Las bandas que yo escucho lo reflotan. Ya en la forma de juntarse, de identificarse con un estilo de vestimenta, las formas de relacionarse, en especial, en los recitales. Siento que generan una idea de pertenencia parecida a lo que pasa en los barrios”. Esta “pertenencia” para Andrés:

“La idea de un lugar que es como ‘tuyo’, que lo conocés bien, sabés donde está cada cosa, sabés como moverte dentro de él, etc.” (Andrés)

Por su parte un fan de Los Piojos, Sebastián, argumenta a favor de cierto conocimiento interpersonal que se da en la vida de barrio:

“Para mí el barrio es el lugar donde uno sale a caminar tres cuadras y obligatoriamente se tiene que saludar a seis o siete personas: que los amigos del colegio, que el plomero que te arregló esto, el de la inmobiliaria, los pibes...”. (Sebastián)

Otro elemento importante para definir este sentido de barrio es el que aportan Agustín C. y Agustín A. al hablar del lugar donde uno se formó:

“El barrio es el lugar donde uno vive y generalmente se crió y tiene amigos allí donde comparte distintas actividades: vivo, me junto con amigos, voy a bailar, etc.” (Agustín C.).

“Los amigos, la gente, la tranquilidad, la escuela primaria, recuerdos de cuando era más chico. Es mi vida. Suelo juntarme con mis amigos, jugar al fútbol y alguna actividad extracurricular” (Agustín A.).

En general, se trata de una valoración positiva que formulan los fans de estilos como el rock chabón, rock stone o el punk donde habíamos identificado este ámbito como espacio recurrente. En muchos casos, se trata casi de una apreciación nostálgica de algo que ha dejado de existir. Así Guadalupe afirma:

“Me gusta la idea de barrio: creo que genera una idea fuerte de pertenencia y eso es algo bueno. Hoy creo que el barrio es bastante distinto a lo que era antes. Pero me gustaría que siga existiendo el barrio. Cuando era chica tenía amigas que vivían en un barrio lo que implicaba jugar en la calle, encontrarte con vecinos todo el tiempo, etc. Ahora eso no se puede. Dejar un chico en la calle es un peligro” (Guadalupe).

Pero esta “nostalgia” también apareció en el testimonio de Alejandro:

“Comunidad imaginada que está dejando, lamentablemente, de existir” (Alejandro).

Singularmente, un fan de La Renga, se niega a desarrollar un concepto para este ámbito.

“No tengo una idea de barrio. No soporto a la gente de mi barrio. Ahí vivo, pero no me siento identificado” (Gonzalo).

Cabe destacar que se trata de un seguidor que rechaza de plano la categorización “rock barrial” a la que considera prejuiciosa y desvalorativa, lo cual estimamos que parece tener cierta

incidencia en su declaración al respecto como si intentara distanciarse de la idea de “barrio” porque le molesta que sea asociada con ese espacio su música preferida.

Por oposición a la tranquilidad del barrio, entonces, surge la idea de la ciudad como ese “loquero” al que hacía referencia Guadalupe.

“Ciudad significa mucha gente, muchos negocios, suciedad, un lugar que no te deja pensar ni estar tranquilo, en el que todos van ocupados en sus asuntos tratando de llegar rápido a ninguna parte. No veo mucha relación entre ciudad y barrio. Es como si en la ciudad las calles no fueran tuyas” (Andrés).

En su mayoría, los fans entienden que la relación entre estos dos ámbitos pasa por ver en la ciudad un conjunto de barrios tal como lo explica Sebastián, María, Agustín C., etc.

En realidad, también los fans alternativos hacen apreciaciones similares sobre el sentimiento de pertenencia propio del barrio y cierta alineación que caracteriza a la ciudad. La diferencia es que algunos asumen que se tratan de caracteres que hablan en contra del barrio y a favor de la ciudad, a diferencia de lo que sucede con los seguidores de los otros estilos.

“El barrio es personas en una esquina tomando cerveza y pidiendo ‘\$1 peso pa’ la birra [...] Yo, en el barrio, no hago nada” (Facundo).

A diferencia de lo que sostenía Sebastián sobre el barrio como fuente de interrelaciones personales, para ciertos fans alternativos no presenta esta característica:

“Es un conjunto de gente que en su mayoría no se conoce” (Facundo).

“No tengo ninguna afinidad con el barrio. Para mí, es lo mismo que cualquier lugar. Mataderos, donde vivo, significa muy poco [...]. Me gusta la ciudad. Soy bastante urbano” (Leandro).

Entre los seguidores de El Otro Yo, no hay testimonios críticos respecto del barrio, sino más bien indiferentes.

“No salgo mucho en el mío. No conozco a nadie” (Nadia).

“No salgo de mi casa. Vivo en mi pieza componiendo canciones” (Mariano).

(iii) Espacios de recreación al aire libre

Aunque algunos seguidores alternativos eligieron a los espacios verdes como lugares predilectos, la mayor parte de los fans, más allá de los estilos y de las edades, los conciben como lugares atractivos y de mucha tranquilidad:

“Un lugar diferente cómodo, tranquilo para disfrutarlo” (Agustín A.).

“Para mí es como una armonía perfecta” (Lucía).

“Liberad y alegría” (Alejandro).

La diferencia reside en que algunos se refieren más directamente a las plazas del barrio mientras otros remiten además también a playas, montañas y otros lugares alejados de los lugares de residencia.

Algunos de los testimonios que asocian espacios de recreación al aire libre con plazas son los siguientes:

“Yo de eso la verdad que no me puedo quejar: tengo al Parque Chacabuco enfrente. Pero sé que hay barrios que lo más grande que tenés es una placita, si es que está. Boedo, Pompeya, Mataderos son zonas que de espacios verdes nunca les vi nada” (Sebastián).

“Me gustan las plazas” (Ana).

Estos lugares suelen ser los favoritos de los varones de gustos como el rock chabón o stone para jugar al fútbol:

“Sí, voy a la plaza a jugar al fútbol” (Agustín C.).

“Un lugar donde pasar una linda tarde, al aire libre, jugar al fútbol” (Andrés)

Por su parte, los que se refieren a las playas y montañas las asocian con vacaciones:

“Voy a la playa en verano” (Agustín A.).

“A las playas suelo ir de vacaciones” (Facundo).

Algunos de los entrevistados más jóvenes, en cambio, afirman no participar de actividades en estos espacios:

“Voy al campo porque ahí vive mi papá pero mucho no me gusta porque la tranquilidad no me gusta” (Clarisa).

“Son lugares de distensión pero yo no voy nunca” (Nadia)

A diferencia del placer que manifiestan otros consultados de más edad:

“Soy de ir bastante a espacios verdes, tranquilos” (Lucía)

Algunos fans entienden que fueron alejándose de los espacios al aire libre con el correr del tiempo:

“Iba bastante al parque, ahora ya no tanto” (Sebastián).

“Ahora no voy tanto, pero antes vivía en ellas. Íbamos desde que nos levantábamos a tomar mate, estar, charlar, que venga alguien... Los fines de semanas con mis amigas íbamos” (Ana).

(iv) Salidas: boliches y recitales

En cuanto a las salidas favoritas, la gran rivalidad surge entre los “boliches” y los recitales. La gran mayoría de los fans consultados consideran que estos últimos son lugares mucho más estimulantes que los primeros, aunque alguno de los entrevistados (en especial los de menor edad) admitían cierto interés por los locales bailables. Sin embargo, el desprecio que surge entre los fans encuentra diferentes raíces: mientras para los seguidores del rock chabón y stone y en especial del punk los boliches son vistos como “chetos”, para los seguidores del rock alternativo son lugares para gente con poco estilo que no es capaz de diferenciarse del resto, por decirlo de alguna manera.

Entre los primeros, podemos destacar:

“Lugar para salir a caretear, tomar y bailar. Iba, últimamente no voy. Me aburrí, Cuando iba, daba vueltas por ahí. Bailaba algo, veía gente. Tomaba algo. Al boliche va siempre la misma gente... caretas” (María).

“Un juego para ricos. No voy a los boliches” (Alan);

“Boliche es para ir a caretear un rato, por lo menos así lo veo en el ejemplo de mis amigos que se van re vestidos y con un llavero colgando para aparentar que tienen auto para enganchar minas y son unos ratas terribles que de pibes no tuvieron un triciclo. No voy ni a palos” (Romina);

“No me gustan para nada los boliches. Pienso que son lugares donde mucha gente va solamente para sobresalir de resto y para hacerse notar. También es un lugar de levante, para ‘agarrarte una mina’ –o viceversa– y sacarte las ganas en una noche. Aparte es un lugar donde la gente acude en grupos y casi siempre se terminan peleando con otros para demostrar quien es más ‘no sé qué’. No, no voy a boliches. Sí, a pubs que son lugares por ahí más ‘tranqui’. O a boliches donde pasan rock” (Andrés).

Por su parte, también los fans alternativos tienen sus observaciones para con las discotecas:

“No me gustan los boliches. A mí me gustan los recitales, es más violento y más divertido. No voy a boliches porque me aburren” (Mariano);

“Boliche, cocoliche. El boliche es el lugar de encuentro de los que buscan. Y buscan y nunca encontrarán nada bueno. Voy poco, no soy autista. Adentro del lugar uno festeja con quien fue o con quien se encontró. Flasheás con lo que tomás. Pero siempre es fundamental tener un buen grupo, porque sino se complica” (Jota);

“Luces, oscuridad, boludos divirtiéndose con eso. Si voy, tomo, escucho música. Puteo por dentro de mí, voy con mis amigos, van todos los boludos que nunca les enseñaron otra diversión u otra forma de conocer gente” (Joaquín);

“Lugar sin diálogo. No voy. Van los que les cuesta comunicarse. Creo que son períodos por los que uno paso” (Alejandro);

Sin embargo, entre algunos fans alternativos sí encontramos cierta aceptación en cuanto a estos lugares:

“Boliche, bueno.. la idea es un lugar para bailar, divertirse con amigos y también divertirse con gente nueva, escuchar música que te guste. Sí, voy al boliche, con amiga/os. Bailamos, tomamos un poco –muy poco. Y hacemos sociales con gente que no conocemos” (Mariel);

“Me gustan los boliches. Están buenos para divertirse. Suelo ir a alguno en el centro o al Roxy” (Leandro);

Cabe destacar que en este último grupo de fan, ninguno supera los 19 años lo que parece hablar son sólo sobre la importancia del estilo de música que escuchan sino también del grupo etario al que pertenecen. También algunos fans jóvenes del rock stone, chabón y punk hablaron con agrado del boliche:

“Es fue y será el lugar para ir a divertirse con los amigos y tratar de levantarse alguna chica. Voy, pero no muy seguido por el tema plata. Pero voy, ahí tomo algún trago, bailo con amigos y amigas y si da para chamullar, ‘avanti’. A los que estoy yendo ahora, no ví ninguna persona que no sea o de zona norte o San Isidro” (Sebastián);

“Es un lugar donde uno va con amigos, se divierte y descarga la tensión de la semana. Voy a boliches. Bailo, tomo, socializo con el sexo opuesto. Voy con amigos y amigas” (Agustín C.);

“Es un lugar donde la pasás bien y te desenchufás de todo lo malo. Voy al boliche, y ahí.. doy vueltas con mis amigas” (Vanesa);

En general, todos los fans califican muy positivamente a los recitales. A la hora de compararlos con los boliches, casi todos sostuvieron que mientras en los boliches hay mayor disparidad entre la gente que concurre al lugar, en los recitales todos tienen en común el compartir la pasión por la banda que presenta su show. En general, esto es considerado como un factor positivo para buena parte de los fans. Sin embargo, curiosamente Ana describió con cierta reticencia esta diferenciación pese a que a la hora de hablar de los recitales también se exployó positivamente. Así, en primera instancia, afirmó:

“Para mí los recitales son muy egoístas, muy individualistas en todo. Si vas con un grupo está todo bien con ese grupo pero no con el resto. Es como que todos están a la defensiva. En cambio en un boliche, te vas a divertir, a distender. No estás peleando por ninguna camiseta. De repente, vas a ver Intoxicados y no sé si está todo muy bien si voy a verlos con una remera de Los Redondos, aunque todo sea rock. En cambio en un boliche, ves todo diferenciado, cada uno con su remerita y está todo bien, como que se junta todo” (Ana).

Al describir los recitales, sostuvo:

“Me encantan los recitales, aún cuando me bardeen. Es así. Yo trato de ir con la cabeza bien agachada cuando voy a un recital. Me da mucho miedo [...] Pero trato de adaptarme porque me gusta. Yo soy de Chubut y acá es muy distinto. Es muy violento a veces. Muchas veces te discriminan. Con mi amiga, muchas veces nos bardean, nos joden. Las barritas nos insultan antes de entrar generalmente. Otras veces las cosa están todas bien. Adentro es diferente. Participo de los cantos, bengala, todo. Pogo no, porque soy muy cagona. Salvo que sea ‘tranqui’. A mí me gusta ver al cantante. Eso lo consideran muy careta, hoy por hoy” (Ana).

Para la mayoría de los seguidores, el recital es sinónimo de “fiesta”.

“Los recitales son una fiesta. Voy siempre que puedo. Porque me copa, la paso bien, me encanta. Y sí, comparto todos los rituales: remera, bandera, mosh, baile, gritos, cánticos, pogo, todo a full” (Romina).

“El recital es una fiesta de la gente, es la ‘kermes de los pibes’ a los que nos gusta una banda” (María).

Para Guadalupe “despiertan pilas”; para Lucía representan “adrenalina y sentimiento”; para Pablo “son como un rito”.

Singularmente, dos fans alternativos eligieron hablar de “arte” y “artista” a la hora de describir estos encuentros musicales lo que parece marcar cierta diferenciación con los otros estilos donde estos criterios no parecen aflorar.

“Es expresión de arte en vivo y en directo” (Alejandro).

Más allá de los estilos, la mayor parte de los fans reconocieron que comparten en buena medida con el resto del público la forma de manifestar su aprecio por la música y el show en vivo, en particular los cánticos a favor de los artistas y el uso de remeras sobre el grupo del show o bandas afines. Hábitos como el pogo y el mosh son compartidos por los más jóvenes del sexo masculino, mientras que la portación de banderas y bengalas depende más de la banda en cuestión ya que, por ejemplo, la cantidad de estandartes presentes en un recital de Los Piojos o La Renga es singularmente mayor a las presentes en un show de Babasónicos. La excepción a la regla de que a la mayor parte de los fans les gusta en mayor o menor medida compartir con el resto del público su pasión por la banda es Jota, fan de Babasónicos, que manifiesta:

“No comparto ningún ritual ni nada. Disfruto solo.” (Jota)

Una dato interesante aportaron los fans con cierta edad y experiencia en recitales advirtiéndole que con el paso de los años habían ido disminuyendo su efusividad en los recitales:

“A los 15 trataba de estar lo más adelante que podía. Ahora en cambio veo cada vez con más cariño la popular o la platea. Pero entonces esa posibilidad de descargar adrenalina se anula, porque el saltar y el poguear ya no se puede hacer, pero qué se yo, por ahí es una etapa que ya pasé” (Sebastián).

“Antes hacía casi todo: cánticos, remera, saltos, etc. Ahora sólo me dedico a sacar fotos y mirar el show” (Maximiliano).

Para Jota, fan de Babasónicos, las modificaciones no sólo se vinculan con su propia madurez sino con la creciente inmadurez del público de su banda favorita que ha comenzado a acrecentar su popularidad entre los adolescentes más jóvenes:

“Antes me daba más, ahora son cada vez más pequeños los fans y más insoportables. Terminás encerrado en un lugar con personitas molestas y sin onda que sólo ocupan espacio. Desgraciadamente, la bandas para mantenerse jóvenes prefieren a los más pequeños. Como me dijo un careta famoso, ellos compran más merchandising” (Jota).

Para Maximiliano la unión entre el público no implica necesariamente “transpirar la camiseta” como sí lo es para buena parte de los fans del rock chabón, stone y punk. En efecto, explicó que a lo largo de su experiencia recital había llegado a conocer “gente la cual me permite estar mirando un recital sin que nadie me pise, me moje con su sudor, ni me pegue codazos”. Lo que define que la apreciación más “tranquila” del show por parte de los fans parece vincularse no sólo con la edad (a los más jóvenes les interesa más los “rituales” de los shows) sino también con los estilos (las bandas del rock chabón, stone y punk parecen promover una mayor interacción con el público que terminar por retroalimentar la fogosidad de los fans).

La mayoría de los entrevistados afirma que prefiere concurrir a los recitales acompañado por un grupo de amigos que solo, aunque algunos, en particular ciertas fans mujeres, admiten que van solas y que disfrutan de igual forma. En cualquier caso, la concurrencia a recitales, junto con el “juntarse para tomar algo y escuchar música” constituyen dos de las actividades más mencionadas por los fans al ser consultados sobre qué hacen cuando están en grupo. En particular los varones, aprecian de manera singular el estar con sus amigos, a diferencia de ciertas fans mujeres que sostienen su preferencia de estar solas. Más allá de las preferencias, los fans de ambos sexos afirman que los momentos de soledad los dedican a “pensar” y, algunos, a ejecutar algún instrumento, escribir o hasta dibujar.

En cuanto a las preferencias por los lugares, la mayoría de los seguidores hablan con amplio conocimiento sobre las diferencias entre los distintos espacios para escuchar música en vivo. En general, los más alternativos prefieren espacios reducidos y más íntimos mientras los del rock chabón y stone, aunque gustan también de los lugares chicos y cerrados, también aprecian los estadios abiertos, en particular durante los meses de verano. Entre los alternativos:

“Cuanto más chico, mejor y si no lo publican, pueden pasar cosas locas” (Jota).

“Me gustan los teatros, las fiestas privadas” (Alejandro).

Entre los fans “barriales” que prefieren los estadios abiertos encontramos estas declaraciones:

“Prefiero los estadios abiertos” (Mariana).

“Estadios abiertos está buenísimo. Cuanta más gente haya, mejor” (Tomás).

Sin embargo, algunos de estos fans también reconocen su preferencia por ámbitos cerrados:

“Creo que los recitales en lugares chicos son los mejores, porque es un ambiente más familiar y más ameno” (Lucía).

“Mientras más íntimo sea, mejor” (Gonzalo).

Entre los testimonios de los que aprecian ambos lugares según la situación destacamos:

“Por la previa, prefiero el estadio cerrado. Se limita mucho el manguero en la entrada. Pero por el show en sí lo mejor es el estadio abierto, con ese vientito que sopla en el medio del recital y te alivia el calor un poco. Y nunca tuve la oportunidad, pero me han dicho que un recital en un estadio abierto cuando llueve es algo espectacular. Y ver el cielo estrellado en algunas canciones, no tiene palabras que lo describan” (Sebastián).

“Generalmente las bandas grandes de rock tocan en estadios abiertos o cerrados aunque el sonido no es muy bueno. Pero en teatros el sonido es mucho mejor, pero no se puede poguear con la gente o tener muy cerca de la banda por poca plata” (Agustín C.).

“Por como suenan, me gustan más los cerrados. Pero para poder disfrutarlos, verlos, moverte en los estadios abiertos. Obras está bueno tanto en campo, en popular o platea. En los lugares chicos, siento que está todo más cerca” (Guadalupe);

Por último, algunos expresan cierta indiferencia:

“Me gustan los estadios abiertos, los cerrados y los teatros también” (Lourdes).

“No tengo preferencia, siempre y cuando el sonido sea bueno” (Pablo).

En cuanto a las diferencias entre boliches y recitales, tal como lo habíamos anticipado, la mayor parte de los entrevistados sostienen que la distinción principal reside en que el público que asiste a los shows, a diferencia del que concurre a las discos, están unidos por un mismo propósito de ver una banda en vivo:

“En los recitales están todos bien porque están por el mismo motivo ahí: les gusta una banda y todos contentos” (María).

“En un boliche podrán estar drogados o borrachos y se pelean. En un recital, están viendo a su banda que les gusta y casi no ví peleas y eso que fui a muchos recitales. Lo que pasa es que en un recital es toda gente del ‘palo’; en cambio en un boliche se mezclan mucho. Por eso puede haber algún roce” (Enzo).

“En el boliche o ‘vas de levante’ o van grupitos para sobresalir del resto. En cambio, en los recitales, todos van para lo mismo, generándose un clima de amistad” (Andrés).

“En el boliche hay mucha diversidad, en el recital uno sabe que con la otra persona comparte ‘algo’” (Alejandro)

Por otra parte, muchos entrevistados afirman advertir comportamientos diferentes en los boliches y en los recitales: algunos adujeron cierto comportamiento “concheto” (en particular, fue la crítica más común entre los “barriales”), otros argumentaron sobre un mayor descontrol en los recitales. De esta forma, encontramos interesante los siguientes testimonios:

“Sin duda la forma de comportarse en uno y en otro no sea muy similar, de hecho por lo menos en mí ahora es completamente opuesta. En un boliche uno se ‘rescata’ un poco más. En un recital, al quinto tema ya estoy en cueros. Y mientras más me descontroló con la canción, más me gusta, y más me sigo descontrolando. En cambio en un boliche, tenés la previa que te entonás en la casa de alguno, la charla para cagarte de risa y recién después salís para el boliche, vestido de una manera que por ahí no es la más cómoda a escuchar música que no es todo lo que a uno le gusta. Son formas distintas de divertirse y, en mi caso, prefiero divertirme en un recital, pero el boliche tiene lo suyo” (Sebastián).

“De boliches voy a La Negra y a La Reina. Son muy ‘caretas’ en el sentido de que hay una estética: un buen pelito, zapatillitas limpiotas y me parece bárbaro, porque lo estoy eligiendo. En un recital vas mucho más ‘dejado’, con gente que se hace parecer dejada. En un boliche es más tranquilo” (Ana).

“En el boliche, actúan como autistas que hacen lo que dice la moda. En el recital se comportan como más agresivos, como más locos drogonos. Ningún extremo me va” (Joaquín);

Entre los fans punks, la dicotomía entre la autenticidad del recital y la falsedad del boliche a la que ya hicieron referencia seguidores del rock chabón y stone aparece más radicalizada:

“Los boliches, como que no son de verdad. Los recitales tienen mucha pila encima” (Clarisa).

“En los boliches, a mi parecer hay mucha falsedad, mucha ‘careteada’ en cambio en los recitales noto mucha camaradería entre la gente” (Lucía).

(v) Fútbol

Pese a la relación que muchos videos de rock muestran entre los recitales y el fútbol muestran, no son demasiados los fans entrevistados que advierten dicho vínculo. La mayoría expresa cierta indiferencia respecto del fútbol (o directamente sostuvo que era aburrido) y explica que prácticamente nunca había visitado una cancha, al menos, para ver partidos (sí, para concurrir a recitales). Entre los fans alternativos, algunos hasta sintieron como una ofensa la mera posibilidad de establecer un paralelismo, tal fue el caso de Jota que exclamó:

“Fútbol: ¿qué es eso? ¿No mezclamos la música, que es cultura, con el fútbol que mantiene adormecido al pueblo hasta que los necesitan utilizar y luego pasa lo que pasa!” (Jota).

Entre los “barriales”, cuyos estilos justamente parecen explotar esta conexión, muchos expresan desinterés aunque advirtieron cierta relación. Ana por ejemplo reconoce cierta conexión porque ambos “atraen a una masa por divertimento” pero sostiene que los “códigos” son diferentes concluyendo que “el fútbol y el rock and roll son muy distintos aunque tengan una estética parecida como los cantos y las bengalas”. Otros fans reconocen semejanzas en los hábitos propios de los dos ámbitos:

“Ir a la cancha es casi lo mismo que un recital: en los dos lugares salto y canto” (Enzo);

“Es un ambiente parecido por todo lo de las banderas y las ‘barras’ (Andrés).

Sin embargo, entre los que llegan a reconocer algún tipo de relación, también marcan una diferencia importante en la presencia de rivalidades entre las hinchadas cosa que no advierten en los recitales. Pero, la observación más aguda es de Guadalupe que, tal vez como consecuencia de una mayor edad (24 años) y de una formación universitaria (estudios de sociología), puede establecer una fuerte conexión:

“Encuentro la relación en lo que hace a la identificación. Para que uno se pueda identificar con algo es bastante complicado, como para elegir personas para admirar. Identificarse con una banda o con un equipo de fútbol es importante para formar la personalidad. Todo lo que te pueda llenar es bueno. Tener algo tanto a favor como en contra me parece piola. Sentirse identificado con una banda o con un equipo de fútbol y estar viendo un espectáculo es parecido” (Guadalupe).

De esta forma, Guadalupe detiene su atención en el tema de la construcción de la identidad a partir de elementos identificatorios presentes tanto en el rock como en el fútbol, estableciendo que ambos casos tanto los fans como los hinchas encuentran material para “llenarse” lo, para ella, constituye algo positivo, importante y hasta necesario.

(2) Indumentaria y apariencia en general

A la hora de definir su apariencia y el estilo de vestimenta, peinados, usos de adornos, etc. la mayoría de los fans optan por el término “normal” (caracterización que también usan, como veremos, para describir su personalidad). Para la mayor parte de los entrevistados, esto implica el “combo” “buzo, remera y jean”. En general, esta combinación es la preferida por los seguidores del rock stone, el rock chabón y, en menor medida, el punk, aunque también algunos alternativos, como varios seguidores de Catupecu Machu, manifiestan adoptar dicha estética. Los

que, en cambio, marcan la diferencia fueron los fans alternativos de bandas como El Otro Yo, Turf y Babasónicos. La mayoría afirma que busca “ropa vieja” refiriéndose a indumentaria propia de los estilos ’60-’70 que adquieren en ferias americanas, ferias hippies en plazas y locales en galerías especializadas.

Entre los fans “stones” y del rock chabón, varios entrevistados identifican un estilo propio vinculado al estilo de música. Sin embargo, justamente aquellos que, como Sebastián, Ana o Guadalupe, admiten la existencia de este estilo, advierten que su adherencia no es total. Sebastián, por ejemplo, explica que años atrás su apariencia correspondía al prototipo “fan de Los Piojos” pero que, al comenzar la facultad, comenzó a modificar su vestimenta y aspecto en general. Nos cuenta:

“Antes me vestía con Topper blancas, jogging, remera de los stones o alguna banda argentina ‘del palo’, el pañuelito fino atado al cuello, collares varios, anillos, campera de jean, gorrita con la visera bien alta y en forma de U invertida, flequillito stone y se hace frío, guantes y pañuelo grande, blanco. Ahora no tanto [...]. Ahora soy de vestirme muy según el ambiente en el que estoy, cuando estoy con los amigos que me quedaron del secundario, ni me caliento por como estoy vestido, con la ropa más cómoda que tenga: jogging común, zapatillas hecha pelota, una remera y listo. Cuando voy a la facultad o cuando estoy con gente de la facultad me caliento un poco más por la ropa: jean –que para estar con mis amigos no uso ni en pedo- una buena remera y un buen buzo, cuando mis amigos del barrio me ven vestido para la facultad me acusan de ‘cheto’ y dicen que como me visto para andar por la calle es ‘vestirse normal’ y en cambio cuando amigos de la facultad me ven vestido como estoy en el barrio, me dicen que parezco un ‘negro’ o ‘grasa’ y que cuando me visto con la ropa con la que voy a la facultad, ahí soy un pibe común. Cuando voy a bailar o voy al recital directamente trato de irme a los extremos: en un recital voy con la ropa muy sucia, arrugada, rota, zapatillas hechas mierda y en el boliche voy con un buen pantalón, zapatos y un buen buzo, etc.” (Sebastián).

De esta forma, advertimos que más que el estilo de música, también influye fuertemente el contexto en el que se mueven los seguidores que cuando comienzan a transitar otros ámbitos (por ejemplo, la facultad como un espacio diferente al “barrio”) también empiezan a modificar sus costumbres. Por su parte, Ana habla de la importancia de la estética a la hora de ir a un recital de su banda favorita y para participar de un círculo común. En efecto, se refiere a cierta “adaptación” necesaria para comenzar a formar parte de ese contexto sin ser molestada, cosa que admite aunque al mismo tiempo le molesta:

“Uno cuando por ahí empieza a seguir una banda, sí primero tenés una manera de vestirse. Cuando comencé a ir a recitales, me comenzaron a bardear: a mí me ha pasado de ir a recitales que, por la manera de vestirme me bardearon; por el pelito, por la ropa. Y después, tenés que ir creándote eso, una manera de vestirse. Y una vez que estás adentro y empezás a frecuentar más te vas creando un estilo más propio y comenzás a sacarte cositas de esas estructuras que hay. Pero al principio, te tenés que adaptar a eso. La primera vez que fui a un recital fui normal, jean, remera y zapatilla. Ya la

segunda/tercera usé pañuelito, polaina, Toppers. Por ahí vos decís ‘qué careta’ pero no, no podés de otra manera. Es así o no. Es lo que me embola. Por ahí la gente que los sigue desde hace muchísimo tiempo, por ahí, esa es su manera de vestirse. Pero para mí no, me tuve que adaptar. Tenía el tipo –jean, zapatilla, camperita- sin saber capaz que era parecido al tipo de los que siguen a tal banda. Después fui agregando cosas. Te tenés que adaptar a la manera de pensar en ese contexto, Esa manera de vestir es una ideología. Sería: ‘me visto así porque me cabe, y porque los que están con esa banda y los que siguen a ese estilo de música son así’. Es un punto que me jode bastante. Soy de usar mucho las remeras de la banda, de Viejas con el logo de la banda. Por ahí es re careta, pero a mí me gusta eso. Tengo cuatro remeras. Las uso siempre y tengo la campera y la uso siempre. Y me chupa tres huevos salir por acá con eso y te miran mal porque te discriminan. Y me encanta, porque es lo que me identifica. Capaz soy demasiado frágil y eso me identifica. Acá sos re anónimo y entonces eso te identifica” (Ana).

Esto último resulta particularmente interesante porque la entrevistada admite no sólo la “adaptación” para formar parte de un determinado contexto, sino que asume que necesita de estos elementos (como remeras y camperas de bandas) para identificarse con algo que fortalezca su personalidad que, de por sí, aparece como frágil para ella misma.

Ana continúa con su relato explicando también los criterios para peinarse:

“En general me peino con el pelo largo y suelto, pero cuando voy a los recitales me arreglo el flequillo y demás como para que no me bardeen. Igual, tampoco me pongo el pelo tirante bien lacio como las stones” (Ana).

También Sebastián comparte el peinado “stone”, versión masculina:

“Tengo el pelo corto, un poco más largo de arriba. Me lo peino con las manos para adelante y lo que me queda es una especie de flequillo” (Sebastián).

En cuanto a los adornos además de un rosario, Ana también comparte la utilización de símbolos comunes dentro del ámbito chabón-stone:

“Tengo un anillo con la estrella del Che y también otros anillos. Tatuajes, ando con ganas de hacerme uno, pero no sé. Me haría uno de los Redondos, más que nada porque me identifica mucho con la manera de pensar que pienso yo” (Ana).

Sebastián, por su parte, directamente tiene un tatuaje de su grupo favorito, entre otras cosas:

“Tengo un tatuaje de Los Piojos, la cara del piojo de ritual en la mitad de la espalda a la izquierda. También tengo un arito en la oreja izquierda y una especie de anillo hecho con hilo de coser. Collar solía usar, pero por el deporte que hago me lo tuve que sacar. Y tengo pensado hacerme un arito en la lengua” (Sebastián).

Guadalupe, por su parte, también critica la actitud del público de las bandas “barriales” que pretenden homogeneizar la estética de los seguidores y sostiene que no son tantos las bandas sino más bien los propios fans los que han construido una imagen propia:

“Yo soy re común: jean, remera, zapatillas o joggins. Siempre voy igual: recitales, facultad, ir a ver a una amiga a un café o en el trabajo –en la veterinaria-. Marcas: no. Pero en los recitales sí hay toda una forma representativa para vestirse: las remeras, los buzos. También el corte de pelo. Tiene que ver con la audiencia. Los rollings sí tenían un estilo –una forma de vestirse y de cortarse el pelo-, pero Los Piojos no creo que tengan una forma particular de vestirse. Son los seguidores los que la tienen. En la Bersuit, los más fans van en pijama, como la propia banda. Es como darle un reconocimiento a la banda al usar lo mismo que el grupo. Me molesta que una tenga que ir a ver a Los Piojos de una determinada manera, me parece que es injusto quedarse afuera por eso” (Guadalupe).

Leonel no reconoce las invariantes de su propio estilo como características de un tipo “stone”, aunque la descripción que el mismo propone asemeja a la mencionada por Sebastián, Ana o Guadalupe:

“Común, jean, alguna remera o buzo de la banda que me gusta y escucho. Zapatillas blancas. Uso un pañuelo en el cuello. Me peino con flequillo. Y el aspecto físico común. No cambio mi estilo para nada. Es igual vaya a donde vaya. Salvo alguna fiesta importante. Me fijo en la ropa sencilla, porque me gusta ser sencillo para vestirme, nada de ropa de marca o ropa cara. Muchas veces me compro ropa de la banda que me gusta. No me gusta ninguna marca.” [...] “Me peino con flequillo. Tengo un corte de pelo común, ni largo, ni corto. Me peino así, porque me gusta. No sé que explicación darle. Pero a la mayoría de los que le gusta el mismo estilo de música que yo, nos peinamos así. Lo que opino de los otros estilos es que está bien: cada uno elige lo que quiere hacer, escucha la música que quiere, se viste como quiere o se peina como quiere. Siempre respeté los demás estilos” (...) “Uso collares y anillos. Porque me gusta, estoy acostumbrado. Empecé a usarlos desde chico. Porque siempre me gustó llevar algo al cuello. Por ejemplo, el logo de la banda que me gusta.” (Leonel).

Otra fan de Los Piojos, María, reconoció su predilección por la ropa amplia:

“Normal, generalmente. Pantalón de esos sueltos, llenos de bolsillos, campera negra. Nada de ropa apretada, lo más cómoda posible. No, no cambio de estilo, salvo que cuando salga tenga que salir un poco bien vestida, sino no te dejan pasar... Cuando compro la ropa, la elijo por el precio y si me queda cómoda. No me gusta ninguna marca en especial” (María).

Se trata de una especie de “estilo deportivo” que otros fans “barriales” también comparten:

“Con ropa más bien sobria y cómoda y del estilo deportivo Adidas. También tengo varias remeras de bandas porque me identifico con dichos grupos y marcan una actitud. Generalmente no cambio de estilo, excepto en el colegio (uniforme) o algo formal. Elijo la ropa si la veo en un negocio o recorriendo para encontrar algo que me guste y la elijo según el precio, si me gusta y si me queda bien o no. De marcas me gusta Adidas, Hering, Levis, Nike, etc.” (Agustín C.).

“La mayoría de las veces uso ropa deportiva, camisetas de fútbol. Y sino, jeans, remeras y zapatillas. Me podés encontrar vestido igual adonde sea. Lo importante es la calidad y que me identifique. Marcas: Adidas, Enviñón, Le Coq Sportiv, marcas de casaca tipos de fútbol” (Gonzalo).

Justamente, entre las marcas más mencionadas encontramos a Adidas, en primera instancia, y Nike, en segunda, que son íconos deportivos. Por su parte, también apareció de manera reiterada (en particular, entre los más alternativos, aunque no de manera excluyente) la marca Levis así como Rip Curl (ícono de deportes “alternos” como el skate o el surf, pese a que ningún fan reconoció practicar dichas disciplinas). En otros casos, en cambio, las fans se negaron a indicar marca alguno, alegando que no son importantes o “no existen” (Nadia).

Pese a que muchos de los entrevistados eligen el estilo deportivo, muy pocos realizan ejercicio con regularidad y disfrutan de ello:

“Odio hacer ejercicios, Hago yoga nomás y por obligación” (María).

“La verdad que no me gusta hacer ejercicios. Y no practico ningún deporte a diario” (Leonel);

Sin embargo, muchos confirman que gustan del fútbol con amigos; entre testimonios varios:

“Juego al fútbol con mis amigos” (Agustín A.).

Entre los fans punks, también encontramos la estética deportiva (“Camiseta de mi equipo, algún gorro, aspecto dejado”, Enzo), pero también ciertos detalles en lo que se refiere a adornos, como alfileres, peinados con cresta, etc. Entre los testimonios:

“Me visto punk. Elijo la ropa que me gusta porque es distinta, no es ‘cheta’ y refleja mi ser interior. Me visto siempre igual. No cambio estilo. No compro ropa de marca, sólo en Lokuras. Entre otras cosas, soy de pintarme remeras, carteras de jean, de todo. A una cartera que encontré por la calle le pinté los nombres de las bandas que me gustan, le puse cachos de jean que no uso. Soy de reciclar todo, ahora estoy usando la pollera de la escuela, una remera de Attaque, medias negras, zapatillas de Adidas. En la escuela no me dejan usar la remera de Attaque así que no me saco el buzo. Por llevar remeras de Attaque me han bardeado por la calle. Me gritan: ‘¿Attaque qué sos? ¿Vamos Los Piojos!’ Buscan bardo” [...] “Uso collares, cinturones, aros –alfileres de gancho- porque me gusta usarlos. Empecé a usarlos el año pasado más o menos- Y empecé porque me llamaron la atención. Los aros no me molestan. Al principio me dolió un poco. Me lo pusieron dos amigas. A veces se me infectaban un poco, pero ya no. En la ceja y en la nariz, también usos aros a presión a veces. Entre otros adornos, uso la virgencita y un colgante negro. A veces usos uno de tachas o el que le afané a mis amigos” (Clarisa).

“Tengo flequillo. Antes tuve cresta y me la saqué porque me daba fatiga parármela todos los días. El flequillo, igual, me lo corté cuando murió el cantante de Los Ramones, que tenía flequillo” (Romina).

“Compro ropa negra u oscura preferentemente y luego le agrego cosas, la transformo porque no me gusta mucho la ropa común. Marcas, ninguna” (Mariana).

Entre los alternativos, como antes anticipamos, varios reconocen su preferencia por los estilos “retro”:

“Me gusta vestirme onda años ’70, pantalones Oxford, camisas de muchos colores llamativos y que se note que son de viejas épocas... No, siempre me visto igual, para todo lugar o para toda ocasión. Pasa que a veces me visto mejor si es que voy a un lugar importante, pero igualmente siempre con el estilo de mi ropa. Elijo la ropa que me gusta. Cuando voy a ferias o a galerías tipo la Quinta Avenida. Cualquier marca” (Mariel).

“Onda retro y no tengo diferentes estilos. Elijo la ropa en ferias americanas o en galerías raras. Elijo esos lugares porque venden la ropa que a mí me gusta. En cuanto a marcas, cuanto menos conocida mejor” (Alejandro).

“Similar al estilo de Turf. Cambio según donde vaya. No sé por qué compro determinada ropa: la miro y simplemente me gusta. Marcas: Levis, Puma y lugares de cosas usadas” (Facundo).

Algunos fans, en cambio, rechazaron la posibilidad de que su estilo pudiera categorizarse:

“No tengo estilo, ni soy estereotipo e nada. No cambio según donde vaya. Simplemente elijo lo que me gusta. Y ¡las marcas no existen!” (Nadia).

“Como sea, es decir, no es un desastre o sin un punto de referencia, pero ni ahí me vestiría de alguna forma que me pueda permitir encuadrarme dentro de una categoría” (Joaquín).

En cuanto a los peinados “alternativos”, aunque no lo reconocieron característicos del estilo se reiteró, entre ambos sexos, el corte rebajado atrás y con mechones largos hacia delante, por una parte, y las dos colitas, entre las chicas:

“Pelo cortito, rebajado hacia delante. O sea, atrás cortito y hacia delante cada vez un poquito más largo. Pero no me pasa los hombros. Por ahora es el único estilo que me gusta” (Mariel).

“Me peino de muchas maneras: con dos colitas, suelto con una colita, con rodetitos. Siempre cambio. Tengo el pelo corto porque me gusta. Sobre otros estilos, no opino nada, que cada uno haga lo que quiera” (Lourdes).

También surgió la identificación directa con los cortes y peinados de los miembros de las bandas favoritas:

“Uso el pelo largo como el guitarrista de El Otro Yo. Me peino así porque me queda bien” (Mariano).

“Estilo Turf” (Lucas).

Por otra parte, se repitió el uso de accesorios que vimos con los otros fans, pero a diferencia de los colgantes con logos en el caso de los seguidores de los estilos stone-chabón, las tachas y alfileres de los punks, entre los alternativos se difunde más el uso del color:

“La bijouterie de colores está buena, lo mismo que las tachas en la campera en los jeans. La gente que escucha música alternativa se cuelga pulsera, cinturón de tachas, pero llevado al nivel de detalle. No estilo Ataque que tiene tacha por todo el cuerpo. Las

chicas alternativas usan mochila, pollerita cuadrillé. El que se pone tachas no se pone cadenita. Es cuidadoso del detalle. El que tiene cinturón no tiene una pulsera” (Lucas).

A partir de lo dicho, se puede pensar que si entre los seguidores stone-chabón-punk, la referencia a la construcción de una estética es propia más del ámbito femenino que del masculino (con ciertas excepciones), dentro del ámbito alternativo el cuidado de un estilo es también propio de lo masculino. Por otra parte, mientras en el caso de los seguidores “barriales” existe cierta reticencia a considerar que efectivamente presentan una estética aun cuando sea descuidada (aun entre las mujeres), dentro de los alternativos no parece haber conflictos en reconocer el cuidado de la apariencia en función de la elección de ropa, peinados y adornos varios. Esto se puede vincular con la búsqueda de los videos propios de los estilos “barriales” a mostrarse espontáneamente auténticos y sin búsquedas complejas en oposición a ciertos videos alternativos que se esmeran en armar estructuras más complejas y visualmente atractivas.

En reiteradas ocasiones, en especial entre los entrevistados que trabajan o buscan trabajo, surgió el reconocimiento del cambio de estilos en función del ámbito donde se muevan.

“No tengo problemas en usar remeras de bandas, salvo que tenga una entrevista de laburo. Ahí desaparece el peinado, las uñas, y aparecen las vendas en los tatuajes. Es que yo me dejo largas las uñas y me gusta pintármelas” (Lucas).

“Cambio si tengo que ir a buscar trabajo. Entonces, trato de vestirme más sobria, pero si no, siempre mantengo mi estilo” (Lucía).

Otro motivo de cambio de estilo puede ser la concurrencia a la universidad.

“Voy cambiando: a la mañana me quedo como me levanté generalmente. A la tarde para la facu trato de ponerme algo más atinado” (Joaquín).

En los entrevistados más jóvenes que no trabajan ni buscan trabajo, en cambio, casi no hay modificaciones en los estilos. Aunque algunos, como Tomás, afirman cambiarse en el momento de ir a una fiesta, la mayoría sostiene que mantienen su estética tanto cuando están en la calle como cuando van a bailar. Y, en general, consideran este mantenimiento de criterios como una demostración de que no les importa las críticas que puedan recibir, por ejemplo, en caso de que adopten un aspecto “dejado”. Aunque cabe destacar que entre los seguidores alternativos, parecía haber una mayor aceptación al cambio de estilos según el ámbito donde fueran.

En cuanto a la vestimenta de los amigos, los fans explican que en la mayoría de los casos los estilos varían aun dentro de un mismo grupo, aunque las diferencias nunca llegan a construir dicotomías en un mismo grupo. Por ejemplo, es difícil que un fan “stone” afirme tener un amigo con estética propia del pop alternativo, por ejemplo. Entre los testimonios interesantes encontramos:

“Tengo amigos que son el clásico rolinga y otros que se visten con ropa común. La gente que yo aprecio, casualmente, no se produce demasiado, salvo que la ocasión lo merezca como por ejemplo cuando vamos a bailar, pero los que se producen tanto para ir a la facultad y nada más, sinceramente por una cuestión de piel, me caen mal” (Sebastián).

“Tengo de todos los estilos: ‘negros’, ‘hippies’ y ‘chetos’ ” (Mariana).

“Como yo, aunque no usan tanto las remeras de rock, sino que usan remeras comunes. Pero se mantienen en el jean y remera” (Andrés).

“Algunos amigos se visten a la moda del momento, otros se visten hardcore y otros una onda más alternativa o sea lo que se puede encontrar en la galería Bond Street, por ejemplo” (Mariel).

En ciertos casos, los entrevistados aceptan los otros estilos de sus amigos pero, aun así, los critican:

“Con ropa ‘cheta’ –de marca- lo que se usa en el momento. Mis amigas, que se visten ‘chetas’, tardan más que yo para terminar de vestirse. No sé cómo hacen: se prueban el pantalón que les queda mejor, el que les hace mejor el orto. La remera que ese mes es linda y así toda la vida” (Clarisa).

Otros critican a los conocidos y amigos que visten remeras de grupos como las que ellos portan para “hacerse los cancheros”:

“Hay gente que se pone remeras de grupos de música pero en realidad es para hacerse los cancheros. Yo me pongo la remera pero nada más para que me van que me gusta. Algunos de mis amigos se compran mochilas de grupos y le decís: ‘decime dos canciones’ y te dicen ‘no, me lo regaló mi mamá’. Esos no tienen personalidad” (Tomás).

En especial para los más jóvenes, la indumentaria y la apariencia física en general constituyen indicadores de una determinada actitud.

“Me peino así –con el pelo largo hasta el cuello- porque me gusta y creo que marca un estilo y una actitud” (Agustín C.).

“Mi ropa refleja mi ser interior” (Clarisa).

Entre los entrevistados de más edad, en cambio, se relativiza algo más la importancia de la indumentaria:

“No me gustan las copias. A mí me gusta mi propio estilo que no es ninguno, pero me gusta. Me parece que la identificación no pasa por la vestimenta, ni por el corte de pelo; pasa por adentro” (Guadalupe).

En general, la mayor parte de los entrevistados se muestran abiertos a tolerar otros estilos. Sin embargo, Agustín A. manifestó que algunos peinados “son muy gay”. Gonzalo, en cambio, dice: “¿Otros estilos? Pienso que sería bueno que ocupen su tiempo en algo más productivo, antes de estar una hora frente al espejo para acomodar ese flequillo o pirincho. Además ¡No soporto las tinturas!”. Joaquín critica la abundancia de copias: “Sobre los otros estilo no sé... algunos están

buenos, algunos les quedan bien a algunas personas, a otros no. Y otros muestran la falta de originalidad y personalidad total de quien los usa ya que está copiando un modelo, además muestra el complejo que tiene por verse ‘bonito’.”

(3) Conceptualizaciones sobre relaciones personales y grupos de personas

A lo largo de las entrevistas, la mayoría de los fans consultados manifestaron mantener buenas relaciones tanto con la familia como con sus amigos. En general, al explicar la composición del núcleo familiar utilizan el término “normal” ya cuando se refieren a padres casados y convivientes en un mismo hogar o cuando hablan de padres separados con nuevas familias. La mayoría consideró que podían pensarse como buenos hijos que se esforzaban tanto en el ámbito familiar como el académico; no surgió, en cambio, referencia al ámbito laboral. En algunos casos, apareció cierta referencia a la rebeldía y al incumplimiento de los mandatos familiares; pero esto parece no estar tan vinculado a los estilos musicales en sí (tal vez, sí pueda pensarse cierta relación en lo que hace al punk), sino directamente al contexto del entrevistado y a su edad. En particular, algunos entrevistados manifestaron cierto resentimiento por depender aun del mantenimiento familiar lo cual parece coartar sus posibilidades en distintos ámbitos (por ejemplo, en cuanto a salidas, en cuanto a la compra de ropa, etc.), Pero, en general, no aparecen diferencias generacionales extremadamente profundas por las que los jóvenes manifiesten una resistencia acabada y continúa hacia la autoridad familiar. En cuanto a las relaciones con amigos, la mayor parte manifestó tener una vida social activa aunque en varios casos explicaron la importancia de distinguir entre amigos y conocidos. Si bien, en el caso de varios entrevistados, en especial mujeres, había surgido la necesidad de concurrir solos a los recitales por lo que podía presumirse que no contaran con amigos/as (lo que podía asociarse con la categoría del “fan solitario”), no resultó así. El problema es que dichas amistades no siempre comparten sus gustos musicales, razón por la cual tienen que ir solos a los shows. En especial, esto se da entre los más chicos donde las relaciones de amistad surgen fundamentalmente en la escuela donde los puntos de coincidencia no son tanto los gustos ni una actitud de vida en particular, sino más bien el compartir un mismo ámbito educativo. Entre los mayores, en cambio, aparece la referencia a los amigos hechos en los recitales, por ejemplo. También el círculo de amigos del barrio parece definir no sólo el compartir un ámbito geográfico, sino también cierta identificación con gustos musicales (en lo que hace al rock chabón y stone).

(i) *Caracterización de grupos etarios*

A la hora de describir personas en función de grupos etarios la mayor parte identifica a los niños con cierta ingenuidad y fragilidad, a los jóvenes con la compleja situación del presente y del futuro y la necesidad de “ponerse al hombro la situación” y a los adultos con muchos problemas y cierta amargura por una vida insatisfecha. Esta caracterización resulta de interés no sólo porque también habilita nuevas lecturas sobre las relaciones personales a las que antes nos referimos (cómo se llevan los jóvenes con sus familiares adultos o niños y cómo se llevan los jóvenes entre sí), sino porque permitirán establecer relaciones entre la forma que los entrevistados tienen de caracterizar a estos grupos y el modo en que vimos los videos construyen estas imágenes.

Entre los testimonios que describen la fragilidad de los niños y, en parte, la desesperanza que los propios jóvenes ven es sí mismos implantada como una suerte de semilla en los chicos, destacamos:

“A los niños, la televisión los va a afectar mucho no van a tener imaginación, ni pensamiento propio” (Clarisa).

“A los chicos los veo como pobres pibes que la van a tener que pelear mucho para cambiar este mundo de mierda” (Romina);

En cuanto a sí mismos, los jóvenes se caracterizan como perdidos, desorientados, pero en muchos casos también se ven con la responsabilidad de generar cambios:

“Que es una transición, a veces difícil, de niño a adulto. Se consolida la personalidad, una forma de pensar y actuar. Yo creo que es la etapa más importante de la vida porque desde ahí uno se moldea para toda la vida. Como joven pienso que estoy pasando por todo esto” (Agustín C.);

“A los jóvenes los veo afectados por lo que pasa en este momento con la situación del país y me veo muy sana comparada con otros chicos de mi edad que se drogan, etc.” (Clarisa);

“Como joven, también me veo con poco futuro, muy rebelde ante muchas cosas pero estoy bien seguro que lo que reclamo es justo” (Enzo);

“A los jóvenes los veo muy desesperanzados, lamentablemente. Yo me veo con sueños, anhelos a veces un poco desesperanzada por la situación que estamos atravesando pero tratando de lucharla” (Lucía);

“La juventud está muy ida. La mayoría de la gente joven está en cualquiera y no sé si también soy quién para decirlo. Porque a pesar de que no tome, ni me drogue, capaz también estoy en cualquiera” (Ana);

“Veo que se está produciendo una estupidización de los jóvenes en general, en donde se empiezan a perder los valores y se confunde el objetivo. Los veo –y me veo- muy perdidos, agarrándose de lo primero que le tiran; con una necesidad urgente de buscar

una identidad que no pueden construir. Entonces, toman identidades ya pre-establecidas, convirtiéndose en simple relleno de la sociedad” (Andrés).

“A los jóvenes los veo sin rumbo y es así como me siento. Pienso que no hay lugar en la sociedad para nosotros” (Nadia),

“Me pienso como un joven que quiere salir de la misma de siempre pero generalmente no puede porque pasa siempre lo mismo y porque es muy difícil con gente que quiere seguir en la misma.” (Joaquín);

“A los jóvenes los veo como individuos buscando o tratando de saber cuál es su lugar en el mundo. Yo como joven me pienso un poco inmaduro pero responsable” (Alejandro);

“Joven es el que ahora tiene a carga la responsabilidad de hacer algo por este país y no lo va a conseguir ni con porro, ni con fiesta, sino luchando” (Lucas).

En cuanto a los adultos, se reitera la idea de la amargura, la resignación y la frustración por los sueños perdidos y los fracasos continuos:

“Veo a los adultos como gente con gran responsabilidad no sólo para con ellos, sino a veces también con una familia. Tienen un rol social importantísimo ya que conforman la ‘población económicamente activa’ de una sociedad y son el motor que la impulsa” (Agustín C.);

“A los adultos los veo confundidos: quieren educar a sus hijos y demás jóvenes de una manera que nunca pueden llegar a concretarla. Les falta ganas para salir adelante, a los jóvenes les sobran las ganas” (Enzo).

“Los adultos viven para amargar a los demás” (Alan).

“Los adultos son personas que hacen lo posible para llevar bien la familia. No todos, pero la mayoría, sí. Su rol es salario a trabajar, para ganar plata y así mantener la familia” (Leonel).

“Para mí, los adultos no cumplen ningún rol sobre la juventud. El día que me cruce con un político si le puedo pegar, le pego” (Ana).

“A los adultos los veo sin saber para donde ir, defraudados, completamente rendidos por todo lo que está pasando” (Mariel).

“A los adultos los veo luchando últimamente su rol social es estar en todos los quilombos y cada vez más se convierte en cagar o ser cagado” (Joaquín).

“Adultos... un tema complicado porque también siento que soy adulta y eso me aterra. A ellos los veo más perdidos todavía, porque los que pudieron lograr algo en la vida, a hora están luchando de cero y eso es injusto. Cumplen el rol más jodido, toda la ‘culpa’ es de ellos” (Lorena).

(ii) Caracterización de grupos por género y orientación sexual

La conceptualización de los fans de las personas según el sexo y las preferencias sexuales puede pensarse que responde a diferentes inquietudes: algunos entrevistados no ven diferencias y reconocen la mera igualdad; otros reconocen diferencias entre varones-mujeres sobre la base de la conducta de ambos que pueden desprender como una especie de regla general según su

experiencia (por ejemplo, la repetición de rasgos como la inmadurez en los varones o los celos en las mujeres); sobre la base del enamoramiento que despierta en ciertos fans masculinos la mera referencia al sexo femenino (es decir, al ser consultados por la opinión que tienen sobre las mujeres se refieren a “diosas”); y en cuanto a los homosexuales se detecta el discurso de tolerancia socialmente aceptado, por una parte, y el discurso contrario de aquello “contra natura” como impuesto también socialmente pero de manera más restringida.

En especial, muchas entrevistadas mujeres prefieren contestar a la pregunta sobre qué opinan respecto de los distintos sexos refiriéndose a la “igualdad”:

“Veo a todos por igual” (Clarisa).

“Como personas” (Romina).

Entre los varones que emitieron juicios similares encontramos a Andrés:

“Las veo igual que a los hombres. No hay por qué separar por género, ya que hay gente estúpida o inteligente en cualquier lado. Depende más de cómo es la persona que de si es mujer o hombre” (Andrés).

A la hora de describir a las mujeres, se reiteran ciertos juicios de valor como que es el género que se preocupa demasiado por la apariencia, complicadas, celosas:

“Todas muy preocupadas por cómo se ven” (María);

“Como el sexo opuesto que son las veo complicadas, difíciles de entender y sentimentales” (Agustín C.);

“Por lo general, bastante falsas; por supuesto, hay excepciones” (Lucía);

“‘Caretas’, falsas, competitivas, obvio que existe numerosas excepciones” (Joaquín).

Entre los juicios reiterados sobre los varones aparece la idea de que tienen como móvil sustancial el sexo y la inmadurez:

“Todos muy preocupados por chamullarse a alguna” (María).

“A veces más lógicos o cerebrales, otros más inmaduros y más violentos”; “Por lo general bastante auténticos y un poco inmaduros” (Lucía).

“Inmaduros, creídos, con menos sexo del que aparentan” (Joaquín).

Entre los testimonios que denotan la “sacralización femenina” por parte de ciertos varones encontramos las siguientes afirmaciones:

“Las mujeres son los más hermoso que puso Dios sobre la Tierra” (Sebastián).

“Tengo una visión enamoradiza: frágiles, suaves, tiernas, demasiado bellas, imprescindibles” (Gonzalo);

También aparece la descripción por la apariencia física:

“Depende si está buena o si es medio fea” (Agustín A.)

Cabe destacar que entre aquellos que caracterizan de tal forma al género femenino o los que sólo lo describen por apariencia física, tendieron a rechazar describir al género masculino aduciendo, que al no prestar atención a su propio género, no pueden desarrollar una definición:

“Nunca los consideré de ninguna manera” (Sebastián);

“Como simples mortales cuya única misión es lograr un vínculo y de paso rendirle culto a las diosas que son las mujeres” (Maximiliano)

Aunque en la mayoría de los casos al hablar de los homosexuales, estos entrevistados no suscriben discurso homofóbico algún, podría pensarse que el rechazo a pensar a aquellos de su propio sexo aparece como indicio de cierto rechazo hacia el grupo homosexual.

Más allá de las interpretaciones, lo concreto es que la mayor parte de los entrevistados asumen una actitud de tolerancia hacia los homosexuales:

“Otro ser humano, si no me jode, no lo jodo; nunca tuve la oportunidad de cruzarme con uno declarado, pero los trato como uno más. No me molesta” (Sebastián),

“A los homosexuales los veo normal, o sea, como si fueran chicos o chicas aunque creo que algunos más inteligentes que estos dos últimos, es como que saben bien lo que quieren y hasta a algunos no les importa nada, sólo ellos y lo que piensan” (Mariel).

Entre los que manifestaron un rechazo directo encontramos:

“Anormales, porque van contra de la naturaleza del hombre y animal” (Alan).

“Los odio me dan ganas de vomitar” (Mariano).

Otros entrevistados establecen diferenciaciones dentro del mismo grupo:

“A algunos los respeto –Gasalla, Pinti, Juan Castro- y a otros los veo como ‘locas’ o ‘maricas’ y los desprecio –Guido Suller, Oggi Junco-.” (Agustín C.);

“No los veo casi, no me parece mal ni bien que sean lo que son, si me parece mal todo ese modismo asquerosos que existe ahora de ser pro-homosexual, Hoy está la modita que es mejor decir ‘soy bi’, queda más fachero –sería un ‘hetero’ con ganas de ser ‘homo’, en síntesis un boludo falto de personalidad-“ (Joaquín).

(iii) Caracterización de clases sociales

La mayor parte de los entrevistados se identifican, con algunas variaciones, con la clase media. En general, describen a este sector como un grupo “normal” al que “no le sobra ni le falta nada”:

“Me identifico con clase media, porque soy una persona normal: no me sobra, ni me falta” (Sebastián).

“Me identifico con la clase media, tengo las cosas que puede tener ella y nací dentro de ella” (María).

“En los videos aparece la clase media y la clase baja. Yo soy clase media y hay mucha gente como yo de clase media en los recitales. Pero yo no me disfrazo, yo soy así, pero me gusta esa música. Y no por ser de clase media no me tiene que gustar eso. Es una cuestión argentina, de la estructura y de la cabeza cerrada pensar lo contrario. Y si hay gente de clase media que se quiere rebajar, me parece bien” (Ana).

“Me identifico con la clase media, porque no tengo mucho dinero, ni hago todo lo que quiero, pero tampoco me falta nada de lo básico” (Alejandro).

Mientras los fans antes citados se identifican con la clase media por cuestiones sustancialmente materiales, un fan de Turf, Facundo, se caracterizó dentro de tal grupo por cuestiones culturales:

“Me identifico con la clase media por mis características y gustos” (Facundo).

Una minoría se identificó con las clases populares, pero más ideológicamente que por cuestiones materiales:

“Me cago en la burguesía. Me identifico con la clase popular, más de barrio” (Agustín A.).

Otros directamente prefirieron no identificarse con ninguna:

“No me identifico con ninguna, es algo ajeno a uno y al tiempo” (Jota)

Algunos fans, en particular los seguidores del rock chabón, stone y del punk, manifiestan ciertas críticas hacia la clase más alta y, como contrapartida hablan de manera positiva sobre los sectores de menores recursos:

“La clase alta discrimina y mucho. A la clase baja, ante la falta de educación, les cuesta relacionarse con alguien más que ellos. Pero los prefiero mucho más que a los de clase alta” (María);

“Y a los de arriba que son unos inhumanos que se olvidaron de donde vinieron, de su gente” (Gonzalo)

Al hablar sobre los estratos, muchos fans manifiestan su inquietud sobre la creciente fragmentación social y la mayor distancia entre las clases:

“Muy diferenciadas y discriminadas unas entre otras” (Sebastián).

“Cada vez más lejanas unas entre otras” (Maximiliano).

Por el contrario, algunos fans alternativos interpretan que estas diferencias no son tales: algunos porque no advierten que en sus espacios se genere dicha diferenciación:

“No tan marcadas en mi ámbito por suerte” (Joaquín).

Otros porque la situación actual genera la paulatina extinción de la clase media:

“Cada vez más diferentes, pero más cerca. Creo que se están transformando en sólo dos: o tenés o no tenés” (Lorena).

(4) Comentarios sobre tópicos varios

Entre los temas “sociales” que, según nuestras entrevistas, interesan a los jóvenes consultados encontramos: la droga, las relaciones sexuales y el peligro del SIDA, la represión policial y la situación nacional en relación con su futuro.

(i) Drogas

En cuanto a la droga, la mayoría se muestra abierta a considerarlo como un tópico personal, aunque muchos (en particular los más jóvenes) no dejan de plantear los efectos nocivos de su consumo:

“Nunca ví uno que después de la droga quedara igual o mejor. Siempre es para peor la falopa” (Sebastián).

“Creo que las drogas son sustancias que sirven para muchas cosas –alucinar, escapar de una realidad social, desinhibirse, etc) pero que siempre tienen un efecto negativo para el cuerpo del consumidor a menor o mayor plazo. También que hay muchas drogas legales –tabaco, alcohol, etc.-.” (Agustín C.);

“Las drogas son malas, no sirven para nada. Estoy muy en contra de las drogas” (Mariel).

En cuanto a las posiciones liberalistas o prohibicionistas, notamos que son algunos de los mayores los que abonan la hipótesis liberalista, mientras algunos los más jóvenes apoyan el mantenimiento de la prohibición.

“Eso está re mal, porque te hace mal. Estoy a favor de la penalización” (Tomás).

Lógicamente, no todos los más jóvenes apoyaron la penalización, pero resultó significativo que las posiciones más abiertamente contrarias estén en boca de los más chicos (se puede pensar en una mayor influencia de los padres). Los entrevistados -de ambos grupos etarios- que hablaron sobre la posibilidad de la despenalización del consumo y la aún más complicada liberalización del tráfico, aluden a la importancia de la responsabilidad del Estado argumentando

sobre la posibilidad de destruir el negocio del narcotráfico, pero también sobre la potencialidad de una “invitación” al consumo:

“Si se quiere despenalizar el consumo, no el tráfico de las mismas, se debe hacer desde un contexto de control, atención y supervisión de un Estado responsable y comprometido” (Agustín C.).

“Pienso que es una opción personal y tendría que ser legal, para que se termine el negocio clandestino” (Romina);

“Despenalización sí, pero con una educación y un control. Igual, la sociedad argentina no está preparada para asumirlo” (Gonzalo).

“Creo que deben ser despenalizadas, para poder ejercer un mayor control sobre ellas. Siempre lo prohibido atrae más de lo que no lo es” (Alejandro).

Singularmente, los entrevistados que manifiestan su postura favorable a la despenalización de las drogas “blandas” como la marihuana son seguidores de bandas con posturas similares (como Los Piojos o Viejas Locas):

“Respecto de la cocaína no estoy de acuerdo con la despenalización. En cambio, el consumo de marihuana no lo condeno” (Guadalupe).

“Yo pienso que la marihuana tendría que estar legalizada. Sólo la marihuana. Creo que sería la única droga que podría estar legalizada. A parte la marihuana no afecta tanto a la salud del humano, como piensa toda la gente. Las demás drogas te destruyen en muy poco tiempo. La marihuana es una planta de la naturaleza y creo que la gente tiene derecho a querer o no consumirla, no veo por qué tiene que estar prohibida. Yo apoyo la legalización, siempre y cuando el que consume marihuana, no moleste al otro” (Leonel).

Tal parece ser la identificación de este tipo de bandas, que algunos de los fans alternativos directamente rechazan dicha postura:

“Me parece que el rock chabón tiene más esa cosa de apología a las drogas que no comparto” (Lucas y María Emilia).

Los más escépticos sostienen que la penalización o liberalización no cambiaría la situación o argumentan que la mera discusión sobre el tema es inútil:

“¿Va a cambiar en algo si se legaliza? No, los pibes se van a seguir drogando, se van a seguir matando” (Clarisa);

“Sinceramente, no sé si se tendría que penalizar o no. Sea penalizada o no siempre va a estar y siempre se va a conseguir” (Lucía).

Otros en cambio sostienen que el problema no es la droga en sí, sino la exclusión social:

“El de las drogas es un problema que está enmarcado en otro mucho mayor y que es al que se debería apuntar. Me refiero a la marginación de los individuos por parte de la sociedad, a la falta de ayuda, falta de solidaridad, falta de información, a la intolerancia, al prejuicio y todas esas cosas que abundan en nuestra sociedad” (Andrés)

En varios casos, los entrevistados hacen referencia a la responsabilidad personal del que prueba la droga y luego se vuelve adicto:

“Cada uno elige si quiere consumir o no. Sabe en la que se está metiendo” (María).

“Las drogas la consume quien quiere, cada uno puede hacer lo que quiere con su vida” (Enzo).

En especial los entrevistados de mayor edad, admiten que han sido tentados en más de una oportunidad o que hasta han llegado a consumir dichas sustancias:

“Tuve la oportunidad de probarla varias veces y, sin embargo, no es algo que me haya tentado” (Sebastián);

“Probé fijos y algunas pastillas. Pero ni en pedo me metería en los ácidos, ni mucho menos en las intravenosas” (Facundo);

“Me he fumado algún porrito en la vida y no pasó nada, qué se yo” (Lorena).

(ii) Relaciones sexuales y riesgos

La mayoría de los fans no tienen reparos en referirse al tópico de las relaciones sexuales:

“El sexo es una de las cosas más lindas, más sinceras e indescritibles que hay” (Lucía).

“Son una expresión de amor excelente y por otro lado es algo muy necesario” (Alejandro).

En buena medida, manifiestan tolerancia y apertura hacia las distintas experiencias considerando, como lo habían hecho para el caso de las drogas, que se trata de un tema personal:

“Cada uno lo hace cuando quiere” (María).

“Opino que hay que hacer lo que tengas ganas” (Nadia).

En especial los varones (aunque también algunas chicas), admitieron la posibilidad de tener sexo no sólo en el ámbito de la pareja sino también de relaciones causales:

“Si se da una relación casual bárbaro; si es con una novia, espectacular” (Sebastián).

“Sexo está bien en pareja, está bien sin estar en pareja” (Ana).

En cuanto a los riesgos, como embarazos no deseados y el contagio del SIDA, consideran temas importantes aunque asumen que se trata de peligros que se pueden evitar simplemente a través de la información y de la prevención:

“Pienso que si se toman las precauciones necesarias y se está informado al respecto no hay nada que temer” (Agustín C.).

“Se puede usar preservativo y con eso se solucionan los riesgos. Pero, para eso hay que enseñar en las escuelas, así todos tienen la posibilidad de informarse” (Clarisa).

“El riesgo de SIDA, el embarazo no querido, eso se tiene que fijar uno antes de hacer las cosas. O te cuidás o no te cuidás, vos elegís” (Leonel).

“Yo lo tomo con absoluta seriedad, uno se debe cuidar y sobre todo a quien quiere. La educación sexual es primordial y la gente que está en salud debería dejar de ser hipócrita y hablar de esto sobre todo con los más jóvenes” (Gonzalo).

Algunos entrevistados llegan a utilizar expresiones insultantes para los que no se saben cuidar:

“Si sos tan boludo como para no cuidarte, jodete” (Sebastián).

“Se necesitan publicidades que digan ‘boludo, si te parece mejor pasarla bien 12 minutos a cambio de después enterarte de tener algo fatal, jodete por falto de valores’” (Joaquín).

“El embarazo no querido creo que pasa más por descuido o desinformación que por otra cosa. Estando en el siglo XXI, no sabe el que no quiere saber” (Lorena).

Un solo entrevistado consideró que el SIDA era un “regulador”:

“El SIDA y esas cosas son como un regulador que nos fue puesto” (Facundo).

En ciertos casos surge el miedo:

“SIDA: miedo; es miedo puro el que tengo con eso” (Ana).

“Con respecto a las enfermedades contagiosas y los embarazos es horrible. O sea, lamentablemente con todo eso yo creo que ya casi ni ganas de tener relaciones dan. O a lo sumo sí, pero con mucho miedo. Es una re inseguridad” (Mariel).

Al ser consultados por la posibilidad de la despenalización del aborto, muchos mantienen la postura prohibitiva y sostienen que en el caso puntual de un embarazo no deseado hay que hacerse cargo del bebé:

“Si hay un embarazo no querido, hay que aceptarlo. No se puede quitarle la vida a una persona que está por nacer” (Enzo).

“Creo que si estás dispuesto a tener relaciones sexuales, tenés que estar dispuesto a hacerte cargo de lo que ocurra” (Pablo).

Las excepciones estuvieron dadas por las entrevistadas de mayor edad, como Guadalupe:

“Creo que el aborto debería ser legal. Creo que la prohibición tiene mucho que ver con el negocio. Ojo, en cualquier caso considero que el feto es una vida. No me haría un aborto salvo en condiciones de violación o algo así. Pero en el caso de un embarazo no deseado, me haría cargo. Pero si otra persona piensa que no puede hacerse cargo del nene que va a tener, bueno, lo acepto. Digamos, discuto la tutela sobre la vida del otro. Creo en la independencia para elegir qué quiere y qué no quiere para su vida. Además, se evitarían muchísimas muertes” (Guadalupe).

Varios entrevistados, en particular varias chicas, piden más conciencia respecto de las implicancias que tiene el sexo:

“Personalmente, creo que tendríamos que tener más conciencia de todo eso” (María).

“Que deben ser llevadas a cabo con responsabilidad y ser disfrutadas al máximo” (Agustín C.).

“Pienso que es muy jodido el SIDA y muchos chicos no toman las precauciones necesarias” (Romina);

“Que hay que tenerlas cuando se está seguro, no antes de tiempo. No estoy de acuerdo con esas chicas que tienen 13 años y ya perdieron su virginidad por moda” (Mariana);

(iii) Actuación policial

Buena parte de los entrevistados no tiene un buen concepto de la figura policial. Aunque algunos afirman haber tenido malas experiencias con la policía, no parece ser esta la fuente de mayor resentimiento, ya que la mayoría sostuvo que no fueron episodios graves, sino el conocimiento de casos de represión policial. Pese a eso en muchos casos, terminan aceptando la autoridad policial como necesaria:

“A veces, son un mal necesario. A mí, por lo menos, no pasaron de tratarme como el otro. No me joden más que eso. Pero a otros por ahí los joden muchos más y rompen las pelotas, pero si no estuvieran en el boliche o en el recital serían un infierno” (Sebastián).

“Está bien que haya policías porque controla, mientras que no se zarpen y caguen a palos por nada” (Clarisa).

“Si alguno se zarpe que la policía lo calme” (Tomás).

“Aunque son sucios, me parece bien que estén. Es más me gustaría más seguridad en todos lados, no sólo en el recital o en el boliche” (Joaquín).

“Prefiero que alguien controle a los excitados que se ponen a hacer pelotudeces en vez de escuchar la música” (Facundo).

Para otros entrevistados, en cambio, el mero accionar policial suele complicar más que resolviendo los problemas:

“Los policías son más para generar quilombos que para evitarlos” (Guadalupe).

“Con respecto a los incidentes con la policía, digo que son ellos los que provocan para reprimir en todos lados. Los policías no controlan, sólo reprimen” (Enzo).

“La policía agita, es la que provoca todo. Es la que tiene la orden de reprimir y provocar disturbios. La gente es un fósforo y la policía la chispa. Nadie te puede cuidar pegándote” (Lucas).

“La poli en los reci... se creen que son Dios por estar vestiditos todos de azul y con un arma. Se la dan de capos” (María).

En cualquier caso, vemos que los conceptos al respecto no parecen vincularse con los estilos, sino con las experiencias personales tanto directas como indirectas sobre la actuación policial.

(iv) Situación del país

La mayoría de los entrevistados coinciden en plantear una descripción negativa sobre la situación del país aunque no acordaron respecto de los pronósticos:

“Que es un país donde siempre se puede estar peor y que si sigue con la gente que está en el gobierno se va a estar peor” (Sebastián).

“Que se sigue viniendo abajo y no sé dónde vamos a terminar” (María).

“Se está hundiendo cada día un poco más y para colmo no hay vuelta atrás” (Maximiliano)

Mientras algunos prefirieron ser optimistas:

“Sobre el futuro tengo esperanzas de que alguna vez Argentina cambie y sea un buen país” (Clarisa).

“Creo que en un futuro la Argentina va a mejorar” (Leonel).

Otros hablaron con intranquilidad sobre las dudas respecto a un futuro incierto:

“Ojalá cambiara todo y se levante el país. Pero no sé... no creo que acá llegue a poder estudiar y trabajar de lo que quiero” (María).

“Que es una tierra sin futuro con gente sin nada. Me veo mal. No veo ninguna expectativa de cambios” (Romina).

“Es difícil pensar en un futuro optimista” (Nadia).

Entre estos últimos, algunos aceptaron la situación y se plantearon la vía de la resignación

“No tengo expectativas de cambios”; Mariana.

“Me veo durmiendo debajo de unos cartones” (Nadia)

o la del cambio

“Me veo como un joven que estudia y trata de formarse para que poder ser mañana un hombre de bien y tratar de poner mi granito de arena para sacar al país adelante” (Agustín C.).

“Me veo fuera del eje, pero con la necesidad de pelearla desde adentro, tengo las mejores expectativas, sino ya me hubiese ido” (Lorena).

Otros hablaron directamente de la emigración

“Los cambios dependen de si me voy o no” (Joaquín).

“Quiero irme aunque voy a extrañar las costumbres y los amigos” (Facundo).

Cabe destacar, que fueron fans alternativos los que mencionaron la posibilidad de emigrar, mientras que los punks fueron los más oscuros en sus descripciones del presente y futuro del país.

(v) Consideraciones sobre la política

Una amplia mayoría de entrevistados manifiesta no tener ningún interés en política (Sebastián, María, Clarisa, Enzo, Lucía, Alan, Leonel, Vanesa, Gonzalo, Andrés, Mariano, Maximiliano, Lourdes, Lorena). Dos de los entrevistados de menor edad sostienen que el desinterés reside en la ignorancia respecto de esta actividad:

“No me interesan los proyectos políticos. La política la verdad que no me preocupa mucho a mí, porque no entiendo nada. Me interesa sólo si pasa algo muy importante” (Tomás).

“No entiendo nada Y no me importa, no me interesa” (Nadia).

En el caso de una fan punk como Romina (estilo tradicionalmente anarquista) afirma ser “antipolítica”, pero fueron las palabras de un fan alternativo como Jota las que aludieron al proyecto anarquista de singulares características:

“Sí, me interesa un proyecto que sea una anarquía de artistas donde gobierne la música, eduke la pintura y se resalte la escultura” (Jota).

También es en el grupo alternativo, que aparece referencia al partido socialista/comunista: Leandro manifiesta haber participado de ese partido, pese a que después se distanció del mismo; mientras Lucas afirma haberse acercado a las ideas del Che en la escuela y haber participado del Centro de Estudiantes.

“La política me interesa más o menos. Bah, me interesa. Antes estaba en el partido Socialista. Después, no... me abrí. Cuando empecé el secundario y no tenía mucho tiempo” (Leandro)

“Me interesa la política pero hasta ahora no ví ningún proyecto serio. Pelean por una cosa pero terminan por pelear por otra. En cuanto a los políticos creo que hay que hacer una limpieza total que no se va a conseguir promedio del voto. Si me dicen a quién votar, no sé. La solución no es el voto sino que el pueblo salga a la calle. Necesitamos una revolución social. En la secundaria estuve en el Centro de Estudiantes. De ahí salió mi idea política, de la bronca. Me acercaron un libro que era el “Che para principiantes” done se hablaba de Marx y ahí agarré a Marx” (Lucas).

También dentro del ámbito alternativo, Mariel expresa cierto interés por la política aunque también cierto temor por la responsabilidad que ésta implica:

“A veces pienso que me gustaría desarrollar un proyecto político, pero lo veo como mucha responsabilidad” (Mariel).

En el ámbito del rock chabón, dos entrevistados (que, cabe destacar concurren a una escuela relativamente politizada como el ILSE), manifiestan cierto interés por la política.

“Siempre me gustó la idea de la política” (Agustín A.).

“Me interesa ayudar al país pero no desde la política porque no me gusta pero sí cumpliendo y haciendo valer mis derechos y obligaciones lo cual ya es hacer bastante” (Agustín C.).

Ya en el ámbito universitario (más precisamente la politizada Facultad de Ciencias Sociales de la UBA), Guadalupe dice:

“Proyecto político, no me interesa. Siempre me terminaron defraudando. Coincidió con el proyecto del Frepaso y me terminó defraudando. Aún cuando piense que lo que está haciendo Zamora está bueno, no me siento identificada” (Guadalupe).

Por último en el ámbito del rock stone, Ana manifiesta interés por “ayudar” pero no tanto en el terreno político sino en el campo social y sólo una vez que haya resuelto sus propios conflictos:

“Voy a construir algo haciendo lo mío, desde mi lugar. Me encantaría hacer algo más. Pero para sentirme bien yo. Tengo que aprender a que el otro se sienta bien antes que yo. Me gustaría ayudar a los chicos, en algún centro. Pero, hasta que no esté bien conmigo, no comienzo con el otro. Estar en cualquiera es no tener un proyecto o tener un proyecto y no aprovecharlo. Tengo espacio pero hay algo aire que no te deja” (Ana).

(5) Caracterización de sí mismos

La mayor parte de los entrevistados se caracterizan como personas “normales” aunque con rasgos personales que les otorgan un “estilo propio”:

“Me veo como un pibe normal, con algunos pájaros volados, buen pibe, tranquilo. Mi conducta es común, tranquila, no busco el problema, no trato de llamar la atención de una manera extravagante, no uso nada que no me guste, trato de no desubicarme. Trato de respetar los códigos que se aprenden en la calle, defiendiendo a mis amigos a muerte” (Sebastián).

“Sencillo, estudioso, amable, compañero, sincero, divertido” (Alejandro).

Un caso particular fue el de Joaquín que asumiendo el estilo de música que le gusta como una caracterización de personalidad dijo “Me defino como sónico”.

Muchos rechazaron la idea de identificarse con alguien considerando que no buscan copiar a nadie sino más bien construir una personalidad propia:

“No me identifico con ningún modelo trato de ser yo mismo sin tratar de imitar a nadie” (Agustín C.).

“Como modelo, me elijo a mí misma. Cada persona tiene su personalidad única” (Mariana);

“No me identifico con los estereotipos” (Nadia),

Entre los que sí se identificaron encontramos, la mayoría lo hizo con sus ídolos musicales o figuras que sus ídolos veneran (con la excepción de Ana que lo hizo con Dios y Jota que lo hizo con Buda):

“Me identifico con el Pity, el cantante de Viejas Locas, porque admiro su personalidad” (Vanesa).

“Me identifico con Ernesto Che Guevara por llevar hasta las últimas consecuencias sus ideales, resignando las comodidades y bienes que le suponían ser ministro” (Gonzalo);

“Me identifico con Cristian Aldana, pero no sé por qué” (Mariano)

Parte de los seguidores entrevistados consideran que sus conductas son tranquilas:

“Conducta más bien pasiva, intento no meterme en quibombos” (Agustín A.);

“Somos tranquilos” (Lucas y María Emilia);

Otros afirman que también asumen actitudes rebeldes y combativas:

“Mi conducta es rebelde” (Romina);

“Creo que mi conducta es rebelde y combativa” (Clarisa);

“Soy rebelde, estoy acostumbrado a ir en contra, inclusive de la mayoría” (Gonzalo);

“Soy rebelde para todo; yo trato de ser libre, no me etiqueto” (Nadia);

La mayoría de los seguidores consultados dijeron rechazar a las personas “conchetas” y “falsas”:

“Me molesta mucho el concheto o la concheta con la papa en la boca, el ‘gordi’ me da ganas de matar a alguien” (Sebastián);

“Rechazo a las personas caretas, falsas, mentirosas” (María);

“No me gustan las personas falsas, las que intentan sobresalir por encima del resto” (Andrés);

“Rechazo a las personas traicioneras, soberbias, ambiciosas, superficiales” (Alejandro);

“Rechazo a las personas hipócritas y falsas” (Lourdes);

Algunos fans alternativos optaron por el rechazo hacia gente con “poca personalidad” (Mariel) o que “no tiene un estilo de vida ni un cerebro parecido al mío” (Facundo).

2. Conclusiones parciales de análisis en recepción

a) Introducción

A partir de nuestras entrevistas con jóvenes consumidores de videoclips y seguidores de estilos diversos, podemos discriminar dos grandes grupos: por un lado los fans del rock chabón, del rock stone y del punk; por el otro los del pop y del rock alternativo. Pese a la existencia de cruces entre seguidores de ambos grupos (por ejemplo, se advierten ciertos vínculos entre algunos fans del rock alternativo y fans del punk), consideramos que se puede establecer cierta dicotomía o, al menos, diferenciación entre los “fans de lo barrial”¹²¹ y los “fans alternativos”. En principio, vemos que los primeros describen los videos focalizándose en los rasgos del contenido, mientras que los segundos tienden a considerar también los aspectos formales a los que le adjudican la capacidad de entretener, sorprender e innovar. En particular, los primeros se interesan por la representación “naturalista” de contenidos que resulten familiares y cercanos a sus horizontes de conocimiento: no están interesados en construcciones artificiosas sino, por el contrario, en aquello que pueda parecer más “verdadero”. Los “fans alternativos”, en cambio (en especial los del pop) esbozan consideraciones retóricas respecto a la construcción de los videos y se interesan no sólo por los clips en vivo (que son la principal preocupación de los “fans de lo barrial”), sino también (y, algunos, de manera especialmente enfática) por los videos en estudio. A diferencia del grupo barrial, éstos se sienten atraídos por la búsqueda de innovaciones tanto en lo que hace a los videos como al universo en general de las bandas que siguen. Estas afinidades también aparecen en el

¹²¹ Cabe destacar que dentro del grupo de “lo barrial” incluimos a fans de estilos que históricamente han mostrado fuerte rivalidad: el rock chabón/stone vs el punk. Se trata de una “competencia” que surgió al calor del crecimiento del fanatismo del público argentino por dos bandas extranjeras supuestamente antagónicas: los Rolling Stones, por un lado y los Ramones, por otro. Bandas locales como Los Ratones Paranóicos y Viejas Locas se impusieron como íconos nacionales del rock stone, mientras que grupos como Attaque 77 o 2’ se erigieron como prototipos del punk. Así, en los diferentes shows de cada una de estas bandas podía y puede todavía advertirse cómo los grupos de seguidores se insultan mutuamente en ausencia (un cántico tipo es “el que no salta es un stone”) pese a que en repetidas oportunidades las propias bandas (el caso más paradigmático es el de Attaque 77) promueven la tolerancia entre sus seguidores e instan a no promover rivalidades. Pero, aún cuando los cánticos se mantengan y la “competencia” parezca existir y reavivarse show a show, es evidente que tanto en cuanto en el nivel productivo de las propios conjuntos musicales como en el de reconocimiento de sus seguidores las aparentes diferencias se extinguen y aparecen, en cambio, las verdaderas afinidades que residen en un mismo culto al barrio, a las cosas sencillas, a los rituales en los recitales, etc. En este sentido, podemos suponer que esa rivalidad tiene más que ver con la necesidad por parte de los fans de distinguirse dentro de un mismo ámbito que de las verdaderas diferencias. De hecho, también dentro del ámbito del pop alternativo se puede constatar cierta “competencia” entre los seguidores de bandas de características muy similares como Juana La Loca y Turf, pero no por ello hemos de perder de vista las numerosas semejanzas entre ellas que las hace pertenecer a un mismo estilo.

momento de analizar las respuestas respecto a los ámbitos que consideran como propios, los gustos en el vestuario o simplemente en la forma de construir lazos con sus pares.

En cuanto a la posible rivalidad entre ambos grupos mencionados, puede decirse que efectivamente advertimos cierta crítica de lo barrial por parte de lo alternativo. En cambio, dentro del ámbito de lo barrial no advertimos rechazo hacia lo alternativo sino más bien indiferencia. El principal objetivo de crítica de “los barriales” es el “pop comercial” que visualizan sustancialmente en artistas extranjeros como las “five boys band” (N’Sync, Backstreet Boys, Boyzone, etc.) o cantantes femeninos como Britney Spears, Cristina Aguilera, etc.

b) Acerca de los videos

(i) Consumo y selección

El modo en que los entrevistados dicen consumir los videoclips confirma la caracterización propuesta por diversos especialistas y planteada en el marco teórico respecto a que la imagen debe responder a la pieza musical. En efecto, en buena medida los fans afirman que en el momento de disponerse a ver clips privilegian las canciones antes que las imágenes lo que nos habla de una característica propia ya no sólo de los diversos estilos musicales, sino de un modo de hacer propio de este género. De esta forma, lo que vimos que aparece como marca en producción, también surge como marca en recepción. Pese a que una gran mayoría afirma que la música trasciende a la imagen, algunos fans del estilo alternativo sostienen que lo importante a la hora de evaluar un clip es la combinación entre ambos elementos y en un caso en particular, un fan de Turf, afirma que las imágenes son aún más importantes. Esto nos habla ya de cierta diferencia en lo que hace a la consideración del aspecto visual de uno y otro grupo de seguidores. Como veremos una y otra vez, son los entrevistados más cercanos a lo alternativo los que privilegian el aspecto estético del video –y por ende las imágenes propuestas- mientras que los fans de lo “barrial” buscan manifestaciones más sencillas y espontáneas.

La diferencia incipientemente marcada en el párrafo anterior se manifiesta a la hora de analizar el modo que los consultados consumen los videos, según los estilos que valoren. En efecto, mientras los entrevistados que siguen al rock chabón, al rock stone y al punk se interesan puntualmente por la representación visual de las canciones de sus bandas favoritas, algunos de los seguidores del rock y el pop alternativos valoran al formato del video en sí. Es decir, mientras los fans del estilo barrial parecen buscar en el clip meramente la imagen de sus músicos favoritos, los seguidores de lo alternativo se interesan porque la manifestación visual en sí misma, llegando a sentirse atraídos por videos de bandas que no son sus favoritas. Una vez más, vemos que pese al

supuesto rechazo entre la dupla rock chabón y rock stone en contra del punk (tal como se puede advertir en los recitales de ambos donde los insultos son comunes), estos parecen tener más de un punto en común y, por el contrario, mostrar sus diferencias respecto del estilo alternativo.

A su vez, esto último parece repercutir también en lo que hace a las preferencias de los seguidores respecto a los tipos de videos. En efecto, aunque la mayoría de los consultados admiten su gusto por los videos en vivo, se pueden establecer diferencias de criterio: mientras los fans del estilo barrial gustan de modo especial de los videos en vivo, a los que consideran particularmente positivos por mostrar la *performance* del grupo “sin maquillaje” y de manera “auténtica”, algunos de los seguidores del estilo alternativo rechazan con violencia este tipo de video manifestando que el video en vivo constituye un recurso mediocre para bandas con escasa creatividad que encuentran en esta modalidad la forma para seguir utilizando las mismas canciones sin editar nuevas producciones. Entre estos seguidores, también encontramos una mayor aceptabilidad de los videos en estudio, a los que fans del estilo “barrial” consideran poco atractivos por mostrar a su banda favorita en un escenario más artificioso. Esta dicotomía a la hora de elegir los tipos de video nos muestra la continuación de la dualidad que habíamos advertido en producción al distinguir los modos de hacer “en vivo” y “en estudio”, que se relacionan también con las distintas formas de verosímil que cada estilo pone en acto: mientras los videos barriales abrazan el verosímil social justamente a través de la mostración “auténtica” del show en vivo donde músicos y fans comparten la escena, los videos alternativos privilegian en gran medida el verosímil de género más vinculado a la producción en estudio donde el armado de la escena resulta más evidente.

De esta manera, advertimos las relaciones entre lo que vimos en producción como *retórica del ritual*, que vinculamos a su vez con lo Verosímil de género propio de los videos en vivo, y la recepción de los clips que incluimos dentro de esta clase de categoría por parte de los seguidores. En efecto, muchos fans (también en el ámbito alternativo) reconocen el placer que les genera revivir aquello que han experimentado en vivo mientras que otros asumen la necesidad de experimentar, a través del video, la vivencia de los recitales a los que, por diversos motivos, no pudieron asistir. Así, si en producción vimos que estos videos otorgan gran importancia al público, advertimos en recepción que la propia audiencia parece tener conciencia de esta relevancia y se asumen como “personaje” destacado dentro del espectáculo tanto del video como del show. La mayoría, en especial dentro del grupo de gustos barriales, manifiesta su aprobación por la figura del “público” destacando que éste otorga color a la “fiesta” que es un recital, llegando algún entrevistado a marcar la presencia fervorosa de la audiencia como uno de los

rasgos distintivos entre los videos en vivo nacionales e internacionales. En este sentido, muchos de los entrevistados reconocen que son o han sido parte de estas audiencias y se sienten cercanos a ellas, compartiendo buena parte de los “rituales” que los videos muestran: la portación de banderas, el prendido de bengalas, los cánticos, el uso de remeras de la banda en cuestión o de grupos afines, etc. Pero, la *retórica del ritual* también aparece en el ámbito de los video de las bandas del estilo barrial: el ritual también consiste en la repetición de fórmulas estereotipadas disfrutadas por el público que, como los niños, quieren volver a ver la misma historia. En el análisis en producción de lo “barrial”, advertimos la reiteración de rasgos temáticos y retóricos. Es esta repetición la que los entrevistados “barriales” no sólo advierten (sin utilizar la terminología específica), sino también valoran. Por su parte, en cambio, en el análisis en producción de lo alternativo advertimos una mayor variedad de recursos retóricos que son, a su vez, valorados por los seguidores del estilo.

Entre los fans alternativos, también se produce cierto reconocimiento de lo que en producción denominamos *retórica del espectáculo* que, recordemos, se emplazaba especialmente en los videos en estudio. Los fans, a diferencia de lo que sucedía con la retórica del ritual, a la que los entrevistados le adjudican la expresión de la autenticidad, reconocen en esta clase de producciones el hecho de que hayan sido realmente preparadas ad hoc con escenografías, vestuario, iluminación y demás detalles especiales que generan una imagen más sofisticada que la del simple video en vivo. Como veremos al analizar la descripción que los seguidores realizan respecto a los espacios y personajes que aparecen en este grupo de videos, podemos decir que las marcas vistas en producción son reconocidas por los entrevistados. Además, algunos seguidores de lo alternativo (y en particular de bandas como Babasónicos que no editan videos en vivo¹²²) manifiestan directamente su desprecio por la presencia de las audiencias en los videos en vivo.

(ii) Reconocimiento y apreciación de estilos musicales

En general, los fans muestran una buena capacidad para distinguir los estilos e identificar las marcas que los caracterizan. Describen con mayor solvencia el estilo del que son seguidores, aunque también demuestran cierta soltura para discriminar otras manifestaciones. En particular, uno de los estilos más reconocidos fue el rock chabón que fue descripto por propios y ajenos como “rock de barrio”. Por su parte, los seguidores del punk lo definen como la “representación

¹²² Los videos en vivo que se registran de esta banda (de los cuales uno forma parte de nuestro corpus) no son editados por el grupo o su sello, sino por las cadenas de video que tienen los derechos sobre ciertas actuaciones en vivo del grupo que ellos han televisado.

de la anarquía y el descontento”. Los seguidores alternativos no proponen una descripción abarcativa del estilo que consumen ya que prefieren marcar características singulares de las bandas que apoyan. Por otra parte, surgen diferentes dicotomías: entre los seguidores de lo barrial, surge la rivalidad de la combinación de rock y punk con el pop comercial (“careta”); mientras que entre los alternativos aparece directamente la distinción entre el rock alternativo y el “rock de cancha”.

(iii) Caracterización de los videos

Tal como sucede con la distinción de estilos musicales, los entrevistados también diferencian los “modos de hacer” propios de los videos. Pero, cada grupo encuentra un “filón” característico para definir dichas modalidades. Por un lado, los fans del estilo barrial sustentan su descripción de los clips en rasgos temáticos (referencias al “barrio”, a la “cancha”, a “las cosas simples”) y los ponen en relación con criterios retóricos que remiten a la escasa elaboración de las producciones. En efecto, sostienen que la puesta en escena de temas sencillos y humildes requiere un modo de hacer también simple, por lo cual lejos de criticar la pobreza estética la afirman como rasgo de valor al que, además, vinculan con la escasez de presupuestos de las bandas en cuestión (caso singular es el de una fan de El Otro Yo que formula disquisiciones similares a las de sus pares barriales por tratarse de una banda independiente, pese a que algunos videos de esta banda, aun sin contar con grandes presupuestos, están lejos de ser “pobres estéticamente”). En contraposición, varios seguidores del estilo alternativo postulan referencias técnicas (como el tipo de fotografía, la iluminación, la escenografía, etc.) que remiten a cuestiones retóricas. También los fans barriales hacen referencia a cuestiones “de imagen” al referirse a esta clase de estilo. Esto implica que, como efectos de sentido, aparezca, por un lado, un modo de caracterizar a los videos sustancialmente fundado en el contenido por parte de los fans de lo barrial (aun cuando aluden a ciertos criterios retóricos, éstos siempre están en relación con cuestiones temáticas); y, por otro, una descripción basada en lo formal entre los seguidores del estilo alternativo. En definitiva, esto no hace más que confirmar lo que vimos como marca en producción al advertir que un estilo se preocupa más por lo dicho en las letras, mientras que el otro se concentra más en el modo de decir en las canciones pero también en el modo de exponerlo en los videos. Asimismo, esto también puede ser puesto en relación con lo antes dicho sobre el modo de consumir los videos ya que en un grupo de entrevistados aparece la idea del disfrute del video como mera manifestación del conjunto, mientras que en el otro grupo de consultados surge el placer por el video en sí mismo al

ser capaces de valorar cuestiones formales (que los primeros pueden llegar a advertir; pero, no dicen disfrutar).

La propia estética “naturalista” en los videos en estudio del estilo barrial (vinculada también a la retórica del ritual propuesta en los videos en vivo) de la que los fans reconocen sus características, hablan de una composición más homogénea, en cuanto a personajes y espacios puestos en escena, que se diferencia de la configuración más heterogénea del estilo alternativo. En efecto, justamente al aludir a los rasgos temáticos de los videos, los seguidores del estilo barrial no tienen dificultad en distinguir los mencionados elementos. Por ejemplo, muchos entrevistados distinguen en los videos una fuerte presencia de personajes marginales tanto económica como socialmente (pobres, prostitutas, drogadictos). Aunque en producción también identificamos esto como marcas propias de la videografía del estilo, vimos que también aparecen otros personajes que pocos fans nombran (otros jóvenes, niños, familias, etc.). Otra reiteración importante, según los entrevistados, se da en lo referente a la presencia de obreros o, simplemente, trabajadores; pese a que la mayoría de los fans reconoce que más que a la clase baja, los videos ponen en escena a la clase media. Tanto en el caso de la referencia a lo marginal como en la indicación de cierta presencia proletaria, surge en los fans una especie de reconocimiento hacia estos personajes que supone la valoración en tanto *cuerpos legítimos*. De esta manera, son “legítimos” los *cuerpos del aguante* que responden a un modelo tanto femenino como masculino fuerte física y espiritualmente para ser capaz de contraponerse a los obstáculos que le presenta la vida. En producción, advertimos que el modelo del *cuerpo del aguante* no sólo alcanza a los personajes marginales o proletarios, sino que también se vincula con otros modelos de cuerpo más “burgueses” pero que comparten con los primeros la fidelidad al barrio, a los lazos familiares y de amistad. En reconocimiento, surge en los entrevistados la caracterización de estos últimos con el término de “normales”, descripción que como veremos también usan para referirse a sí mismos o a su estrato social (en general, la clase media). Como ejemplo de esta puesta en relación, mencionamos el caso de una fan de Viejas Locas que llega a vincular la figura de un obrero introducido en el video de *Homero* con su padre.

También hay coincidencia entre producción y reconocimiento cuando los entrevistados describen los espacios que ocupan estos cuerpos en los videos. En efecto, los personajes “sencillos” interactúan en lugares también “simples”, como el barrio o la cancha (descriptos en producción como invariantes). Se trata de lugares que los fans identifican como espacios “comunes” con los que tienen contacto más o menos diario (por lo menos con el barrio, ya que respecto de la cancha de fútbol muchos pusieron reparos).

La retórica “del espectáculo” de lo alternativo complica un poco más la descripción de los seguidores de este estilo que, al igual que los propios videos, se dispersan algo más a la hora de determinar personajes y lugares. Esta particularidad se puede vincular con cierta tradición histórica propia del pop que, según Paul Yonnet, se presenta como característicamente inestable. En efecto, este autor contrasta la unidad musical del rock and roll con la gran variedad de posibilidades formales del pop en una permanente búsqueda estética¹²³. Este es el rasgo predominante también en la retórica del espectáculo que, aun cuando habilite cierta continuidad de determinados caracteres, busca la permanente modificación de detalles con el fin de sorprender continuamente. Pese a que esta retórica no sólo responde al pop, sino también al rock alternativo, parece proponerse como la continuación de esa búsqueda estética que Yonnet marca en el pop de los '60 y '70. En este sentido, la dificultad de lectura de invariantes por parte de los seguidores se traduce en la reiteración de un rasgo visto en producción. No sólo eso: muchos de los entrevistados afirman que su interés por los videos reside justamente en la capacidad que estos tengan para sorprenderlos, lo que supone que más que la repetición de fórmulas temáticas como sucede con los seguidores de lo barrial, estos fans se interesan por un determinado efecto de sentido: la capacidad de los videos para generar curiosidad y asombro.

Pero como advertimos, pese a la variedad de formas, es posible discriminar tanto en producción como en reconocimiento al menos una invariante: el carácter “decadente” y “glamoroso” que visten tanto a los personajes como a los espacios elegidos. En cuanto a los personajes decadentes, algunos aluden a prostitutas y drogadictos, tal como sus pares del otro estilo con los que también comparten cierta valoración por lo marginal y también cierta consideración de estos como *cuerpos legítimos*. Sin embargo, la apreciación no se vincula con el modelo del *cuerpo del aguante*, sino con lo identificado en producción como *cuerpo del glamour* y *cuerpo de la diferencia*. Los admiradores de bandas como los Babasónicos o Turf, se apegan a la definición “glamerosa”, a la que identifican a partir de una forma de vestir extravagante, comportamientos bizarros y la aceptación de cierta ambigüedad en lo sexual. En cambio, los seguidores de bandas como El Otro Yo o Catupecu Machu, optan en su descripción por marcar la “diferencia” advirtiendo la presencia de adolescentes que tratan de rebelarse contra ciertas normas establecidas y que, en repetidas ocasiones, son reprimidos por ello. Cabe destacar que son justamente los entrevistados más jóvenes de estos estilos los que advierten la presencia de adolescentes.

¹²³ Yonnet, Paul. *Juegos, modas y masas*. Gedisa, Barcelona, 1988. p. 123.

Los seguidores de ambos estilos coinciden en aludir a la presencia de espacios como el boliche o el recital, aunque mientras para los barriales la disco puede constituir el paradigma de lo “concheto”, para los alternativos puede remitir a lo “fashion” (aunque algunos también lo rechazan). También esto supone cierta reiteración de lo visto en producción respecto de tales ámbitos.

Una diferencia entre lo visto en producción y en recepción reside en la identificación de espacios al aire libre como invariantes. En efecto, pese a que advertimos cierta reiteración de espacios verdes dentro del ámbito de lo alternativo, los seguidores de este estilo no mencionan de manera especial ninguno de estos lugares y lo mismo sucede con los entrevistados más vinculados a lo barrial.

A la hora de caracterizar a los músicos presentes en los videos, cada grupo de entrevistados responde siguiendo los mismos criterios antes vistos: los seguidores del rock chabón, rock stone y punk aplauden la autenticidad de los artistas que se presentan de manera natural con ropas sencillas (como jean y remera) y sin maquillaje (que se vinculan con el modelo de *cuerpo del aguante*); mientras que buena parte de los fans de lo alternativo destacan la esforzada producción estética con cierto toque “glamoroso” y hasta ambiguo (que se relaciona con el *cuerpo del glamour*) junto con otros que privilegian cierta actitud diferente (propio del *cuerpo de la diferencia*). Esto muestra una vez más que los seguidores del estilo barrial reconocen cierta homogeneidad en la reiteración de fórmulas (sobre la que se sustenta la retórica de lo barrial), mientras que la descripción de los alternativos es más compleja. De hecho, mientras los fans de Babasónicos o Turf reconocen la búsqueda estética de los músicos cuya indumentaria busca sorprender, entre los fans de El Otro Yo se relativiza la importancia que la banda le otorga a la apariencia física. En realidad, dos de los seguidores reconocen cierta inquietud estética de la banda en la elección de mamelucos para sus presentaciones en vivo. Pero estos fans más que hablar de la apariencia de los músicos identifican como rasgo característico de sus músicos favoritos su expresión sobre el distanciamiento con el sistema.

Singularmente, ciertos fans de lo barrial junto con seguidores de lo alternativo (de bandas como Catupecu Machu) coinciden en afirmar que la escena musical aparece dominada por cierto machismo. Es decir, aunque reconocen la presencia femenina en lo que respecta a los personajes, no individualizan la participación femenina en tanto artistas. Esto no se da en el caso de una banda alternativa como El Otro Yo donde los seguidores reconocen la importancia de la bajista, Ma. Fernanda Aldana.

Otra observación interesante surge respecto de la forma que tienen los fans de describir a sus artistas favoritos a los que no reconocen directamente como adultos, sino más bien como jóvenes. De hecho, destacan rasgos juveniles como la vitalidad, la actitud combativa y reconocen modos de vestir propios de los jóvenes. Esto abona lo visto en producción como indicio del fenómeno de juvenilización que supone que el paradigma de lo “joven” funciona no sólo para ese grupo etario, sino también para los adultos. En el caso de las estrellas de rock esto se ve especialmente enfatizado, pese a que casi ninguno de los entrevistados haya aludido al fenómeno (sólo un fan de Babasónicos considera que la banda siente la necesidad de mantenerse “joven” para lo cual alienta la difusión de su música entre los más jóvenes, despreciando a sus fans más antiguos y generando una estética más “juvenil” en sus nuevos videos).

También notamos que en reconocimiento no surgen referencias propiamente dichas a lo que en producción describimos como *cuerpos otros*, pese a que sí reconocimos similitudes en lo que respecta a la caracterización de *cuerpos legítimos*. En este sentido, mientras los videos sí introducen *cuerpos otros* (como los cuerpos de los represores o los cuerpos del rico), los fans no hacen alusión a estos. En realidad, para los fans la “otredad” no reside en características como la marginalidad u otros rasgos poco apreciados socialmente, sino en la identificación de un modelo que contradice el modelo “legítimo” del *cuerpo del aguante*. De esta manera, las dicotomías no están dadas tanto en el interior de los videos (ricos vs pobres, por ejemplo), sino entre los videos de estilos contrapuestos (músico “stone” vs cantante del “pop comercial”, por ejemplo). Por el contrario, los seguidores alternativos manifiestan distancia y cierta crítica a lo que definimos como *cuerpo del aguante*, llegando a despreciar la figura del público en los videos en vivo de las bandas más barriales.

Buena parte de los entrevistados, seguidores tanto de un estilo como del otro, advierte la posibilidad de formular relaciones entre ellos mismos y los personajes puestos en escena. Se trata, entonces, del reconocimiento de identificación secundaria con estas figuras sustancialmente en función de su lugar en el mundo y de su actitud. Así, mientras los fans de lo barrial se reconocen en los personajes de los videos por ser “personas comunes” con “actitudes sencillas”, algunos de los fans alternativos dicen compartir con esos personajes un mismo estilo de vida (o hasta una actitud “sónica”), una misma forma de vestir y de pensar.

Si los personajes se presentan como figuras más o menos cercanas, los músicos aparecen como “modelos”, “ejemplos” o directamente “ídolos” bastante más lejanos. Entre los más jóvenes se verifica cierta sacralización de los artistas; mientras que en los de mayor edad se advierte la necesidad de reconocer posibles diferencias considerando que, aunque medie la admiración, esta

no se traduce en una imitación de cada uno de los actos. Esto se vincula con el hecho de que para alcanzar la constitución de una identidad propia, el sujeto necesita ir desprendiéndose de las identificaciones, que comienzan a perder utilidad. Para los más jóvenes, esta identificación con esos “modelos” resulta necesaria y muchos afirman que les gustaría ocupar su lugar ya que los músicos hacen lo que quieren y es lo que ellos quisieran alcanzar. Los de más edad reconocen su respeto por los artistas, pero buscan comenzar a diferenciarse y se empeñan en mostrar que no siguen al pie de la letra lo que su músico favorito le aconseja.

c) Acerca de sí mismos y de sus opiniones

(i) Caracterización de jóvenes

Los entrevistados se caracterizan sin problemas dentro del segmento etario “joven” y, en general, se distancian del grupo de los “adultos” pese a que, por sus edades, varios podrían asumirse también dentro de este grupo. La excepción está dada por una fan de Catupecu Machu de 27 años (Lorena) que al serle formulada la pregunta acerca de los jóvenes responde sin dificultad sintiéndose partícipe de esta categoría, aunque cuando se le consulta acerca de los adultos también manifiesta que se la podría considerar como tal. De esta forma, comprobamos las teorías de la perspectiva psicoanalítica y sociológica respecto a la extensión de la categoría “joven” a partir del otorgamiento de una prolongada moratoria social a estos “jóvenes” de la que, como advierte tanto Bourdieu como Margulis, mucho depende de la clase social de la que son miembros. Al ser parte de la clase media, tal como la mayoría afirma ser, los entrevistados desarrollan una descripción bastante laxa del concepto “joven”: sin atribuir edades definidas, expresan que se trata de un período “difícil” en tanto se presenta como la transición entre la niñez y la adultez.

En realidad, la mayor parte de los consultados advierte que la mayor dificultad que presenta este período está dada por la situación en la que deben vivir su juventud, es decir, en gran medida achacan al crítico contexto social el hecho de que se sientan “perdidos”, de que busquen sin éxito un rumbo y de que aún no logren insertarse dentro del mundo. Esto se vincula con el pronóstico que formulan respecto del país, al que consideran en una situación muy compleja de la que la mayoría supone que no va a salir. En este sentido, manifiestan cierto resentimiento por este contexto, otros experimentan resignación pensando en un futuro negro que de cualquier manera no pueden modificar, mientras un tercer grupo asume la posibilidad de un cambio. Muchos de los que vislumbran esta chance, son los que asumen que la juventud es la que tiene el deber de modificar las cosas, por lo cual asume cierta responsabilidad al respecto. En

efecto, ciertos entrevistados argumentan la necesidad de pensar y de preocuparse por el país desde su lugar y critican, en cierta forma, el desinterés que advierten entre los jóvenes. En especial esta crítica surge entre los entrevistados que son seguidores del rock barrial vinculado con cierta postura de compromiso social (cabe destacar que al menos un fan alternativo también asumió la necesidad de “hacer algo por este país”, pero no se trata de la postura mayoritaria).

Entre los alternativos, en cambio, aparece la postura respecto de la búsqueda de la identidad como un proceso individual antes que grupal destacando enfáticamente la falta de rumbo. En especial esto se advierte entre los jóvenes seguidores de El Otro Yo, cuyas letras y videos expresan de manera marcada esta situación. Dentro de este grupo de fans, se advierte que asumen la desorientación y la “dejadez” como parte de la edad y de la situación en la que están inmersos, pero sin desarrollar crítica alguna. También cabe destacar que entre algunos de los fans alternativos, surge la posibilidad de emigrar del país ante el panorama crítico.

Pese a las dificultades y obstáculos de la vida joven, los entrevistados también destacan la importancia de los momentos de recreación y esparcimiento, como característicos de esta etapa y que constituyen ámbitos de libertad. Tanto al hablar de boliches y de recitales, como de espacios al aire libre, los consultados le otorgan importancia como lugares para manifestarse, establecer contactos o simplemente distraerse. En este sentido, la mayoría asume estos espacios como ámbitos ideales para las salidas en grupo que son los momentos que más privilegian. En efecto, aunque muchos aceptan que gustan de los momentos a sola para pensar, también sostienen el placer de los encuentros grupales al punto que algunos manifiestan que les gustaría siempre estar en grupo. Podríamos vincular esto al *fenómeno de tribalización*, caracterizado por Oriol Costa, Pérez Tornero y Tropea, y al de *socialidad*, descripto por Maffesoli, en tanto parece surgir en los jóvenes la búsqueda por la pertenencia a un grupo afín, en especial a lo que se refiere a los fans de lo barrial. Como afirma Urresti, se trata de grupos de pares en donde los jóvenes se comienzan a separar de los padres y en los que encuentran redes de contención para el proceso de construcción de la identidad. Para los entrevistados esto implica el compartir recitales juntos, salidas a boliches (a los que muchos admiten que van sólo para acompañar a sus amigos) pero también otras prácticas como el tomar alcohol o fumar. En particular entre los seguidores de lo barrial, surge la idea de los recitales como una “comunidad” con el resto del público, manifestando un concepto positivo de las audiencias y manifestando su preferencia por los videos en vivo que relatan, justamente, este evento. Notamos lo dicho por Maffesoli respecto al predominio de la lógica del tacto, en tanto los fans aprecian rituales como el pogo, la portación de banderas, el mosh, los cánticos que implican una puesta en contacto fuerte tanto física como simbólica con el

otro que les otorga un gran placer. Se advierte cierta diferencia respecto de los fans alternativos, algunos de los cuales manifiestan con cierto desagrado esta excesiva proximidad en especial en el caso de seguidores de mayor edad que sostienen no estar interesados en codearse con los fans más pequeños. En realidad, aun dentro de los barriales, surge cierto distanciamiento frente a este “contacto” por parte de los entrevistados de mayor edad, quienes afirman que, con la edad, han cambiado sus hábitos y hoy prefieren mantenerse algo alejados de las prácticas más “tribuneras”. En cuanto a los boliches, también surgen como espacios donde se privilegia el contacto y las relaciones entre pares y la búsqueda de vínculos con el sexo opuesto. En este sentido, también se advierten diferencias en los testimonios recogidos según las edades, manifestando los más chicos una mayor aceptabilidad del lugar. Las opiniones también difieren según los estilos preferidos, ya que se advierte cierto desprecio por lo “concheto” del boliche entre los más acérrimos seguidores de lo barrial. En cualquier caso, más allá de edades y estilos, la mayor parte de los fans concuerdan en discriminar la “socialidad” del recital, en contrapartida con el mayor “individualismo” del boliche. El hecho de que el público esté unido para ver un show implica para los fans un elemento de unión muy fuerte que hasta llega a neutralizar cierta agresividad que perciben en el boliche.

En cierta medida lo expresado por los entrevistados como concepto de “joven” (descripción, espacios, actividades) es el que advertimos como rasgo temático propio de los videos: un concepto laxo de joven que alcanza diversas edades; que se encuentra confundido en un mundo que no le ofrece posibilidades, sino que, también, reprime sus expresiones; pero que siempre encuentra un lugar para la fiesta y la recreación. Asimismo, también aparecen los mismos espacios para el encuentro grupal que los fans mencionan, así como también los videos (en especial los “barriales”) invocan en buena medida esa figura de la “tribu” que advertimos en los entrevistados. En este sentido, notamos cierta diferencia entre los videos del ámbito barrial que proponen más difusamente este espíritu grupal, a diferencia de los videos alternativos que difunde un modelo más individual o que, en el caso de que muestre a un conjunto de personas, se refiere a un grupo pequeño y limitado de amigos y no a una “masa”. Sin embargo, este mayor individualismo no aparece de manera evidente en los testimonios de los fans alternativos, permaneciendo así como una rasgo en producción que no aparece en reconocimiento.

(ii) Caracterización de otros grupos etarios

En coincidencia con lo propuesto en los videos, los entrevistados sostienen una mirada romántica de los niños a los que ven como “inocentes” y “frágiles”. Para ciertos fans, se intuye ya

cierta desesperanza que luego será magnificada durante el período joven, lo que indica cierto derrotismo que también suele aparecer en los videos. Por su parte, otros indican la influencia sobre los niños de la televisión, lo que coartaría su mundo de fantasía. Pero, sustancialmente, la mirada homogénea de los fans implica concebir a los niños como ejemplos de pureza frente a la corrupción adulta, no tanto por los adultos en sí sino más bien por el mundo adulto.

En cuanto a los adultos, la mirada es francamente derrotista en coincidencia con la perspectiva negativa del ser joven y el pronóstico pesimista del país. En efecto, más que advertirse una postura crítica hacia el grupo de los adultos, podemos reconocer la idea de que ese período implica la confirmación de los fracasos de la juventud. La mayoría advierte “amargura” entre los adultos, preocupados por la inestabilidad laboral y las permanentes crisis. Entienden que estos asumen la responsabilidad de mantener a las familias y de tratar de guiar a los jóvenes, aunque para muchos fallan en esta tarea. Sólo en alguno de los fans del estilo punk, advertimos una crítica más radicalizada, al considerar que no sólo los adultos son “amargados” sino que directamente “amargan” a quienes tienen a su alrededor. En el ámbito de los seguidores del rock chabón, una de las entrevistadas asocia directamente el mundo adulto al mundo de los políticos, al que critica con vehemencia por su falsedad. Pese a que no son voluminosas las protestas contra el mundo adulto, no son pocos los entrevistados que entienden que este grupo no cumple función social alguna sobre los jóvenes, en parte porque consideran justamente que tal es su derrota que ni siquiera pueden incidir sobre los menores. En este sentido, notamos cierta diferencia con la actitud agresiva de los jóvenes frente al mundo adulto que identifica la perspectiva sociológica. De hecho esta supuesta violencia parece estar neutralizada por la perspectiva del fracaso adulto y, en lugar de enojo, aparece cierto temor a repetir ese camino falto de éxitos.

La mirada de los jóvenes sobre los adultos también coincide en buena medida con la identificada de los videos, pero no de todos los estilos, sino particularmente de los del punk, el rock chabón y del rock stone. En efecto, estos ponen de manifiesto personajes adultos vinculados a las clases populares marcados por el trabajo o directamente por la marginación social. Lo singular es que los entrevistados no se refieren a estos estratos, sino directamente a la clase media. Justamente son estos estratos a los que aparecen vinculados los personajes adultos de algunos videos alternativos, pero no aparece en la situación crítica que para los entrevistados éstos se encuentran. En general, aparecen como padres o madres de familias, con responsabilidades como las que los fans dicen que los adultos tratan de cumplir con escaso éxito. También aparecen adultos de clases más altas: en los barriales, pueden aparecer como íconos de la riqueza corrupta, mientras en los alternativos pueden aparecer como “playboys ganadores”.

Esta caracterización de los adultos no aparece en el testimonio de los fans, al menos en este aspecto (sí hay cierta referencia a esto ante la consulta respecto de las clases sociales).

La mirada de los jóvenes sobre los adultos parece excluir al mundo de los músicos. En general, no asocian a los artistas con este grupo, aun cuando las edades los hagan corresponder en su mayoría a esta categoría. En realidad, se vincula también con el modelo de cuerpo propuesto en los videos que constituye un excelente ejemplo del fenómeno de juvenilización sobre el que muchos investigadores se han extendido. En efecto, el modelo del cuerpo del músico propuesto por los videos recupera elementos característicos del paradigma de joven que en ellos mismos se propone y que los jóvenes identifican como propios: la indumentaria “jean y remera” propia también de los fans en el caso del estilo barrial y ropas extravagantes y coloridas en el ámbito alternativo, así como también una actitud mayoritariamente de “fiesta” (participación en reuniones, comidas, fiestas, boliches, recitales, etc.). En este sentido, se puede pensar que no sólo los fans reciben la influencia de los videos de los grupos, sino que las bandas también aceptan la incidencia de las modas o hábitos que adoptan sus fan. También se podría interpretar que los músicos ven extendida su propia moratoria social, formando parte de una “clase” especial donde la edad cronológica permanece neutralizada por una actitud de vida que, sin importar los años, siempre será “juvenil”. El mundo de los músicos constituye un modelo atractivo caracterizado por el éxito social y económico, en oposición al fracaso del resto del mundo adulto con el que los entrevistados lidian cotidianamente. Este modelo imaginario, sustentado en los videos, aparece como el modo para no renunciar a la libertad, a los sueños y para mantener una imagen juvenil. Es un cuerpo casi sin edad que no sólo hace lo que quiere, sino que sigue haciendo lo que quería cuando era un cuerpo realmente joven. El modelo de la estrella de rock vive, entonces, en el mundo adulto, pero ocupando un lugar “juvenil”.

(iii) Caracterización de clases sociales

En principio, la mayor parte de los entrevistados se identifica con la clase media a la que caracteriza como “lo normal” en tanto constituye un estrato de personas al que “no le sobra ni le falta nada”. En contadas excepciones, algunos se identifican con la clase baja, aunque los argumentos son meramente de tipo ideológico, es decir, que más que pertenecer a los estratos de menores recursos sienten afinidad con ellos. La gran mayoría afirma identificarse con este grupo por cuestiones materiales como las ya indicadas, aunque dentro del grupo de fans alternativos también se desprenden ciertas consideraciones del orden cultural, tales como “la forma de vestir” o “la forma de pensar”. Las caracterizaciones que los fans hacen de este estrato social coinciden

en buena medida con la propuesta por los videos que, sin recurrir a los estereotipos a los que remiten al tratar otras clases, desarrollan una presentación casi “natural” de los personajes pertenecientes a este grupo, por ejemplo, a través de las escenas en emplazamientos “cotidianos” como casas y departamentos sin grandes lujos, ni tampoco carencias.

En cuanto a los otros estratos, los entrevistados seguidores del estilo barrial concuerdan con la postura puesta de manifiesto por los videos de las bandas admiradas. En efecto frente a la crítica de la clase alta por presunta “corrupción moral”, los fans y los videos aluden a la “riqueza espiritual” de la clase baja. Para ello, los videos recurren a estilemas prototípicos como: la mostración de trajes caros, joyas, compra de champagne costoso, cuerpos estilizados por operaciones, etc. en referencia a la clase alta; en contraposición a la exposición de los cuerpos sucios, maltratados, descalzos, con ropas andrajosas de la clase baja. En este sentido, fans y videos del estilo barrial parecen coincidir en conceder una mayor legitimidad al cuerpo de los estratos populares, en oposición al “cuerpo otro” de la clase alta. Por su parte, en cuanto a los fans alternativos no advertimos en sus testimonios los rasgos temáticos identificados en los videos de este estilo con relación a la descripción “ganadora” de los playboys.

(iv) Caracterización según sexos y preferencias sexuales

Como ocurrió con la caracterización de la clase media, los entrevistados utilizan el apelativo “normal” para referirse a la elección heterosexual tanto de sí mismos, como de los personajes puestos en escena, como también de los músicos. En este sentido, ante la mera referencia a la orientación sexual los fans parecen asociarla directamente con lo heterosexual. De hecho, ésta es también la primera “opción” al referirse a las relaciones sexuales en donde casi siempre aluden a los vínculos entre sexos opuestos. Nuevamente, esto coincide con lo puesto en escena en los videos que mayoritariamente dan cuenta de esta clase de relaciones, aunque en ellos sí aparece cierta referencia a la ambigüedad, a la androginia o a la homosexualidad que en los fans está más borrada. Al menos, esto se verifica en lo que respecta a los videos alternativos. Singularmente, no fueron demasiados los fans de este estilo que, al caracterizar los personajes y músicos, den cuenta de esto por lo que se pueden pensar dos interpretaciones: o bien que los seguidores no reconocen estos elementos en tanto constituyen para ellos elementos comunes donde cierta ambigüedad está directamente vinculada a la heterosexualidad sin que ellos lo adviertan; o bien que simplemente no lo ven porque sólo se concentran en los aspectos más “normales” sin prestar atención a ciertas desviaciones propuestas en los videos.

En cuanto a la caracterización que hacen de varones y mujeres, más que por el estilo de música que prefieren los seguidores, se distinguen justamente por el sexo. Así, es entre las mujeres que surge la idea de remitirse a la igualdad (en el caso de algún entrevistado varón también aparece) entre los géneros, sosteniendo que la mirada es la misma para un caso como para el otro. En cuanto a los varones, aparece en cierto grupo (en especial, dentro del estilo barrial) una “sacralización” de lo femenino, junto con una incapacidad (casi un terror) de hablar sobre lo masculino (creemos que como respuesta a cierto miedo a ser considerados homosexuales). Esto se puede vincular con lo visto en producción respecto a los videos que producen una presentación erotizada de la mujer, identificada más como un objeto de deseo que como protagonista de historias. Esto avala, a su vez, lo dicho por los fans sobre la permanencia de cierto machismo en el rock nacional. Numerosos entrevistados de ambos sexos, en cambio, coinciden en la consideración de ciertos rasgos: para las mujeres, la referencia a la complejidad, cierta falsedad, envidia; para los varones, comentarios sobre su inmadurez.

En cuanto a los homosexuales, la mayoría sostiene una mirada de tolerancia coincidente con lo “políticamente correcto” en el nivel social. En general, son vistos como ejemplos de libertad al elegir sin tapujos el objeto sexual de su preferencia. Para algunos entrevistados varones, sin embargo, constituyen una ofensa a la naturaleza que es duramente criticada. En los videos, se advierte una mayor liberalidad en este aspecto y las actitudes rayanas en lo homosexual son moneda relativamente común.

(v) Caracterización de espacios

Los entrevistados manifiestan que sus lugares favoritos pueden ser tanto espacios públicos (como los ya mencionados recital y boliche, o también espacios al aire libre como plazas) o ámbitos privados como sus propias piezas. Sin embargo, pese a que en principio se podría pensar que los entrevistados de los dos estilos en oposición coinciden en sus apreciaciones sobre sus costumbres y valorizaciones de espacios, vemos que nuevamente muestran sus diferencias. En principio, notamos que las elecciones de los seguidores de lo barrial se presentan como más homogéneas reiterándose una y otra vez los mismos lugares, mientras que en los testimonios de los fans de lo alternativo aparece una mayor variedad de ámbitos, tales como: cafés, museos, fiestas privadas (que en cierta medida también fueron mencionadas por el otro grupo de entrevistados), galerías, etc. Esto se vincula con cierta postura “elitista” expuesta tanto por varios de los entrevistados como por los videos que consumen, en contraposición al gusto más masivo y popular que expresan los seguidores y videos de lo barrial. Estas diferentes

actitudes pueden, a su vez, relacionarse, por un lado, con la mayor aceptabilidad de los gustos refinados de la clase alta por parte de fans y videos alternativos; y, por el otro, con la afinidad hacia el gusto más uniforme y “ordinario” de la clase baja por parte de seguidores y clips barriales.

Pero el distanciamiento del gusto por lo masividad surge también como elemento vinculado a la edad de los entrevistados, lo que advertimos a partir de que algunos de los seguidores de lo barrial de más edad expresan una mayor variedad de espacios favoritos en comparación a los más chicos. Esto podría estar relacionado con el hecho de que estos fans logran encontrar ámbitos de disfrute que se relaciona más con sus gustos netamente individuales y no tanto con las afinidades de su grupo de pertenencia. De hecho, uno de los fans de Los Piojos advierte como la relación con su grupo de pares fue cambiando a medida que amplió su paisaje cultural al insertarse en otros lugares como la facultad, al punto de llegar a perder casi todo contacto con sus “amigos de barrio”, con quienes se sentía unido por el consumo de un mismo estilo de música y videos “barrial”.

La diferencia entre los estilos y edades también se manifiesta en la caracterización de dos lugares arquetípicamente juveniles como son el boliche y el recital. En principio, la mayoría coincide en distinguir al recital, como ámbito donde el público está unido por el gusto hacia la banda, en oposición al boliche al que ve como espacio más fragmentado donde los que concurren son una suma de individualidades sin un elemento en común. Para los seguidores de lo barrial se trata de un elemento importante que utilizan para valorar enfáticamente al recital y expresan que en esta comunión del público mucho incide la participación en rituales como la portación de banderas, el encendido de bengalas, la práctica del pogo. Los fans asumen que estos rituales tienen su importancia también en los videos en vivo, al punto que algunos los toman como referencia para distinguir entre videos en vivo nacionales e internacionales. Aunque también los alternativos aprecian el recital, no parecen promover en igual medida los rituales que generan esta comunión entre el público. De hecho, varios entrevistados expresan que les interesa disfrutar de manera individual sin preocuparse por el resto y que hasta llegan a ser molestado por las actitudes “tribuneras” de cierto sector del público que obstaculizan su disfrute. Aparece nuevamente, cierta distinción entre una actitud más propia de la *socialidad neotribal* entre los seguidores barriales, en contraposición a una mayor individualidad en los fans alternativos. Esta distinción se presenta también en referencia a la diferencia de edades, ya que entre los entrevistados de mayor edad (aun del ámbito de lo barrial) también aparece cierto distanciamiento respecto de los rituales comunitarios de los recitales, prefiriendo más tranquilidad.

Como buenos fanáticos de bandas, la mayor parte de los entrevistados manifiesta su preferencia hacia los recitales y cierta resistencia a los boliches. En principio, advertimos que se trata un rasgo de unión de pares basado, esta vez, en la negación y no en la afirmación, pero que también aparece como importante a la hora de aportar bases para la identidad. Por otra parte, las opiniones tampoco son uniformes, advirtiendo una mayor aceptabilidad del lugar en especial entre los entrevistados más chicos y, en menor medida, entre los alternativos (en especial, en los casos en que los boliches también funcionan simultáneamente como espacios para pequeños recitales). Por el contrario, entre los barriales y en especial entre aquellos de más edad aparece la caracterización de la discoteca como expresión de lo “concheto” que remite a una descripción de la indumentaria (más sofisticada, de marca) así como también a una actitud (falsa). Advertimos que esta es también la descripción vista en algunos videos barriales que llegan a parodiarlo (el caso más ejemplar es el de *Hola qué tal*, de las Pelotas). Entre algunos de los seguidores de lo alternativo de más edad también surge la crítica hacia este ámbito, pero fundada en la falta de comunicación del lugar y en la consideración de que los que concurren a estos ámbitos son gente sin estilo. Pero, en buena medida los entrevistados de más edad seguidores de ambos estilos coinciden en ver a la disco como un ámbito más “adolescente”.

A la hora de describir espacios característicos, los fans pronunciaron un concepto más o menos uniforme en lo que hace a la distinción barrio/ciudad. Más allá de que el rock chabón, el rock stone y el punk sean los estilos más vinculados desde sus videos y canciones al barrio, la descripción de este ámbito es más o menos la misma entre todos los entrevistados, es decir, un lugar donde priman las relaciones entre vecinos y familias en general, tranquilo, austero, simple. La diferencia radica en que las valoraciones no son siempre las mismas, advirtiéndose una mayor nostalgia por la vieja idea de barrio (ya que la mayoría cree que el barrio como tal ya no existe) entre los fans de las corrientes mencionadas. Pese a que algunos de los seguidores alternativos también coinciden en esta mirada, otros rechazan de plano cualquier identificación con lo barrial, negando estar interesados en este ámbito.

La ciudad aparece en el imaginario de los entrevistados como emblema de la alineación y en contraposición no sólo a una mayor tranquilidad del barrio sino también a la paz del campo. En este sentido, advertimos que como en los videos, el barrio aparece como invocado dentro de la ciudad y al mismo tiempo alejado de lo que ésta representa. De hecho, por el modo de vida que videos y fans reconocen sustentado en relaciones interpersonales entre vecinos, el barrio aparece como el oasis urbano cuya tranquilidad recuerda el espíritu campestre.

Por su parte, el campo y los espacios al aire libre en general (como plazas, los otros “oasis” en la ciudad) también aparecen en el imaginario de los seguidores de uno y otro estilo (pese a que es el alternativo el que reitera más estas figuras) como ámbitos propios para la distensión y el disfrute de cierta “paz”. Para algunos entrevistados, tanta armonía genera aburrimiento, por lo que asumen su preferencia por lo netamente urbano. El uso de las plazas aparece sustancialmente entre los seguidores barriales de sexo masculino que las asocian como sinónimo de “fútbol”. De hecho, aunque la mayoría dice no practicar con regularidad ejercicio físico, admiten que se reúnen eventualmente para el “picadito de los amigos” y los parques suelen ser un buen punto de encuentro. Esto abona la tesis de la mayor socialidad propuesta por los videos y fans de este estilo, que enfatizan las actividades en grupo y la afirmación de los grupos de pares o tribus. Entre los alternativos, en cambio aparece la figura de la playa (también entre alguno de los seguidores de lo barrial) a la que asocian directamente con vacaciones, lo que aparece como otra marca de clase media, pero también como un ámbito de disfrute de corte más individual.

Un espacio característico dentro de muchos videos del estilo barrial que, sin embargo, no aparece de manera regular entre sus seguidores es el partido de fútbol. De hecho, aunque algunos reconocen cierto interés, sorprende la poca motivación que despierta esta idea ya no sólo entre los alternativos (cuyos videos nunca hacen referencia a este ámbito), sino entre los barriales. Por otra parte, aunque algunos admiten cierta relación entre los rituales de las hinchadas futbolísticas y los fanáticos del rock, sorprende que muchos entrevistados nieguen este vínculo y marquen diferencias como: que en el fútbol hay rivalidades que en los recitales no aparecen, que en el fútbol hay una mayor agresividad, que los códigos son diferentes pese a la aparente similaridad de los rituales. En este sentido, aparece como marcada diferencia entre producción y reconocimiento de videos en la forma en que los clips explotan la identidad casi “futbolística” de las bandas (el uso de remeras de fútbol, el destacar rituales comunes como las banderas y las bengalas entre el público, los cánticos) y el público que reproduce los rituales “tribuneros” pero manifiesta cierta reticencia a reconocer parecidos entre el rock y el fútbol.

(vi) Elección de la indumentaria y descripción de la apariencia

Como sucede frente a otras preguntas, la mayor parte de los entrevistados describen como “normal” su apariencia y la elección de su indumentaria, siendo los seguidores de lo barrial los que más insisten en esta descripción.

Para los fans de lo barrial la “normalidad” implica la utilización de una suerte de combo que reitera una y otra vez: buzo, remera y jean. Para los del rock chabón y stone, esto incluye también la utilización de las zapatillas Toppers, en especial las de color blanco y, en buena medida, la utilización de un pañuelo al cuello. Entre las preferencias, también se reitera cierta predilección por un estilo deportivo a partir del uso de jogging, ropa amplia en general y, entre los varones, el uso de remeras de fútbol (recordemos que también los cantantes de las bandas suelen usar esta clase de prenda). En cuanto a peinados, se reitera el uso del corte con flequillo tanto para los varones como para las mujeres. Sin embargo, cabe destacar que no todos los entrevistados reconocen estos rasgos en la apariencia como propios del estilo, sino que simplemente consideran que es la forma que adoptan ellos. Por su parte, al menos dos entrevistadas afirman que en cierta manera les molesta la imposición de este estilo, reconociendo que la no aceptación del mismo puede derivar en “cargadas” en los recitales o en sus alrededores. Sin embargo, una de ellas manifiesta que a medida que se fue interiorizando en el mundo de los recitales comenzó a aceptar estas imposiciones y se fue “adaptando”. Reconoce que la utilización de símbolos que den cuenta de su gusto por la banda no sólo la acerca al grupo de pertenencia, sino que también le permite fortalecer su identidad a la que considera algo débil, lo que explica de qué modo la adopción de estos rasgos se articula mediante el mecanismo de la identificación secundaria. Entre los entrevistados más chicos, surge también la distinción entre aquellos que portan remeras de rock para indicar sus preferencias musicales y aquellos que sólo lo hacen para “canchear”. Esta actitud es fuertemente censurada y tiende a molestar a aquellos que se sienten “realmente fans”.

Por su parte, los punks también adoptan el combo buzo, remera, jean y zapatillas que, en lugar de Topper, suelen ser Converse All Stars. En general, dicen preferir la ropa oscura y también, en algunos casos, los peinados con cresta. Cabe destacar que pese a que se trata de estilos que, en teoría manifiestan entre sí cierta aversión (es decir, suele ocurrir que en los recitales punks se insulte a los fans stones y en los shows stones se critica a los punks), presentan una apariencia muchas veces similar y la misma búsqueda de un estilo “dejado”. En este sentido, aunque exista la mencionada “pica” entre ambos, es indudable que la dicotomía no surge entre sí, sino respecto del grupo de los alternativos, que se muestran como los “sofisticados”. De hecho, todo lo desarrollado hasta ahora a partir de la descripción en producción de los videos, como en recepción a partir de los testimonios indican similitudes en la caracterización y utilización de espacios, en la descripción de grupos de personas, etc. que dimos en llamar “retórica del ritual” en oposición a la “retórica del espectáculo” de lo alternativo.

Por su parte, la mayor parte de los fans alternativos opta por la búsqueda de prendas “retro”, es decir, ropa de o simplemente con las características de la década del ’60 y ’70. Para ello, afirman que visitan ferias americanas y locales afines. Entre los alternativos, aparece la referencia a peinados específicos de grupos (el corte del guitarrista de El Otro Yo o el peinado de Turf), así como también el corte más rebajado en la parte de atrás y mechones sobre la frente. En buena medida, dicen apreciar la combinación de colores lo que también aparece en la descripción de adornos que se diferencia del simple uso de logos en el ámbito del rock chabón y del rock stone o la adopción de alfileres de gancho entre los punks. Por otra parte, la descripción formulada por los seguidores alternativos expresa un manifiesto interés por los criterios estéticos, a diferencia de lo que sucede entre los de lo barrial que sólo describen su apariencia como “normal” y se resisten a identificar invariantes entre su forma de vestir personal y la de otros seguidores de esos mismos grupos. Lo interesante es que entre los alternativos esta búsqueda no alcanza sólo a las mujeres (son mujeres las reconocen ciertas marcas del estilo barrial), sino que también los varones se preocupan por su aspecto. Por ejemplo, uno de ellos manifiesta que se pinta las uñas, además de gustarle hacerse tatuajes, elementos que reconoce “desaparecen” frente a entrevistas de trabajo. Esto último se reitera también en el caso de varias entrevistadas, así como en general muchos reconocen que modifican sus hábitos según el lugar a donde vayan, actitud que entre el otro grupo de fan es más resistida. En realidad, en esto también incide las diferentes edades, ya que la admisión de diferentes apariencias según los ámbitos a concurrir aparece más entre los entrevistados de mayor edad con responsabilidades laborales (o búsquedas laborales) o que simplemente van a la facultad.

Tal como lo reconoce una de las entrevistadas seguidora de Los Piojos que identifica un estilo adoptado por los seguidores, la uniformidad en la apariencia no remite tanto a los músicos de la banda sino más bien al público en sí. En efecto, si bien es cierto que retomando lo visto en producción, es posible pensar en varios puntos de contacto entre el modo de presentarse de los músicos con el de sus seguidores (uso de remeras de fútbol, de remeras de bandas, de jeans, etc.), la similitud resulta más evidente entre la forma en que los fans describen su apariencia y lo que podemos percibir a partir de la exposición del público en los recitales en vivo. Sin embargo, el hecho de que los músicos mantengan en su apariencia cierto estilo juvenil nos hace pensar que efectivamente se puede pensar una relación entre banda y audiencia, pero que este “aire común” surge más de la propia audiencia que del modelo de los músicos. En el caso de la relación fans y músicos alternativos, la relación resulta ser mucho menos homogénea que en el ámbito del estilo barrial, ya que son más numerosas las diferencias estéticas entre las bandas y también entre los seguidores de las diferentes bandas pudiendo distinguir entre: la extravagancia de los

Babasónicos y su público, el estilo más “retro” de Turf y sus seguidores, el estilo grunge de El Otro Yo y uno más “freak” entre sus fans y el modernismo de Catupecu Machu. Asimismo también sucede que las apariencias cambian más seguido entre video y video, en tanto el estilo alternativo se caracteriza por una continúa búsqueda de nuevos detalles y en el camino de una mayor diferenciación y en oposición a una mayor masificación entre los otros estilos.

En cuanto a las diferencias en el cuidado de lo estético según los estilos de los entrevistados, consideramos que se pueden aludir a lo dicho por Margulis: se trata de un tópico que depende de las clases. Podemos pensar si la afinidad revelada entre lo barrial con lo popular (más allá de una vinculación material con la clase media), no se manifiesta también en el preparado descuido de la presentación, ya que vinculan la preocupación por la apariencia con la clase alta a las que desprecian. Por el contrario, dentro de lo alternativo notamos una mayor preocupación por el aspecto y, a su vez, vimos que ni los fans ni los videos ponen los mismos reparos respecto de los estratos superiores, que sí aparece en el ámbito de lo barrial. Probablemente, esta observación necesite de una profundización ulterior, pero queríamos señalarlo como un posible punto para el análisis.

(vii) Comentarios sobre tópicos varios

Los cuatro tópicos de carácter social elegidos para hablar con los entrevistados, en tanto vinculados a lo visto en los videos, son: la droga, las relaciones sexuales y el peligro del SIDA, la situación nacional en relación con su futuro y el interés o rechazo por proyectos políticos.

(1) Drogas

La mayoría considera al tema del consumo de drogas ilegales como un tópico personal, por lo cual varios de los entrevistados, en especial, los mayores abonan la postura de la liberalización. En particular, esta mirada se ve favorecida entre los seguidores de bandas que apoyan la despenalización del consumo de drogas blandas. Por su parte, varios de los entrevistados más chicos, tal vez como consecuencia de una mayor influencia de los padres se expresan a favor de la continuidad de la penalización. Entre alguno de los fans alternativos, aparece la asociación directa entre drogas y rock chabón, apología que es criticada. Por otra parte, varios de los fans mayores afirman haber tenido algún tipo de contacto directo o indirecto (por ejemplo, a través de conocidos que utilizan drogas) con las sustancias ilegales y manifiestan acerca de los graves prejuicios que genera su consumo. Por último, varios manifiestan su

escepticismo acerca tanto de la liberalización como de la continuidad de las prohibiciones, explicando que el consumo se mantendrá de cualquier manera. En sí, creemos que la referencia a las drogas aparece, curiosamente, de manera más marcada en varios de los videos analizados que en los testimonios de los entrevistados quienes no se manifiestan a favor del consumo, aun cuando puedan expresar una opinión liberalista.

(2) Relaciones sexuales y SIDA

Como las drogas, también las relaciones sexuales son consideradas como un tópico personal; aunque a diferencia de las sustancias ilegales, el sexo aparece como algo positivo e importante para la vida del ser humano. En este sentido, fans y videos coinciden en presentarlo como una actividad común entre los jóvenes. Entre varios de los entrevistados del género masculino, el sexo aparece tanto como parte de las relaciones de pareja como resultado de relaciones ocasionales, del mismo modo que es presentado frecuentemente en los videos donde las conquistas al azar constituyen moneda común de las historias (el caso más paradigmático es el de *Los calientes* de Babasónicos). Por su parte, muchas entrevistadas (y algunos entrevistados) solicitan una mayor conciencia respecto de las implicancias de las relaciones (podemos asociar esto a justamente una de las imágenes del video de Babasónicos mencionado donde un plano detalle muestra un preservativo). Esto se vincula a las expresiones de casi todos los entrevistados, sin importar estilo ni edad, que afirman la necesidad de tomar las precauciones necesarias para evitar tanto los embarazos no deseados como el riesgo del SIDA. Lo singular es la actitud crítica que presentan algunos al prácticamente insultar y despreciar a aquellos que resultan afectados de algún modo por no haber tomados las debidas precauciones, sin pensar en la posibilidad de accidentes. Justamente, como consecuencia del sentido de seguridad de que los riesgos se evitan a partir de la prevención, la mayoría asume que en caso de presentarse un embarazo no deseado los involucrados deben hacerse cargo de la situación sin apelar al aborto. Sólo algunas de las entrevistadas de mayor edad aceptan la posibilidad de legalizar esta práctica. Entre algunas de las entrevistadas de menor edad aparece, en contraposición a la seguridad manifestada por otros, cierto miedo ante lo imprevisible que puede ser fruto de cierta ignorancia respecto de las metodologías de prevención en uso o simplemente consecuencia de la inexperiencia. Salvo contadas excepciones como la antes mencionada, no aparecen referencias directas en los videos a la cuestión de la prevención, aunque la mayoría de los videos sí exuda sensualidad. En realidad, se trata de una invocación de cierto sentimiento erótico a partir de la utilización de un régimen

visual del orden háptico con la articulación de frecuentes planos detalles de chicas ligeras de ropa en contacto con sí mismas o con el sexo opuesto.

(3) Situación del país

Como advertimos al hablar de la caracterización de los jóvenes, los entrevistados manifiestan un pronóstico negativo sobre la situación del país. En los videos esto se pone de manifiesto a través de la denuncia de la difícil situación de ciertos personajes marginales (el caso más alusivo es *El pobre* de Attaque 77), así como a la crítica al mal manejo del país por parte de políticos y empresarios (el mejor ejemplo es *El balneario de los Dres. Crotos*, de Los Piojos). Así también se destaca cierta resignación en alguno de los fans de lo barrial que también aparece en varios videos del estilo (recordemos “es así, la vida del obrero es así; y pocos son los que van a zafar” en *Homero*, de Viejas Locas). Esto se podría vincular (tal como lo hicimos al referirnos al desinterés o cuidado de la apariencia) con cierta afinidad con la clase más baja. Recordemos que, para Bourdieu y para Margulis, estos estratos tienen una visión bastante más limitada de la posibilidad de cambiar la situación (así como sus cuerpos), en tanto socialmente han visto restringidos los recursos para generar cierta modificación y hasta pensar en su factibilidad. Por el contrario, dentro del estilo alternativo definitivamente alejado de lo popular y que mira con cierta simpatía el amplio abanico de posibilidades de los estratos superiores, algunos de los fans alternativos expresan la búsqueda de posibles salidas, aun cuando algunas incluyan la emigración, que se pueden vincular con lo expuesto en los videos del estilo que invocan a la elección y a la decisión de sus seguidores (recordemos “es tu decisión, quizás lo mejor llegó” en *La vida modelo*, de Juana la Loca). En realidad, la referencia a estas salidas individuales (muchos hablan de su situación personal como rescatable a partir de la posibilidad de estudiar o irse al exterior, con la excepción de un fan que promueve una búsqueda colectiva), se pueden contraponer a la postulación de salidas grupales/sociales propuesta por algunos fans de lo barrial, más precisamente de bandas con cierto compromiso social (como La Renga). Nuevamente, advertimos cierta dicotomía entre una mayor conciencia grupal entre los seguidores de lo barrial que entre aquellos de lo alternativo.

(4) Consideraciones sobre la política

Una amplia mayoría de los entrevistados manifiestan su radical desinterés por la política y todo lo vinculado a ella. Frente a la pregunta, no les interesa explayarse de ninguna forma, ni

siquiera para dar cuenta de su rechazo. Sin embargo, una minoría de seguidores manifiestan sino interés por la política en sí misma, al menos voluntad por generar algún tipo de proyecto social, por ejemplo, que implique la ayuda a comedores infantiles, etc.

Pese a que el rock y el pop alternativo no se caracterizan por manifestarse políticamente, varios seguidores de este estilo manifiestan interés por la política, así como también haber participado en proyectos políticos. En este sentido, resulta singular que sea un fan del pop alternativo el que hable de su acercamiento a las ideas del Che Guevara, ícono reivindicado por las banderas del público de bandas del rock chabón como La Renga. Paradójicamente, este nombre no aparece de manera en las entrevistas de los seguidores de este estilo, salvo como referencia a cierta iconografía (Ana que dice tener un anillo con la figura del Che, Tomás que dice haberlo conocido a partir de la reivindicación de esta figura por parte de los seguidores de La Renga y de la banda en sí misma). De la misma manera, sorprende que aunque una fan punk manifieste su “antipolitismo” siguiendo la tradición del estilo del que gusta, sea una fan alternativo el que se refiere a un proyecto con características “anarquistas”. Cabe destacar que se trata de un tipo de anarquía singular, gobernada por las artes como la música, la pintura y la escultura.

Al menos dos seguidores de Los Piojos, banda políticamente comprometida, manifiestan cierto interés en proyectos políticos o, al menos, sociales. En realidad, consideramos que puede tener cierta incidencia en estas expresiones el hecho de que ambos concurren a una escuela relativamente politizada como el ILSE (Instituto Libre Segunda Enseñanza). Por otra parte, Guadalupe, alumna de la Facultad de Ciencias Sociales, no afirma pertenecer a, ni interesarse por ningún proyecto político como consecuencia del sentimiento de desilusión que le generó el fracaso del Frepaso. En este sentido, advertimos que, en este caso, una mayor edad y experiencia en la política aparece como elemento que, lejos de profundizar los lazos con la política, los quiebra.

(viii) Caracterización de sí mismos

Al ser consultados sobre cómo se definirían, la mayor parte de los entrevistados afirma que se caracteriza como una persona normal y simple, de clase media, heterosexual y con una familia tipo (refiriéndose con ello tanto a una familia constituida por padres casados y convivientes como padres separados). La mayoría rechaza la idea de identificarse con alguien considerando, por el contrario, que buscan constituir una personalidad propia. Los pocos que

aceptan la posibilidad de identificarse con un modelo lo hacen refiriéndose a sus ídolos musicales (o a figuras veneradas por los músicos, como el Che Guevara) y, en otros casos, a referentes religiosos (como Dios o Buda). Esto implica que, salvo estas excepciones, la mayoría rechaza la idea de identificarse con figuras, pese a que, como vimos, existen numerosos puntos de vinculación, al menos en lo que a nuestro tema se refiere.

En cuanto a la descripción de las conductas y actitudes, se distingue el grupo que se define como “tranquilo” o “pasivo” y aquel que se identifica con lo “rebelde”. Dentro de este grupo, encontramos a los seguidores del punk y, en menor medida del rock chabón y rock alternativo. Notamos, entonces, cierta coincidencia entre los estilos que muestran en sus videos una actitud más agresiva o combativa y la postura descripta por sus seguidores. Por el contrario, dentro del pop alternativo (y en buena medida dentro del rock de este estilo), advertimos que tanto los videos como los fans presentan comportamientos más tranquilos. Asimismo, advertimos que la identificación “rebelde” aparece mayormente difundida en el grupo de entrevistados de menor edad.

Más allá de los estilos, los seguidores coinciden en manifestar que rechazan a las personas falsas, aunque son los fans de lo barrial los que insisten más en destacar su desprecio por aquellos o aquellas que consideran como “conchetas”. Curiosamente entonces vemos que aquellos que dicen considerar menos la apariencia, son los que toman más referentes estéticos para definir a este grupo a partir de referencias como la indumentaria. En cuanto a la falsedad, la mayoría se refiere a los mentirosos, hipócritas, soberbios, etc., características con las cuales algunos definen a los políticos, grupo que suscita amplio rechazo.

CAPÍTULO IV

Conclusiones

1. Introducción

Cuando comenzamos esta investigación nos propusimos investigar dos objetos de estudio y sus vinculaciones específicas: por un lado, los videoclips; y por el otro, la configuración identitaria juvenil vinculada con este consumo específico. Para ello, primero analizamos en producción los clips y dedujimos cuáles son los modelos de cuerpo allí propuestos. Luego, indagamos en recepción, entrevistando a fans de rock, punk y pop que fueran también consumidores de videos. Como resultado del abordaje, concluimos que no podemos hablar de una “influencia” por parte de los videos sobre su audiencia, siguiendo el viejo modelo de la aguja hipodérmica, sino que, por el contrario, debemos asumir la existencia de un “circuito de retroalimentación” entre ambos. En efecto, lo que advertimos es que tanto fans como videos se “nutren” mutuamente: los seguidores encuentran en los clips una importante fuente de referencias identitarias, a partir de las cuales procesar y constituir finalmente su identidad; pero las bandas en sus videos también absorben las construcciones de los propios fans introduciendo elementos propios de la indumentaria, de la actitud y de la iconografía en general. A su vez a partir de esta síntesis generada por los clips, otros fans toman nuevos elementos que, en realidad, surgen muchas veces dentro de la misma comunidad de seguidores, pero que sólo a partir de su institucionalización mediática logran ser conocidos por otros seguidores que comparten un mismo gusto musical y hasta una misma “actitud”, pero no participan del mismo espacio. En este sentido, el “circuito” continúa una y otra vez expandiéndose infinitamente. En definitiva, se trata de la constatación del modelo peirceano de signo: el video como objeto encuentra su interpretante en la formación de un nuevo signo a partir del consumo por parte de la banda y, a su vez, de este nuevo signo se nutren los videos posteriores (tanto de esa banda, como de bandas de estilos similares) ampliando, entonces, la red semiótica. Este circuito se impone, así, como una fuente insoslayable de elementos que los jóvenes toman, consumen pero también modifican a lo largo del camino de los procesos de identificación secundaria, fundamentales para el desarrollo de su identidad.

En realidad, este “proceso” no comienza tanto con los videoclips sino más bien con los diferentes estilos musicales que completan el panorama musical de rock, punk y pop nacional.

Dentro de este universo, los videos son una parte importante pero no excluyente de la definición de los estilos. De manera general, el clip constituye un género sustancial dentro del mercado discográfico, mientras que en el orden de lo particular cada video se erige como sustancial a la hora de contribuir a imponer la imagen de una banda en singular. Pero, los videos sólo son un soporte más a partir del cual se construye el mundo del rock, el punk y el pop. Aunque la importancia del género creció durante la última década, en especial a medida que se impuso el consumo de la TV por cable, las reglas de los clips no son las que condicionan los productos musicales, sino que son las creaciones sonoras las que imponen sus mandatos a los videos. Tanto los especialistas mencionados en el marco teórico, como los propios fans entienden que la característica del clip es que se trata de una producción donde la imagen está subordinada a la música. Aun más, la mayoría de las fans afirma que sus gustos o rechazos por tal o cual video no depende de la composición visual, sino más bien de la música. De esta forma, queremos destacar que si bien observamos la importancia de los clips en tanto fuente de referencias identitarias, debemos advertir que no se trata del elemento fundamental de incidencia sobre la configuración identitaria juvenil, sino un elemento más dentro de la verdadera “fuente de información” que es el universo del rock, el punk y el pop en general. Es decir, no se trata sólo de los videos, sino fundamentalmente de los discos, pero también de los shows, las críticas, las entrevistas y todo lo que contribuye a erigir el imperio discursivo de esta clase de música.

En este proceso, donde los clips son si bien no la mayor referencia al menos una contribución a la construcción semiótica entre fans y música, el cuerpo constituye un elemento esencial tanto respecto de los videos como respecto de los jóvenes. Dentro de los videos es el rasgo clave sobre el cual se focaliza la atención de la cinta, ya sea en referencia al cuerpo de los músicos como también de personajes ajenos a la banda. El comportamiento, el tipo de indumentaria, la pose, los gestos: todo lo que interesa al cuerpo constituye detalles centrales en los videos sobre los que reside, en buena medida, el éxito o el fracaso del mismo. Para los jóvenes, el cuerpo constituye un elemento que los ayuda a identificarse y a identificar a los demás, al tiempo que implica un espacio sobre el cual actuar: la elección del vestuario, el uso o no de aros, la adopción o no de tatuajes son rasgos que les permiten hablar de sí mismos y comunicarse con sus pares.

De esta manera, vimos que a partir de nuestro Corpus A, compuesto por videos podemos hablar de dos clases de cuerpos sustanciales: en primer lugar, el modelo de *cuerpo legítimo* como aquel apreciado y valorado como guía a seguir; en segunda instancia, el *cuerpo otro* que supone una desviación a lo aceptado. En ambos casos, los criterios de valoración o rechazo no responden

tanto a lo establecido socialmente a los cánones enunciativos del video que, a su vez, responde al estilo con el que está vinculada la producción. De esta forma, los modelos de lo “legítimo” y de lo “otro” varían según cuál sea el estilo al que pertenece el video. Por un lado, vimos que los videos del rock chabón, stone y punk construyen el *cuerpo del aguante*, mientras que el rock y el pop alternativo desarrollan las figuras del *cuerpo del glamour* (en especial, ciertas bandas como Babasónicos, Turf o Juana la Loca) y del *cuerpo de la diferencia* (en especial, ciertas bandas como El Otro Yo o Catupecu Machu). El modelo del cuerpo del aguante parece oponerse a los otros dos modelos, generando entonces la idea de legitimidad y otredad entre los dos tipos de estilos (será legítimo aquello para lo que el estilo opuesto es otro, y viceversa). Sin embargo, los estilos también construyen cuerpos “otros” ajenos a estas categorías. Por ejemplo, ambos coinciden, en cierta forma, en mirar como “otro” al *cuerpo del represor* construido como figura de autoridad que permite perseguir y violentar a otros cuerpos. En particular, este modelo (la mayoría de las veces vinculado a las fuerzas policiales o de seguridad en general) es mayormente invocado en los videos del estilo barrial, pero también encontramos ciertas referencias en el ámbito de lo alternativo, lo que habilita a pensar que se trata de un cuerpo denostado por ambos. Por otra parte, como estilos emplazados en la clase media también construyen cuerpos otros referidos a los otros estratos sociales: el *cuerpo del marginal* y el *cuerpo del rico*. El primero es presentado como figura ajena al “sistema” y es valorado justamente en los términos de este distanciamiento respecto del orden social. Por el contrario, el *cuerpo del rico* es construido como modelo de corrupción, distinguido como diferente en una escala económicamente superior pero moralmente inferior. En tanto más interesados por lo temático y no tanto por lo retórico, son los videos de los estilos barriales los que manifiestan esta distinción, mientras en el caso de los alternativos sólo hay tenues referencias que, muchas veces, caen en el juego de la ambigüedad y la parodia (la invocación al playboy en Babasónicos, por ejemplo, es broma pero también es admiración).

A partir de nuestro Corpus B, compuesto por las entrevistas a jóvenes seguidores de los estilos musicales y sus videos, podemos, en cambio, hablar de dos modelos de fans: los *barriales* (que engloban a los seguidores del rock chabón, rock stone y punk) y los *alternativos* (que relacionan los fans del rock y el pop alternativo). De esta forma, al comparar los dos corpus y las categorizaciones formuladas para cada uno, advertimos que la puesta en relación en ambos casos ha resultado similar: de un lado lo barrial; del otro lo alternativo.

Pese a las supuestas rivalidades históricas, el rock chabón/stone y el punk presentan tanto en cuanto a los videos como respecto a sus fans numerosas coincidencias. En lo que se refiere a

los videos, están vinculados por elecciones temáticas semejantes (la referencia al barrio, a la amistad y a la familia) y tratamiento retórico cercano (simpleza en la construcción del video). Presentan un Verosímil de género que, aunque acata en buena medida las reglas, trata de esconderlas. En cambio, enfatiza la autenticidad de las producciones marcando lo propio de lo Verosímil social, enfatizando las relaciones entre lo puesto en la pantalla y la “vida real”. De esta manera, emplazan una situación enunciativa donde el enunciador trata de equiparar su posición a la del destinatario –ya que considera que ambos ocupan un mismo lugar-, pero también a la de la figura de la banda que pone en juego. Piensa al destinatario como figura de barrio de sentimientos honestos y humildes. Respecto a la situación de la banda, advierte un mismo modo de enfatizar la pasión antes que el virtuosismo. En efecto, como el conjunto, el enunciador no se muestra como alguien especialmente dotado en el momento de componer su relato y se esmera por evitar las manipulaciones que puedan ensuciar la espontaneidad del video. En realidad, se presenta como un testigo fiel de los eventos que involucran a los músicos y a los fans. Además, al igual que el grupo sobre el escenario, el enunciador invoca al destinatario a partir de una serie de guiños en lo que respecta al “ritual” del rock así como también al universo del barrio.

En recepción, vemos que los fans de lo barrial ocupan con gusto el lugar del destinatario que le ha asignado el enunciador. Reconocen en los clips los criterios temáticos más destacados y asumen una particular conciencia de las limitaciones técnicas que suelen condicionar la manufactura de las producciones, llegando a valorar esas restricciones como parte del sacrificio que impone el ser músico de esta clase de estilos. En este sentido, más que valorar el género videoclip en sí, aprecian la producción aportada por la banda productora. Así como el grupo otorga una limitada importancia al clip, los fans también relativizan el valor del video manteniendo con él una relación casi conflictiva: lo buscan en la televisión, lo ven, lo consumen; pero asumen que se trata de un “mero entretenimiento” que no puede “competir” con los discos o los shows en vivo. Por eso, justamente, valoran de manera especial los videos que reproducen los shows en vivo, ya que asumen que se trata de los videos que más y mejor representan a la banda.

En cuanto al ámbito de lo alternativo, también hay coincidencias entre videos y fans, pero el hecho de que se trate de estilos mucho más heterogéneos por definición que los de lo barrial, implica la existencia de mayores diferenciaciones y un abanico más amplio tanto en lo que hace a las consideraciones temáticas y retóricas de los videos, como a los gustos de los fans. Los videos proponen una escena retórica mucho más compleja, así como una dimensión temática menos pegada a lo Verosímil social y más atenta a lo Verosímil de género. En este sentido, no se interesan tanto por representar la vida cotidiana, sino más bien por sorprender. Desde esta

perspectiva, la relación de enunciador y enunciatario es muy diferente a la propuesta por la escena barrial. A diferencia del estilo antes comentado, este enunciador marca sus diferencias con el destinatario. Es decir, aunque también establece cierta complicidad con el otro a partir de guiños sobre la escena glamorosa y decadente que el enunciador sabe que su destinatario conoce, se distinguen perfectamente los dos roles. No hay intercambialidad ni siquiera entre el enunciador y la banda. El enunciador ya no es el “testigo” de los shows como en el caso de lo barrial, sino que se reconoce como figura importante que dirige la construcción del texto. Apela a diferentes recursos retóricos (amplia variedad de cortes, tipos de planos, uso de colores, contrastes, efectos visuales, etc.) para manipular el material y construir un texto que aunque muestra a la banda y su canción constituye un producto independiente del tema en cuestión. No es un suplemento, sino más bien un complemento que tiene vida propia.

También en este caso, los fans alternativos responden al modelo de destinatario impuesto por el enunciador. A diferencia de sus pares barriales, aprecian los recursos retóricos y están a la espera de las sorpresas que les deparan los videos. Aun cuando también valoren más la música que los videos y asuman que dentro de la composición de los clips es la música la que dirige al todo, gustan del género en sí mismo apreciando sus cualidades más allá de lo estrictamente musical.

Sin embargo, pese a las diferencias, los dos grupos de fans se unen para componer una identidad de joven relativamente similar. En principio, en buena medida, ambos se identifican como “normales”, expresando a través de ello que son jóvenes heterosexuales, de clase media, con cierto miedo al futuro, poco compromiso político, concientes de los riesgos que acarrearán las drogas y las relaciones sexuales sin cuidado, que se interesan por tener una vida social activa y que disfrutan de ámbitos de recreación similares. En efecto, aun cuando sea posible estipular diferencias entre ambos grupos, es innegable que ambos muestran coincidencias en los puntos mencionados y se piensan en igual medida como grupo etario. Desde esta perspectiva, se diferencian con el mundo de los adultos con el que tienen una relación compleja. De hecho, aunque algunos ya podrían pensarse al menos como jóvenes-adultos, prefieren todavía mantenerse dentro de la categoría simple “joven” no sólo porque la reconocen como parámetro socialmente más valorado (el cuerpo legítimo promovido desde la esfera social es el “joven”), sino también por el miedo que impone las responsabilidades de la madurez, en especial, en un país que desde su punto de vista no parece proveer las condiciones necesarias para asumirlas. En este sentido, el ideal realmente apreciado es el de los músicos, ya que éstos se presentan como prototipo de un cuerpo sin edad, aunque juvenilizado, que realiza sus sueños y que vive la vida

que realmente quiere, a diferencia del mundo de los adultos que los entrevistados tienen cerca que es percibido como un espacio lleno de fracasos y desilusiones. Este ideal es el que muchos fans reconocen como modelo con el cual se sienten identificados: manifiestan una cercanía en lo que respecta a la actitud de vida. En el caso de los fans barriales, valoran el comportamiento humilde puesto en escena por los músicos; en el caso de los seguidores alternativos aprecian el estilo del músico que también representa un modo de vivir del que se sienten cerca. En especial, esta clase de identificación se da mayormente en los entrevistados de menor edad, lo que puede ser explicado atendiendo al hecho de que atraviesan un período donde las referencias identificatorias resultan más importantes para componer su identidad. Lentamente, comienzan a relativizar las relaciones que los unen a los músicos. Así, los entrevistados con más edad introducen ciertas diferencias entre su rol de seguidores y el papel de los músicos.

La imagen “normal” que tienen de sí mismos los seguidores no siempre responde a los modelos propuestos por los propios videos. Tanto el estilo barrial como el alternativo despliegan en sus videos imágenes de los personajes así como de los músicos con caracteres no aceptados socialmente como “normales”. Aun cuando lo barrial promueva un modelo de lo “cotidiano”, se puede leer en él las marcas de la puesta en tela de juicio de ciertas costumbres que condicionan lo “normal”. Así, aparece la referencia al consumo de sustancias peligrosas como drogas, alcohol o tabaco y también una imagen de mayor promiscuidad que contrasta en parte con los comentarios más conservadores de los fans en relación al tópico del sexo. En el ámbito de lo alternativo, los videos subrayan una actitud sexual mucho más provocadora así como también más ambigua en la cual los fans no parecen reconocerse. Esto nos permite volver a reiterar la importancia de no ver en los videos ni tampoco en las piezas musicales productos que definan la conducta de los seguidores, ya que vemos que los fans imponen distancia respecto de las actitudes más exageradas que proponen los videos y otras producciones de las bandas consideradas. En este sentido, aunque los fans puedan identificarse con muchos de los elementos puestos en juego en los videos (los barriales se sienten parte del “ritual” de sus bandas favoritas, los alternativos pueden sentir la misma “onda sónica”), también reconocen diferencias en lo que respecta a cuestiones más problemáticas (drogas, sexo, etc.).

2. Lo barrial

Para el rock chabón, el rock stone y el punk, la legitimidad encuentra su modelo en el *cuerpo del aguante* tanto femenino como masculino, que tiene como principio de conducta la fidelidad al barrio, a los amigos y a la familia, que circula siempre por los mismos lugares y que

mantiene sus hábitos a través del tiempo. Se presenta cercano a la clase media baja o a la clase baja más allá de los recursos económicos, como afinidad afectiva. Este cuerpo aparece construido por la *retórica del ritual*, explotada de manera más acentuada en los videos en vivo, que, al subrayar ya no sólo la participación de los músicos sino también la del público, promueve cierta intercambialidad de roles entre ambos: la banda cede parte de su protagonismo para que la audiencia también construya la “fiesta”. Lo importante es destacar la autenticidad de ambos, contraponiéndose a la artificiosidad promovida por otra clase de espectáculos, de videos y de público. Por su parte, el enunciador se erige como testigo de la escena, aun en los casos de videos de estudio. En este sentido, lo Verosímil de género propio del video trata de ser neutralizado para que parezca que la filmación constituye realmente el “reflejo fiel” de la actuación de la banda y su público, sin otros agregados ni manipulaciones de ningún tipo. Allí, es donde el *cuerpo del aguante* es el protagonista y es el modelo propuesto por el enunciador tanto para los artistas como para el público. Es aquel que resiste siempre incólume frente a las dificultades económicas o de otra índole, aferrado a su barrio y a sus relaciones primarias, manifestando una coherencia absoluta en su comportamiento y pensamiento. El músico resiste a las imposiciones comerciales. El fan acompaña al músico en cada uno de sus andanzas como fiel ladero. La retórica del ritual puesta de manifiesto en la construcción de los shows en los videos se caracteriza también por seguir la “lógica del tacto”: los fans se apretujan en el campo y en las tribunas, ejerciendo actividades como el pogo y buscando subirse al escenario para tener contacto directo con sus artistas. Los músicos promueven ese vínculo fundamentalmente a través de su oratoria (pese a que la mirada a cámara es un rasgo característico del clip, en los videos en vivo muchos músicos parecen olvidarse del telespectador y focalizar su atención únicamente en la audiencia que está participando del recital): interpelan permanentemente a sus seguidores; los instan a gritar, cantar, participar del show promoviendo ese protagonismo del público al que hemos hecho referencia. Por su parte, el enunciador invoca al destinatario desplegando una serie de guiños sobre la vida en el barrio y sobre los códigos de la asistencia a los shows.

La propuesta de los videos es aprobada calurosamente por los consumidores del estilo que llamamos “barriales”. Así, se ubican exactamente en el lugar de destinatario compuesto por el enunciador. Ellos reconocen y aplauden esta “autenticidad” y “espontaneidad”, aprobando la actitud de los artistas insobornables que asumen con entereza las privaciones económicas que les imponen las compañías y producen un material noble, honesto y humilde que los “pinta” de cuerpo y alma. Los fans reconocen los personajes comunes puestos en escena así como también los espacios cotidianos en los que éstos se mueven. Aprecian esas elecciones señalando que, muchas veces, se identifican con la propuesta de los clips en tanto les resulta cercana y familiar.

Los fans barriales, entonces, no se interesan por artistas ni personajes inalcanzables, sino por figuras que resulten accesibles y con las cuales puedan pensar una conexión directa del tipo “es un tipo como yo”. De esta manera, el esfuerzo por parte del enunciador por presentar a la banda como un “igual” al destinatario modelizado como fan estipulando un sistema de “roles intercambiables” es interpretado de ese modo por el seguidor, que agradece la propuesta de la única forma que conoce: expresándose a viva voz en los recitales, generando ese “ritual” que, sabe, le da color a los shows y a los videos.

El reconocimiento de las características de los videos por parte de los fans barriales se realiza a partir de criterios temáticos. Esto sucede en parte porque son los temas, los motivos y los personajes los que interesan a los seguidores, pero también porque la puesta en escena de lo Verosímil de género, que esconde las reglas del clip detrás de la “autenticidad”, tiene efectivamente éxito. La escasa complejidad retórica de los videos es, por otra parte, valorada por los seguidores. En el caso en que los videos muestren una mayor sofisticación, como en “Ruleta” de Los Piojos, puede suceder que los fans más ortodoxos hablen de “traición al verdadero estilo”, ya que éste está condicionado pero también caracterizado por las limitaciones.

Los fans barriales tienen cierta conciencia de sí mismos como grupo, más allá de que no participen de un “fan’s club”, ya que esta clase de manifestación no es valorada. Se reconocen como parte fundamental del espectáculo: tanto del show como de los videos en vivo. Aprecian la “fiesta” y agradecen que el enunciador también les retribuya el aporte destacando su participación en los recitales concediéndoles largos segundos en los videos. Por ello, responden al fenómeno de neotribalización encontrando en estos grupos de pertenencia elementos de identificación importantes que les permitirían comenzar a separarse de sus padres y generar sus propios espacios. Se identifican dentro de un grupo de pertenencia y destacan con desprecio a los otros grupos “conchetos” que consumen otro tipo de música, visten “a la moda” y asisten a lugares “careta”. El gusto musical y el consumo de un tipo de videoclip aparece como una fuerte referencia identitaria que, en buena medida, tiene su extensión en la forma de tratar al cuerpo. En efecto, el modo de vestir (en general, apelando al “uniforme” jogging o jean y remera, con peinado de flequillo tasa y algo de melena, zapatillas y, muchas veces, pañuelo al cuello) y de actuar (de manera “sencilla”) constituye otro rasgo identificador que los ayuda a reconocerse como pares y a reconocer a aquellos que no “son del palo”. De este modo, la “no producción” es un carácter específicamente cultivado como marca distintiva. Así como sus artistas aparecen en sus shows y en sus videos sin maquillaje y “tal cual son”, ellos tampoco se “producen” porque no

les interesa “caretear”. Justamente a la hora de definir las características que no toleran, afirman que les molesta la hipocresía, la mentira, la falsedad, el aparentar aquello que no se es.

A la hora de establecer sus lugares favoritos, la mayoría elige los recitales, como también las reuniones con amigos, aunque también dejan cierto espacio para sus confidencias individuales en sus piezas (aunque este rasgo resulta más marcado entre los fans alternativos). En este sentido, quedarían incluidos más dentro de la categoría “fan histórico en la multitud”¹²⁴ que en la de “fan solitario”, ya que aprecian más los momentos en compañía de sus pares que la soledad. Particularmente, son los varones los que manifiestan mayor interés por las actividades grupales. Entre las entrevistadas, en cambio, apareció cierta dificultad para encontrar un gran grupo de pertenencia con el cual, por ejemplo, concurrir a los recitales. Por otra parte, aparece cierto rechazo a los boliches en tanto ambientes “caretas”, pese a lo cual entre los más chicos se admite la concurrencia como actividad necesaria para “conocer gente” y socializar con sus amigos.

Un ámbito importante es el barrio al cual sacralizan aun cuando muchas veces confiesen no vivir en uno. En este sentido, tanto los seguidores barriales como los alternativos postulan una apreciación similar respecto de este espacio al que consideran propio de las relaciones más primarias como la familia y los amigos. Pero, mientras los primeros sienten gran atracción hacia él, los alternativos llegan a imponer cierto distanciamiento. Asimismo, coinciden en el planteo de la alienación de la ciudad.

Aunque vimos que la asociación entre la estructura retórica de los videos en vivo –y de los recitales en general- y el fútbol era posible, advertimos que pocos fans aceptan la propuesta. Mucho de los seguidores alternativos, pero también los barriales rechazan la vinculación manifestando diferencias en los “códigos”. Asimismo, la asistencia a los partidos de fútbol tampoco es una actividad que surja como imprescindible entre los fans. Sin embargo, entre los barriales sí surge la referencia a la práctica de ese deporte con los amigos, aun cuando reconocen que no se trata de una actividad regular.

Aunque la mayoría se reconozca dentro de la clase media, muchos manifiestan gran afinidad hacia los estratos de menores recursos. Así, del mismo modo en que los videos parecen valorar al *cuerpo marginal* (aun cuando lo exponga como “otro”) y rechazar al *cuerpo rico*, los seguidores aprecian la humildad de la clase baja y rechazan la falsedad de las más pudientes.

¹²⁴ Caracterizaciones desarrolladas por Libertad Borda en *¿Qué es un fan? Un análisis interdiscursivo del fan como figura del imaginario social*. Buenos Aires, 1999.

Aprecian la compañía de sus amigos, en especial a la hora de ir a los shows, a los que la mayoría (en especial los varones) no concibe la posibilidad de ir solos.

3 Lo alternativo

Por su parte, el rock y el pop alternativo atribuyen legitimidad al glamour y a la diferencia. Depende de cuál sea la banda (si Babasónicos o El Otro Yo, si Juana la Loca o Catupecu Machu), se pondrá más el acento en el toque glamoroso en la búsqueda por sentirse distinto a todo. El modelo glamoroso se impone cómo ícono de la sofisticación y complejidad posmodernista, mientras el de la diferencia se establece al borde de la legitimidad social que se valora como ajeno a la masa estandarizada. Ambos proponen una sexualidad más abierta y ambigua, así como también una actitud más relajada respecto de las costumbres y de las imposiciones familiares. Si el modelo del *cuerpo del aguante* respeta al barrio y a los suyos, estos otros modelos no se reconocen, en general, como apegados a un ámbito geográfico fijo ni tampoco condicionados por el círculo familiar y ni siquiera por el de los amigos. Aparecen en el seno de la *retórica del espectáculo* como protagonistas de las producciones preparadas ad hoc muchas veces con escenografías, vestuario, iluminación y demás detalles especiales en el marco ya no tanto de los videos en vivo, sino de los clips en estudio. Aquí, las estrellas destacadas por el enunciador no son el conjunto banda-público, sino los músicos por sí mismos. No hay intercambio de roles posibles. Así, los músicos como fieles exponentes de su condición de rock stars imponen sus ropas extravagantes, sombreros, anteojos, plumas, flecos, botas, etc. en tanto ejemplos del “glamour”, por un lado; y actitud rebelde y combativa como parte de su condición de diferentes por el otro. El enunciador promueve la exaltación de estas figuras apelando, por su parte, a los recursos del propio género videoclip: montaje adrenalínico, efectos visuales, descomposición de las imágenes, ángulos de cámara exóticos, planos bizarros, uso de colores fuertes y contrastes, etc. En cierta forma, se puede pensar que este estilo está en relación con el modo de hacer de las producciones internacionales, en contraposición al modelo “nacional” que promueve el estilo barrial.

Por su parte, los fans “alternativos” reconocen, a diferencia de sus pares barriales, más los rasgos retóricos que los temáticos, en parte como consecuencia de la mayor heterogeneidad de los propios clips. En este sentido, el interés sobre sí mismos respecto de cierto cuidado de las formas, aparece también como centro de atención a la hora de consumir los clips y de apreciar a sus bandas. Se interesan porque los conjuntos no se repitan, sino que cambien, innoven, generen sorpresas, los impacten. No les interesa tanto sentirse parte del “color” del espectáculo, por que el

show y el video tengan su propio brillo. En este sentido, asumen la distancia que impera entre público y artista y, aunque también experimentan cierta identificación en lo que hace a una misma postura de vida, procuran que sea la banda la que ofrezca el show. Asimismo, reconocemos que en este grupo no se impone tanto la neotribalización característica de los barriales, justamente porque impera más un sentido individualista y de la distinción.

Mientras la mayoría de los fans barriales se interesa sustancialmente por el formato del video en tanto muestra en imágenes de su banda favorita, a los alternativos también les gusta el clip en tanto formato, razón por la cual no necesariamente ven videos de sus bandas admiradas sino también otras producciones. Eventualmente, alguno de los fans barriales también manifiesta interés por ver otros videos, pero con el interés sustancial de reírse de esas otras producciones.

Además, a diferencia de sus pares barriales no se interesan de manera excluyente por los videos en vivo sino que también (y muchas veces de manera más pronunciada) aprecian los videos en estudio. En realidad, existen ciertas diferencias al respecto dependiendo de la banda que admire el entrevistado, ya que si en el caso de los seguidores de El Otro Yo o Catupecu Machu (bandas que han editado videos en vivo y se interesan por el formato) manifiestan afinidad por dicho formato, los fans de Babasónicos o Turf (bandas que no promueven la utilización de los videos en vivo) critican el abuso de este tipo de clip por parte de las bandas barriales y prefieren la mayor producción de los videos en estudio. En efecto, son estos fans los que también tienden a apreciar los videos internacionales por su mayor complejidad, característica que los fans barriales critican. Así, mientras la mayor parte de los barriales manifiesta un gusto casi exclusivo por los clips locales, los alternativos expresan posturas divergentes que incluyen, en ciertos casos, preferencias por lo internacional o, al menos, el acercamiento tanto a lo nacional como a lo extranjero por igual.

A diferencia de los seguidores barriales, los fans alternativos manifiestan un interés más variado en lo que respecta a los espacios de recreación. Además de recitales y boliches (que si bien pueden ser criticados no lo son tanto por lo “careta” sino por ser ámbitos de alineación e incomunicación), se refieren al interés por cafés, museos, fiestas privadas, galerías. En realidad, algunas menciones a estos ámbitos también son rastreadas entre los barriales pero sólo entre aquellos de mayor edad, lo que da cuenta de la gran incidencia de este parámetro en la configuración identitaria. Recordemos que desde el punto de visto psicoanalítico, se reconoce una mayor necesidad de rasgos identificatorios entre los adolescentes de menor edad y que con el correr de los años se comienzan a “despegar” de estas referencias eligiendo no sólo en función de lo dictaminado por su grupo de pares sino también en razón de sus propias afinidades. Del mismo

modo, advertimos esta diferencia en lo que respecta a las costumbres en los recitales: tanto los fans barriales de mayor edad como los fans alternativos hablan de cierto distanciamiento de los hábitos más tribuneros en los shows. Se podría pensar que ese gusto más “refinado” por parte de los seguidores alternativos, tiende a aparecer también entre aquellos barriales que presentan no sólo una mayor edad sino también vínculos con otros espacios como, por ejemplo el roce universitario, que promueven otro tipo de conocimiento diferente al generado dentro del micromundo del “barrio”.

Si bien los videos alternativos parecen poner de manifiesto cierto interés por los espacios verdes como campos, playas y otros lugares al aire libre, entre sus seguidores aparece como un tópico de importancia relativa. Es decir, aunque la mayoría consiente en considerarlos ámbitos de “paz” (coincidiendo también con la mayoría de los barriales) y destacarlos como ámbitos atractivos para descansar, la mayoría aporta una visión más urbana que “campestre”. En este sentido, estos espacios son fundamentalmente sinónimo de “vacaciones” (también para los barriales) pero no figuran dentro de sus primeras elecciones a la hora de mencionar sus ámbitos predilectos.

Mientras los seguidores barriales prefieren ropas como el jogging o el jean, entre los alternativos hay una mayor referencia a estilos definidos como “retro”: ropas de ferias americanas o galerías especializadas que reincorporan atuendos de décadas pasadas. En este sentido, los alternativos muestran un mayor interés en la elección del vestuario lo que supone también un mayor interés en la actuación sobre el cuerpo. Consideramos que esto se puede vincular a las conclusiones de Margulis (inspiradas en Bourdieu) respecto de la asociación entre gusto y actuación sobre el cuerpo, por un lado, y la identificación con una determinada clase social, por otro. En efecto, pese a que ambos grupos de entrevistados pertenecen en su mayoría a la clase media, vemos que los fans barriales manifiestan un mayor acercamiento a los estratos más bajos (lo que se vincula con una menor actuación sobre el cuerpo generando una apariencia más “natural”), mientras que los seguidores alternativos no defenestran a las clases más pudientes y pueden llegar a interesarse por algunas de sus prácticas (lo que se vincula con un mayor interés por manipular su presencia física). Asimismo, es importante destacar que el interés por la apariencia no alcanza sólo a las mujeres, sino también al grupo de entrevistados varones.

3. A modo de cierre

Como conclusión final, podemos decir que a la hora de establecer las relaciones entre el consumo de videoclips y la configuración identitaria de los jóvenes rechazamos el término

“influencia”. Preferimos, en cambio, hablar de un mutuo condicionamiento entre fans y las bandas que producen los videos. Durante este proceso, se generan múltiples síntesis que son las que habilitan la “estabilización” de estilos durante cierto período de tiempo que luego podrán ser o no modificados a medida que se impongan nuevos lazos entre las bandas y sus seguidores, y también cambien las generaciones de músicos y de fans.

En este momento constatamos que dentro de la escena local del rock y el pop, existen dos modos de hacer videos que se vinculan también con dos modelos de ser de los fans: lo barrial y lo alternativo. Creemos haber expuesto con suficiente solvencia las relaciones entre clips y seguidores, así como también los cruces, paralelismos y diferencias entre los estilos identificados. Sin embargo, consideramos importante destacar la necesidad de continuar ampliando en un futuro nuestra investigación para referirnos también a la consideración o no de los discursos de la prensa tanto por parte de los videos como parte de los fans en lo que se refiere a la construcción de estos modelos. Es decir, nos interesaría en un segundo momento plantear las relaciones existentes entre videos, fans y la crítica especializada para continuar expandiendo nuestra investigación.

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- Alabarces, P. *Entre gatos y violadores, el rock nacional en la cultura argentina*. Colihue, Buenos Aires, 1993.
- Aumont, J. *La imagen*, Barcelona, 1990.
- Barbero, J. M. “Jóvenes: Des-orden cultural y palimpsestos de identidad” en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998.
- Borda, L. *¿Qué es un fan? Un análisis interdiscursivo del fan como figura del imaginario social*. Buenos Aires, 1999.
- Bourdieu, P. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus, Madrid, 1998.
- Bourdieu, P. “Notas provisionales para la recepción social del cuerpo”. En: *Materiales de sociología crítica*. La Piqueta, Madrid. p. 183-194.
- Bourdieu, P. *Sociología y cultura*, “La ‘juventud’ no es más que una palabra”. Grijalbo, 1984, México.
- Costa, P.O.; Pérez Tornero, J. M.; Tropea, F. “Introducción” de *Tribus urbanas*. Paidós, Barcelona, 1996.
- Del Villar, R. *Trayectos en semiótica fílmico televisiva*. Dolmen, Chile, 1997. p. 92.
- Di Marco, A. “Rock: Universo simbólico y fenómeno social” en *La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, de Mario Margulis y otros. Espasa Calpe, 1994.
- Durá Grimalt, R. “El clip”, en *Revista Archivos de la Filmoteca*. Marzo/mayo 1999, España.
- Erikson, E. *Identidad, juventud y crisis*. Biblioteca de Psicología Social y Sociología: v. 42, Buenos Aires, Paidós, 1974.
- Fargier, J. P. “Dimensiones del clip”, en *Revista Archivos de la Filmoteca*. Marzo/mayo 1999, España.
- Fernández, J .L. *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Atuel, 1994.
- Fiske, J. “The Cultural Economy of Fandom” en *The adoring audience fan culture and popular media*, editado por Lisa A. Lewis, Routledge, Estados Unidos, 1992.
- Freud, S. *Psicología de las masas y análisis del yo*, Obras completas de Sigmund Freud: IX, Rueda, Buenos Aires, 1958.
- García Canclini, N. *Culturas Híbridas: estrategias para entrar en la modernidad*. Paidós, 1992 p. 281-288.
- Giberti, E. *Hijos del rock*. Losada, Buenos Aires, 1996.

- González Requena, J. *El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad*. Ed. Cátedra, Madrid, 1988.
- González Requena, J. “La música como coartada” en *Comunidad Escolar*, Cultura, Madrid, 21 de septiembre de 1988.
- Hurtado Álvarez, J. “Huellas del pasado: la cita en el videoclip”, en *Revista Archivos de la Filmoteca*. Marzo/mayo 1999, España.
- Jenson, J. “Fandom as pathology: The consequences of characterization” en *The adoring audience fan culture and popular media*, editado por Lisa A. Lewis, Routledge, Estados Unidos, 1992.
- Landi, O. *Devórame otra vez: Qué hizo la televisión con la gente : qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta, 1992.
- Maffesoli, M. *El tiempo de las tribus*. Icaria, Barcelona, 1990.
- Margulis, M.; Urresti, M. “La construcción social de la condición de juventud”, en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998.
- Margulis, M.; Urresti, M. *La juventud es más que una palabra*. Biblos, 1996.
- Martínez Verdier, V. “Placer y riesgo” en *Encrucijadas UBA*, revista de la Universidad de Buenos Aires, Año II, N° 16, febrero de 2002.
- Metz, C. “El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de cierto verosímil?” en *Lo Verosímil*. Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1970.
- Monsnais, C. en: *Jóven*, Revista de estudios sobre Juventud. N° 1. México, 1996 citado en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998.
- Ortigues, E. “La referencias identificatorias en la formación de la personalidad”, en Mannoni, O. et al *El trabajo de la metáfora*. Barcelona: Paidós, 1982.
- Peirce, C. S. *Fragmentos de obra lógica semiótica*, Taurus, Madrid, 1987 y *Fragmentos de la ciencia de la semiótica*, Nueva Visión, 1978.
- Romay, H. *Historia del rock nacional*. Bureau Editor, Buenos Aires, 2001.
- Sarlo, B. *Escenas de la vida postmoderna*. Buenos Aires, Ariel, 1994.
- Segre, C. “Tema/motivo” en *Principios de análisis del texto literario*, ed. Cast. Crítica, Barcelona, 1985.
- Serrano, J. F. “Somos el extremo de las cosas o pistas para comprender culturas juveniles hoy”, en *Viviendo a toda*. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1998.

- Steimberg, O. *Semiótica de los medios masivos. El pasaje de los medios de los géneros populares*. Ed. Atuel, Bs. As., 1993.
- Urresti, M. “Mi vida es mi vida. Consumos culturales y sus de la ciudad”. Revista *Encrucijadas UBA*. Año II, N° 16, Buenos Aires, Febrero de 2002.
- Verón, E. *La semiosis social*. Ed. Gedisa, Bs. As., 1987.
- Yonnet, P. *Juegos, modas y masas*. Gedisa, Barcelona, 1988. p. 123.