

XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche, 2009.

Las jóvenes también escuchan a Arjona: primeras reflexiones en torno a las configuraciones identitarias de género en un club de fans de Buenos Aires.

Spataro, Carolina.

Cita:

Spataro, Carolina (2009). Las jóvenes también escuchan a Arjona: primeras reflexiones en torno a las configuraciones identitarias de género en un club de fans de Buenos Aires. XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-008/1198>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Las jóvenes también escuchan a Arjona: primeras reflexiones en torno a las configuraciones identitarias de género en un club de fans de Buenos Aires

Carolina Spataro

¿Cuál es el papel de consumo cultural en las identidades de las/os jóvenes? ¿Tiene el consumo de música mayor relevancia en este planteo? Y más específicamente ¿cuál es la capacidad constitutiva de género que tienen los usos de la música? ¿Cómo éstos vehiculizan definiciones sobre feminidades? Estos interrogantes son los que organizan algunas de las reflexiones con las que estoy trabajando actualmente¹.

En esta ponencia propongo reflexionar, en primer lugar, sobre el modo en el que ha sido pensado el consumo cultural, específicamente de música, como una variable en el proceso de las configuraciones identitarias de los sujetos, especialmente en las y los jóvenes. Luego, daré cuenta de las primeras reflexiones surgidas de mi trabajo de campo actual en un club de fans de Ricardo Arjona de la Ciudad de Buenos Aires.

Un recorrido teórico previo

Si consideramos que el consumo es un momento de producción de sentidos en donde los sujetos cargan simbólicamente aquello que eligen, podemos afirmar que las prácticas de “consumo sirven para pensar”² y, en el caso de este trabajo, para pensar las configuraciones identitarias. Si bien la música no es el único componente que se pone en juego en el proceso identitario, ésta cumple un papel central hoy en día. Con el retiro del Estado como proveedor de narrativas fundantes tales como la escuela, viejas identidades se han ablandado y han perdido su capacidad de generar sentidos de pertenecía (Sarlo, 2006). Esto, sumado a la creciente presencia de los medios de comunicación masiva, posibilitó que la música sea hoy en día una de las ofertas simbólicas más fuerte y presente en las

¹ Muchas de las reflexiones de este trabajo forman parte de mi tesis de maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA *Configuración de feminidades en el consumo de música: un recorrido teórico para la construcción de un problema*, 2009, mimeo.

² Esta frase hace referencia al trabajo de Douglas (1990) y es retomado en los análisis de García Canclini (1992).

sociedades contemporáneas. Tal como afirma George Yúdice (2007), la música es cada vez más ubicua, ya que casi no hay lugar en donde no se la escuche: la música “permea nuestra experiencia” (Yúdice, 2007: 19). Es por ello que, si la institución escolar de mediados del siglo XX ameritó significativos estudios en las ciencias sociales por la centralidad de la misma en la experiencia de los sujetos, a comienzos del siglo XXI el consumo de música es una arena pertinente en donde indagar sobre las significaciones sociales y más aún en comunidades de jóvenes.

Es así que uno de los intereses que direccionan este trabajo es qué sucede con las jóvenes en su vínculo con las industrias culturales, entendiendo a la juventud, junto con Bourdieu (1984) y Margulis (1994), como una construcción social, que si bien se apoya en elementos biológicos, encierra significaciones complejas. Este interés radica en que, en la actualidad, frente al deterioro económico y laboral y la crisis generalizada en los territorios políticos y jurídicos, el vestuario, la música y el acceso a ciertos objetos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de las/os jóvenes (Reguillo, 2000). De esta manera, el consumo es investido de significaciones diversas y se convierte en un vehículo que genera “estrategias de reconocimiento y afirmación” (Reguillo, *op. cit.*). En este marco la música ocupa un lugar central en el análisis, al constituirse como el lugar simbólico en que las/os jóvenes encuentran representaciones con las que identificarse (Cragolini, 2004).

Ahora bien, las preguntas sobre el vínculo entre el consumo de música y las configuraciones identitarias no son novedosas. Ellas se inscriben en una larga serie de trabajos que ya han indagado este campo y que nos brindan herramientas para continuar elaborando hipótesis.

De un tiempo a esta parte, el vínculo entre música e identidad ya no es de qué manera la música legitima, expresa o refleja las identidades, sino cómo los sujetos, posicionados en determinados espacios, dan sentido a las interpelaciones musicales incorporándolas a las tramas de sus vidas y utilizándolas para la definición de su yo. Estos problemas son derivados de las críticas al concepto de identidad esencialista: éstas se enmarcan en la crisis del paradigma moderno que cruza muchos de los trabajos académicos

contemporáneos. Esta crisis, que afectó a todas las teorías políticas que se abogaban la representación del otro, se vincula con un contexto que cuestiona el ideario político de la Modernidad, en donde uno de los elementos que entra en conflicto es la idea de sujeto cartesiano previo a las acciones. El punto que ha sido puesto en cuestión es la noción esencialista de una identidad integral, originaria y unificada que preexista a los sujetos que la portan; considerando la importancia de sumar conceptos tales como la subjetividad y la performatividad al problema de las identidades³.

Dentro de este contexto crítico, el trabajo de Frith (2003) sobre la música es clave: él diagnostica que el estudio académico de la música popular se vio limitado por el supuesto de que la música debe *reflejar o representar* de algún modo a la gente, siendo que el problema analítico es intentar rastrear esas huellas entre las obras artísticas y los grupos sociales. Reconoce que invertir este modelo no es tarea sencilla, ya que –siguiendo a Marx– “es bastante fácil *interpretar* la cultura, leerla ideológicamente, asignarle condiciones sociales”. Lo difícil es hacer el análisis inverso, “mostrar cómo la base produjo *esta* superestructura, explicar por qué una idea o experiencia adopta *esta* forma artística o estética y no otra, que ‘refleja’ o ‘representa’ de igual manera sus condiciones de producción” (Frith, 2003: 183. El subrayado es original). Esta idea es fundamental para la reflexión que propongo, justamente porque va directamente a un núcleo problemático: si a igual *base*, en términos de esta cita, no le corresponde igual *superestructura*, ello se debe a que los sujetos tiene un papel activo en la configuración estética de sus vidas. Esto no quiere decir, desde luego, que la base no condicione de alguna manera –poco mensurable por cierto– esas configuraciones, sino que la relación no es lineal y previsible. Es por ello que la propuesta de Frith es invertir el argumento académico habitual, señalando que el problema no es cómo una obra musical refleja a la gente, sino como la misma *produce, crea y construye* una experiencia identitaria tanto subjetiva como colectiva. Así, entiende a la identidad como un proceso móvil, un devenir y no un ser. La tesis de Frith no es que un grupo social tiene creencias que luego articula en la música, sino que la misma *crea* esa identidad grupal.

³ Para ampliar ver Hall (1980) y Brubaker y Cooper (2001).

Asimismo, sostiene que las observaciones que muchos estudios hacen sobre la música popular contemporánea tienen como supuesto analítico inicial la dimensión económica del negocio de la música, concentrando las investigaciones en establecer quiénes toman las decisiones de la comercialización, la construcción del gusto, etc.; y el atractivo de la música misma, la razón por la cual gusta a la gente y el significado de ese gusto, quedan así desdibujados entre análisis de estrategias de venta. Es sobre este vacío diagnosticado por Frith que este trabajo busca reflexionar, porque aún cuando pueda pensarse que el consumo musical está inevitablemente condicionado por las estrategias de las industrias culturales, deberíamos preguntarnos cómo se usa la música, para qué, cómo la misma “las crea como personas, como una red de identidades” (Frith, Ídem: 205).

Es Vila quien suma elementos a este marco epistemológico, usando conceptos de la teoría narrativa. Si la música no tiene un sentido intrínseco, tampoco sería productivo pensar que el sentido siempre y sólo proviene del oyente: “la música para nosotros sí tiene sentido (no intrínseco, pero sentido al fin), y tal sentido está ligado a las articulaciones en las cuales ha participado en el pasado” (Vila, 2000: 14). Estas articulaciones pasadas no actúan como una camisa de fuerza que impide su re-articulación en configuraciones de sentido nuevas pero, sin embargo, “sí actúan poniendo ciertos límites al rango de articulaciones posibles en el futuro” (Vila, Ídem: 14). Y es allí en donde la idea de trama argumental permite pensar los límites a las posibles articulaciones, teniendo así un conocimiento más preciso de por qué algunas articulaciones son más exitosas que otras. Si la identidad es procesual y relacional, no hay otra forma de entenderla que no sea a partir de las narrativas, que permite conferirle sentido a las elecciones de los sujetos (Vila, Ídem). Al narrar(nos) otorgamos sentidos y unidad a nuestra vida, ya que la identidad es una identidad narrativa (Ricoeur, 1984), ya sea para el individuo como para la comunidad.

Ahora bien, estos trabajos enmarcan las reflexiones propuestas, pero ¿cuáles son las producciones argentinas sobre **el vínculo entre música e identidades juveniles**? Un análisis pionero en nuestro país es el de Semán y Vila sobre el llamado “rock chabón” (1999). En él, el rock chabón daría voz al modo polivalente con el que los jóvenes de sectores populares se relacionan con la democracia y con la historia. Más allá de los

mecanismos de las industrias culturales, de los juicios estéticos y las propiedades musicales intrínsecas, toda música gusta porque identifica. Esto quiere decir que la misma permite a sus escuchas construirse como sujetos sociales.

El trabajo de Silvia Citro (2008) sobre el rock de los 90' (específicamente de la banda Besuit Bergarabat) da cuenta de que los jóvenes significan sus consumos musicales como una oposición práctica al mundo cotidiano de los adultos y a sus intentos de disciplinamiento corporal (ya sea a través del pogo, de mostrar sus pechos desnudos las jóvenes o sus colas los varones⁴) y también como confrontación a los poderes políticos oficiales. Esta puesta en escena posibilita una configuración identitaria en la que los jóvenes utilizan la música para definirse moral, estética y políticamente. Y aquí un elemento central del trabajo de Citro: su aporte radica en validar empíricamente las indagaciones sobre qué hacen los jóvenes con aquello que escuchan y de qué modo se vincula la música con la conformación de identidades. Las prácticas de los “bersuiteros” pueden interpretarse como “prácticas de empoderamiento acotadas al espacio de un ritual liminal” (Ídem: 21), empoderamiento que, si bien es transitorio, puede tener consecuencias que excedan el espacio del recital, pues los rituales tienen la propiedad de ir formando, junto con otras tantas prácticas sociales, la subjetividad de sus partícipes. Lo que es necesario recuperar del trabajo de Citro para la reflexión aquí propuesta es que los recitales y la música en general son, en este caso como en otros, vehículos que posibilitan la configuración de identidades que fueron conformadas en el encuentro entre el producto cultural y los sujetos que la consumen.

Es también el trabajo de Alejandra Cragolini (2006) el que da cuenta del modo en que una propuesta estética musical –la cumbia villera- incide en el proceso de producción social de significados y en la constitución de las identidades de los sujetos. La autora sostiene que la música es, para los jóvenes, una de las vías para procesar las situaciones de

⁴ El trabajo de Citro señala que estas son prácticas que se desarrollan habitualmente en los recitales de la banda cuando suenan dos temas: "Comando Culomandrill" y "Hociquito de ratón". El primero de ellos hace referencia al ex presidente Carlos Saúl Menem y “la letra alude a las relaciones de poder entre dominadores y dominados, expresadas a través de relaciones sexuales anales (...) se trata del desmesurado ejercicio de poder de un presidente que es mostrado con una activa sexualidad que ‘deflora al por mayor’ a sus víctimas” (ídem: 10). En el segundo caso son “los ‘ejércitos de tetas’ los que atacan a esta ‘gran nación’ y logren que la vida sea ‘libre’ y culmine la ‘censura moral’ (ídem: 11). En estas ocasiones, los varones suben al escenario y se bajan los pantalones y las mujeres se sacan sus remeras y corpiños y bailan.

violencia urbana a las que están cotidianamente expuestos. Siguiendo a Frtih, sostiene que los jóvenes elaboran conflictos emotivos vinculados a la constitución de la subjetividad y a su pertenencia grupal. El mecanismo que subyace a este tipo de procesos funciona en el contexto de los no lugares de los adolescentes, convocando sentidos ilusorios de inclusión, de identificación con espacios de exclusión y en las configuraciones grupales del ‘sin sentido’ y el ‘sin proyecto’ que caracterizan la vida de los jóvenes de sectores populares. Es así que la música funciona como el lugar en donde estos jóvenes se ven incluidos, aunque sea de manera simbólica y fragmentaria, a la trama social que materialmente los excluye, dando cuenta de otro modo de pensar en la importancia de la música en la vida de las/os jóvenes en las sociedades contemporáneas.

También respecto de este vínculo entre la cumbia villera y las identidades, Eloisa Martín (2008) establece que, a diferencia de generaciones anteriores, la política no es ya un instrumento de experiencia en el mundo de los jóvenes. Y es quizás por eso mismo que las propuestas de la cumbia villera sean políticamente significativas para ellos: es en lo lúdico y en lo estético, y no en la militancia política o sindical, donde, tal vez, la cumbia villera plante su semilla. Positivizando a través de la música una forma de ver el mundo, Martín sostiene que la cumbia villera es un vehículo a través del cual se da cuenta de una experiencia no necesariamente asociada al orden dominante y al horizonte disciplinario que liga trabajo y familia como ideal de masculinidad, revelando un mundo que florece en los intersticios del sistema dominante⁵.

Por su parte, José Garriga Zucal y Daniel Salerno (2008), en su análisis sobre los rockeros y los hinchas de fútbol, también dan cuenta de la importancia de la música para la conformación de identidades en diferentes grupos de jóvenes. La autenticidad, el vínculo con los músicos, el modo de desempeñarse en un recital, la puesta en escena del cuerpo, el “aguante”, entre otros, son elementos centrales para la conformación de la identidad rockera. De esta manera, en el rock se generan normas propias de inclusión, modos de pertenencia legítima. Estos grupos construyen, a través de sus prácticas, formas válidas de

⁵ Pero aquí es necesario dar cuenta del carácter comercialmente construido de la “semilla” mencionada por Martín: la cumbia villera es un producto de las industrias discográficas argentinas que necesitaron renovar el repertorio de la música tropical para producir más ganancias. Una vez hecha esta aclaración, es meritorio hacer la pregunta por el modo en el que estas líricas forman parte del repertorio que los jóvenes tienen para configurar sus identidades que, en este caso, estarían tangencialmente vinculadas a la política. Sin embargo, tales afirmaciones deben ser puestas en juego en un contexto específico.

identificación y edifican universos simbólicos que en mayor o en menor medida, se oponen a la sociedad hegemónica. Es aquí que este trabajo posibilita entender que la música, en este caso el rock, no solo permite conformar la “identidad rockera”, sino que también es un vehículo para la conformación de identidades sociales más amplias. Estos sujetos no sólo son rockeros sino que, a partir de su vínculo con la música, definen sus posiciones dentro de una estructura social determinada. Esto no implica que este gesto de resistencia signifique la toma del poder del Estado, tal como afirman los autores, sino una rebeldía que sólo muestra su oposición y, a través de este mostrar, definen quiénes son.

De esta manera, los trabajos aquí mencionados validan empíricamente las indagaciones acerca de la importancia de la música en las configuraciones identitarias de algunas/os jóvenes, no como “reflejo” de un actor previamente construido, sino como discursos performativos que participan de su construcción. Ya sea en el caso del “rock chabón” analizado por Vila y Semán y por Garriga Zucal y Salerno; el rock “bersuitero” trabajado por Citro; y la cumbia villera estudiada por Cragolini y Martín; la matriz presente es siempre la misma: la música como sedimento cultural *a partir y desde* el cual los sujetos configuran sus identidades en universos simbólicos propios.

Llegados a este punto, es necesario, además de vincular música e identidad, reconocer la capacidad constitutiva de género que tienen los usos de la música⁶. Si pensamos el proceso de generización como una dimensión fundante del proceso subjetivo, la pregunta será entonces ¿cómo los sujetos se en-generan?, ¿cómo construyen sus identidades femeninas y masculinas? A partir de allí, el supuesto teórico de este trabajo: las narrativas de las industrias culturales son performativas y construyen sedimentos a partir de los cuáles se edifican identidades, proveyendo repertorios que permiten a los sujetos, también, configuraciones de género. Es este supuesto el que guía mis indagaciones específicas de campo hoy en día. A su vez, el mismo ha sido puesto en juego en trabajos anteriores (Spataro 2007, Silba y Spataro 2008), en donde hemos afirmado, a partir de las validaciones etnográficas realizadas con mujeres jóvenes de sectores populares que

⁶ Es necesario señalar que existen trabajos que han indagado sobre el vínculo entre la música y las identidades de género específicamente, tales como el de Archetti (2003), Campodónico y Gil Lozano (2000), Blázquez (2008) y Carozzi (2009), que no refieren específicamente a los jóvenes, motivo por el cual no son pertinentes para este trabajo.

escuchaban cumbia, que la música es una de las variables presentes en los procesos de configuración identitaria a través de los cuales los sujetos construyen su yo generizado, narran lo que son, lo que creen, lo que desean, sus expectativas y también sus repudios. Aunque las identidades que aquí se producen pueden ser móviles y cambiantes a lo largo del tiempo (características propias de una postura que no las piensa como esenciales y ahistóricas), en el momento en el que se expresan –lingüística y corporalmente- ubican a los sujetos dentro de una trama cultural específica en la cual construyen activamente sus identidades sociales en general y, en particular, sus identidades de género.

Entre las representaciones musicales y las prácticas de las jóvenes hay una relación, que nunca es lineal, que no puede encuadrarse como rechazo o aceptación absoluta, sino una construcción identitaria que se re-define *constante y situacionalmente*. Lo que está en juego es lo que las jóvenes evidencian en sus consumos musicales: ellas dan cuenta de una configuración de lo femenino que está *mediada* por lo que las industrias culturales les ofrecen en formato musical. Así, la música no es un “reflejo” o una narrativa que las “represente” sino un discurso performativo que media en los procesos de construcción de identidades.

Ahora bien, ¿cómo se conjugan estas reflexiones en el campo específico de un club de fans? En las próximas líneas daremos cuenta de algunas hipótesis surgidas de las primeras aproximaciones al campo⁷.

Las arjoneiras

Probablemente el sentido común definiría a estas jóvenes como histéricas, obsesivas, locas o raras. Ellas son fanáticas de Ricardo Arjona, un cantante guatemalteco de música romántica. Se encuentran todos los primeros sábados de cada mes en las reuniones del club de fans oficial, del que forman parte. Curiosamente, éste tiene una historia de más

⁷ Comencé a realizar trabajo de campo en un club de fans de Ricardo Arjona de la Ciudad de Buenos Aires en septiembre de 2008.

de 15 años y, si bien está conformado principalmente por mujeres de más de 40 años, son muchas las jóvenes que participan del mismo⁸.

Estas reuniones tiene tiempos pautados y siempre se dividen en dos momentos: primero se anuncia información vinculada al ídolo y luego se da lugar a la referida a las actividades solidarias que realiza el club. La primera parte, y la de menor duración, está dedicada a hablar de las novedades de su ídolo y, tal como lo difunde su página de internet, tienen actividades específicas: promocionar al artista; mantener en vigencia su música, ya sea por pedidos telefónicos, faxes, e-mail a los distintos medios, radio, televisión, gráficos y cable; ser un nexo informativo entre los interesados, en los diversos puntos de nuestro país y del exterior. Allí una de las integrantes de la comisión directiva toma la voz de mando, se para e informa sobre todas las novedades y qué tareas de difusión deben llevar a cabo las fanáticas. Todo es documentado, leído en voz alta y perfectamente ordenado.

La segunda parte de las reuniones se centra en actividades solidarias: ayuda de escuelas, hogares y comedores infantiles, mediante la entrega de útiles escolares, juguetes, ropa y alimentos, el cuidado del medio ambiente con campañas para el reciclaje de papel latas y pilas, donaciones de alimentos no perecederos y ropa. Allí, otra de las fans, denominada como “la encargada de la parte solidaria”, también lee diversos tipos de documentos, en donde informa sobre los lugares con los que el club de fans está colaborando, las tareas específicas para el próximo mes, como los agradecimientos que reciben de diferentes instituciones con las que colaboran.

Este club de fans es heterogéneo en su conformación: está integrado en su mayoría por mujeres de más de 40 años, pero también por mujeres y varones jóvenes. Es interesante observar que los grupos conformados por las personas más jóvenes se mantienen ciertamente distantes de las informaciones divulgadas en las reuniones, así como también de las actividades “solidarias”. Ellas/os van allí con otros intereses. La menor del grupo tiene 15 años y se incorporó hace unos meses. Se acercó con el objetivo de “conocer más” sobre Arjona, pero hoy prácticamente no escucha las informaciones que se difunden

⁸ El grupo permanente del club de fans cuenta con aproximadamente 40 personas, entre las que hay 25 mujeres adultas y 10 mujeres jóvenes y algunos varones, también jóvenes. Sin embargo, los meses previos a la llegada de Arjona al país, el grupo se multiplica exponencialmente, incorporando personas de todas las edades.

durante la primera mitad de la reunión. Al igual que las otras chicas más jóvenes del club, se ubica en una de las esquinas de la mesa y conversa durante casi toda la reunión.

Sin embargo, frente a las acusaciones de “inutilidad” que rodean habitualmente a los clubes de fans, estas jóvenes se defienden afirmando que son muchas las actividades solidarias que el grupo realiza, y que a su vez, el mismo cumple una función muy importante como lugar de encuentro entre pares. Tal como sostiene Borda, “la importancia de la identificación entre los miembros ya no es significada negativamente en términos de ‘contagio’” como podría suponer una multitud histérica de fans irracionales, sino de “encuentro comunitario” (2000: 17). El ídolo así es apenas una excusa, un telón de fondo, y se subraya la importancia de la pertenencia a un grupo –siguiendo a Borda-, aun cuando se mezcle con la necesidad de invocar un plus de productividad social.

Es así que este análisis torna complejo el supuesto del consumidor pasivo a los mandatos de las industrias culturales, ya que sus productos no sólo llevan a estas jóvenes a comprar discos y entradas, sino que también le permiten un plus de sociabilidad en donde el club de fans es el lugar de encuentro.

Pero un dato a tener en cuenta es que las letras de este músico hablan principalmente de amor entre personas de más de 30 años, en donde el amor no es un idilio color de rosa, sino más bien un lugar de conflicto y desencuentro. Para las mujeres de más de 40, las letras de Arjona funcionan como autobiografía y los encuentros del club de fans son significados como lugar de autonomía de las tareas cotidianas, como remanso de los dolores espirituales y de aliento entre amigas. Algunas de las mujeres que participan del club llegaron para allí en busca de alivios a dolores muy grandes: la viudez, una enfermedad congénita, la muerte de una hija.

Sin embargo, todas estas cuestiones parecen interpelar –para el sentido común- a las mujeres de más de 40 años y no a las jóvenes. De hecho, una de las integrantes más jóvenes del grupo nos dijo, en un primer encuentro “mis viejos me mandaron al psicólogo porque me gustaba Arjona”, dando cuenta de la supuesta incompatibilidad entre las narrativas del cantante guatemalteco y las identidades de las jóvenes. Sin embargo, el campo da cuenta de que esta música interpela fuertemente, *también*, a las jóvenes. Es por ello que indagar sobre el vínculo que las jóvenes tienen con estas líricas nos permitirá avanzar en el análisis de las

configuraciones identitarias femeninas y su vínculo con la música, haciendo especial énfasis en las especificidades de la cultura juvenil.

Ahora bien, el desafío será entonces analizar los relatos de las jóvenes a la luz de las pautas culturales de una época, de las modalidades en las que las narrativas sobre la feminidad son puestas en la escena pública: cómo se habla de las mujeres en la música romántica y qué hacen ellas con esos sentidos serán las preguntas que guiarán futuros análisis. Y este vaivén entre los textos y las prácticas implica procesos analíticos y metodológicos muy complejos e inciertos. El cruce entre la comunicación y la antropología es necesarios y enriquece los análisis, pero implican un continuo repensar el camino elegido.

Los estudios en comunicación nos advierten que si bien cualquier signo tiene la capacidad potencial de una configuración polisémica, “la polisemia no debe ser confundida sin embargo con el pluralismo” (Hall, 1980: 6). Cualquier sociedad o cultura tiende, con diferentes grados de clausura, “a imponer sus clasificaciones del mundo político, social y cultural. Estas constituyen el orden cultural dominante aunque nunca sea unívoco o no contestado” (Ídem: 6). Y hablar de “dominante” y no “determinante” implica considerar que el sujeto tiene la posibilidad de ordenar, clasificar y decodificar un evento comunicativo. Así, *dominante* da cuenta no sólo de la posibilidad, sino también de un patrón comunicativo de “lecturas preferentes”. Esta idea, en donde se hace hincapié en lo que limita, pero también en las posibilidades, es puesta en juego para entender que la capacidad subjetiva del receptor es evidente –tal como afirman los estudios encarados desde la antropología-, pero se encuentra enmarcada dentro de un orden cultural que le da forma. Y es este un aporte fundamental para futuros trabajos: las posibilidades de acción de los sujetos son evidentes, pero deben ser leídas dentro de las coordenadas establecidas por la cultura de una época. Y, en el caso específico de las preguntas por las identidades de género, las pautas culturales sobre las posibles modalidades de la feminidad son, por lo menos desde el movimiento feminista para acá, motivo de lucha, cuestionamiento y debate. El modo en el que estas pautas culturales se conjugan en la vida de las mujeres jóvenes a

través del formato musical y la forma en que éstas arman circuitos de sociabilidad será un problema a indagar en futuras investigaciones. Y la metodología a seguir, un desafío.

Bibliografía:

Archetti, Eduardo (2003): *Masculinidades. Fútbol, tango y polo en la Argentina*. Buenos Aires: Antropofagia.

Blázquez, Gustavo (2008): "Nosotros, vosotros y ellos. Las poéticas de las Masculinidades Heterosexuales entre jóvenes cordobeses, *Trans*, Revista Transcultural de música, n° 12. <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art06.htm>

Borda, Libertad (2000): "¿Qué es un fan? Un análisis interdiscursivo del fan como figura del imaginario social", ponencia presentada en Segundo Congreso de RED COM, organizado por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, septiembre de 2000.

Bourdieu, Pierre (1984): "La 'juventud' es sólo una palabra", en *Cuestiones de sociología*. Madrid: Istmo.

Brubaker, Rogers y Cooper Frederik (2001): "Más allá de la 'identidad'" en *Apuntes*, N° 7, Buenos Aires, Pp 30-67.

Campodónico, Raúl Horacio y Gil Lozano, Fernanda (2000): "Milonguitas en-cintas: La mujer, el tango y el cine" en Gil Lozano, Fernanda; Pita, Valeria e Ini, Gabriela (eds.): *Historia de las mujeres en la Argentina: siglo XX*; Buenos Aires: Taurus.

Carozzi, María Julia (2009): "Una ignorancia sagrada: aprendiendo a no saber bailar tango en Buenos Aires" en *Revista Religião e Sociedade*, volumen 29, n° 1°, en prensa.

Citro, Silvia (2008): "El Rock como un ritual adolescente. Trasgresión y realismo grotesco en los recitales de Bersuit", en *Trans*, Revista Transcultural de Música, n°12. <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art03.htm>

Cragolini, Alejandra (2004): "Soportando la violencia. Modos de resignificar la exclusión a través de la producción y consumo musicales" ponencia presentada ante el V Congreso de la IASPM-AL (International Association of Popular Music, América Latina), Río de Janeiro.

----- (2006): “Articulaciones entre violencia social, significativo sonoro y subjetividad: la cumbia ‘villera’ en Buenos Aires, en *Trans*, Revista Transcultural de Música, n° 10. <http://www.sibetrans.com/trans/trans10/cragnolini.htm>

Douglas, Mary (1990): *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo.

Frith, Simon (2003): “Música e identidad” en Hall Stuart y Du Gay, Paul (comps.) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires, Amorrortu.

García Canclini, Néstor (1992): “Los estudios sobre comunicación y consumo: El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores” en *Diá-logos*, n° 32, Felefac, Lima.

Garriga Zucal, José y Salerno, Daniel (2008): “Estadios, hinchas y rockeros: variaciones sobre el *aguante*” en Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (compiladores): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.

Hall, Stuart (1980): “Codificar/Decodificar” en *Culture, Media and Language*. Londres, Hutchinson. Traducción: Silvia Delfino <http://www.ram-wan.net/restrepo/hall/codificar-decodificar.pdf>

----- (2003): “Introducción: ¿quién necesita identidad?” en Hall, Stuart y du Gay, Paul (comps.): *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

Margulis, M. y otros (1996): *La cultura de la noche*. Buenos Aires: Biblos.

Martín, Eloisa (2008): “La cumbia villera y el fin de la cultura del trabajo en la Argentina de los 90”, en *Trans*, Revista Transcultural de Música, n° 12. <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art05.htm>

Reguillo Cruz, Rossana (2000): *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma.

Ricoeur, Paul (1984): *Tiempo y narración I*. Chicago: University of Chicago Press.

Sarlo, Beatriz (2006): *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Seix Barral.

Semán, Pablo y Vila, Pablo (1999): “Rock chabón e identidad juvenil en la Argentina neoliberal” en Filmus, Daniel (comp.): *Los noventa: política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo*. Buenos Aires: FLACSO.

Silba, Malvina y Spataro, Carolina (2008): “‘Cumbia Nena’. Jóvenes bailanteras: entre las líricas, los relatos y el baile”, en Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (compiladores): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.

Spataro, Carolina (2007): “‘La cumbia villera se zarpa’: estigma, rechazo y negociación en torno a un consumo musical”, VI Bienal Iberoamericana de Comunicación, 26 al 29 de septiembre de 2007, Córdoba.

----- (2009): *Configuración de feminidades en el consumo de música: un recorrido teórico para la construcción de un problema*. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, mimeo.

Vila, Pablo (2000): "Música e identidad. La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos, las letras y las actuaciones musicales" en *Recepción Artística y Consumo Cultural*, Mabel Piccini, Ana Rosas Mantecón y Graciela Schmilchuk coordinadoras. Mexico: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Instituto Nacional de Bellas Artes. Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas. Ediciones Casa Juan Pablos.

Yúdice, George (2007): *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Barcelona: Gedisa.