

“Banderas en tu corazón”.

Narrativas, vida cotidiana y prácticas de apropiación de la música rock en jóvenes de sectores populares

*Aliano Nicolás¹
Pinedo Jerónimo²
López Mariana,
Stefoni Andrés y
Welschinger Nicolás³*

Banderas en tu corazón/ ¡Yo quiero verlas! ondeando, luzca el sol o no/
¡Banderas rojas! ¡Banderas negras! /de lienzo blanco en tu corazón.
Perfume al filo del dolor/ así, invisible /licor venéreo del amor/
Que está en las pieles, /sedas de sedas / que guarda nombres en tu corazón.
“*Juguetes Perdidos*”, Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, 1996.

1. Introducción

Si imaginamos una historia del futuro, no sería descabellado pensar con Javier Auyero que un historiador en el año 2050 escogería “una de las letras de la banda Los Redonditos de Ricota para aproximarse a las creencias y percepciones de los pobres urbanos en los años noventa” (2001: 207). Resulta conocida la cautelosa apelación de Daniel James a las letras de E. S. Discépolo para explorar las relaciones entre cultura popular y la conciencia de clase trabajadora en los años cuarenta. “Hay que cuidarse de extraer, de las letras de tango, conclusiones sobre las actitudes de la clase trabajadora. Pero su inmensa popularidad parece demostrar que cualesquiera que fuesen las manipulaciones de la industria cultural, aquellas respondían a algunas actitudes

1 Lic. en Sociología UNLP.

2 Docente en Sociología UNLP.

3 Estudiantes Avanzados de la Lic. en Sociología UNLP.



y experiencias que los trabajadores reconocían como propias” (2006: 43). Sin dejar de reparar en las precauciones, podemos seguir imaginando, en el modo de una leve exhortación, que esa crónica futura dedicada a la drástica reorganización social argentina bajo el signo del neoliberalismo ocuparía al menos unos párrafos en el capítulo dedicado a la situación de las clases populares entre la década del noventa y el dos mil.

El enfoque de estas notas nos sitúa dentro de un amplio espectro de problemas socioculturales y de otras no menos numerosas investigaciones que han abordado en los últimos años la cultura popular. En un rápido repaso, algunas sostienen que la crisis de los anclajes institucionales asociados con el trabajo y la educación profundizó su deslegitimación como operadores identitarios (Saraví, 2004). Situación que provocó una vacante parcialmente cubierta por algunos repertorios simbólicos originados en la industria cultural que actúan como constitutivos identitarios combinándose o sustituyendo a los anteriores (Alabarces *et al.*, 2008). Asimismo, los jóvenes perciben el mundo del trabajo en su rol instrumental y las identidades se vuelven más fragmentarias y volátiles (Svampa, 2000). Las identidades que emergen se vuelven “operativas” en la medida que escenifican, de modo coyuntural, no esencial y dinámico, las búsquedas de marcas de identidad y pertenencia realizadas por los jóvenes en los objetos que consumen (Alabarces y Rodríguez, 1996). En este marco nos interesa indagar por qué la música se vuelve objeto privilegiado en la constitución de las identificaciones sociales, y advertir en ello el uso activo y las formas de recepción de los productos asociados con la música rock entre los jóvenes de sectores populares.

Para ingresar en el ámbito de estas prácticas de apropiación desde una mirada que reconozca los márgenes de autonomía en la elaboración simbólica de los actores subalternos, elegimos como punto de acceso la producción de banderas para su uso en el contexto de un recital de rock. Esta estrategia de trabajo nos permitió acceder a las construcciones narrativas de la experiencia que se ponen en juego en la escena del recital pero que, a la vez, nos reenvían hacia ciertos contextos de la vida cotidiana.

2. El surgimiento de una contraescena musical

En los noventa el rock nacional, un movimiento cultural asociado con los valores culturales de las clases medias, experimentó la introducción de un

nuevo universo de prácticas y representaciones provenientes de los jóvenes de los suburbios obreros y populares del Gran Buenos Aires. El “rock chabón”, nominación bajo la que se conoce a este subgénero, estimuló el surgimiento de una nueva relación entre “productores” y “receptores” en la que el público ocupa un lugar más activo en relación con la banda:

“El protagonismo es dividido y desplazado por la aparición de un nuevo actor en el espectáculo: los grupos de seguidores que practican el ‘aguante’. Siguen a las bandas en sus viajes y en los festivales locales, presentando banderas, bengalas, vestimentas y coros en una contraescena que crea un piso mínimo de público y fervor para la actuación de la banda que está en el escenario” (Semán, en Míguez y Semán, 2006: 214).

En esta contraescena emergente se emplaza la práctica de elaboración y uso de banderas, derivada del nuevo protagonismo que asume el público. En este plano nos preguntamos: ¿qué es una bandera? ¿Cómo funciona? ¿Cuál es su uso? ¿Cómo es producida? ¿Qué significados tiene para las personas que las hacen y las portan?

Para responder estos interrogantes distinguiremos diferentes dimensiones que conforman esta práctica social. Definimos la bandera como un producto cultural caracterizado por poseer una imagen o frase tomada de las letras, la gráfica de los discos, las entrevistas o imágenes fotográficas de los músicos, que pueden ir acompañadas con los nombres personales o los del barrio de procedencia de los seguidores. La tela de las banderas es de diferentes tipos y colores variados. Puede incluir alguna otra iconología, como cuando se incorporan banderas nacionales como soporte sobre el que se escribe, pinta o imprimen diseños; pero el mayor registro de motivos, símbolos y frases tiene como fuente el arte visual de los discos, las letras y los personajes de las canciones creadas por la banda de música.

Intentaremos articular el análisis en tres niveles presentes en la producción y el uso de las banderas, y simultáneamente, buscaremos dar cuenta de nuestro propio recorrido como investigadores junto a los actores. En primer lugar, realizaremos una descripción de los usos de las banderas en el recital y la “previa” al evento. Allí pondremos atención en el papel de las banderas como “marcas” (en el sentido de fronteras pero también como huellas) del grupo. En segundo lugar, analizaremos las narrativas que ponen en juego los “productores” a la hora de dar cuenta de: ¿por qué hacer banderas?

¿Por qué elegir determinados motivos, dibujos y frases? ¿A qué o a quiénes están remitidas? En tercer lugar, describiremos las prácticas de producción de las banderas, tanto en el espacio original donde se gestan como en el espacio donde se reelaboran.

Nuestra estrategia de investigación se basó en un trabajo etnográfico durante los recitales de Carlos “Indio” Solari⁴, en La Plata en diciembre de 2008 y en Salta en septiembre de 2009, junto con la realización y análisis de 45 entrevistas breves (“relatos de banderas”) a seguidores del artista, realizadas en el mismo evento y en las que los propios actores narran y describen la historia de sus banderas, y 15 entrevistas en profundidad realizadas a las mismas personas en los meses posteriores en sus hogares⁵. El camino recorrido junto a los jóvenes y sus banderas nos descentró de la escena del recital hacia otros ámbitos menos explorados en relación con la experiencia musical. Al introducirnos en ese cambio de espacios (y relaciones), desde el recital como momento extraordinario hacia el contexto cotidiano, procuramos no descuidar la relación entre una determinada situación de la escena musical y las formas de consumo y conformación de la experiencia que allí se ponen en juego.

3. “Los trapos” en el recital

“Ya cuando la conocí tenía tatuado el “banderas de mi corazón”,
que es un folclore, no es un tema...”
Juan de Castelar, Prov. de Buenos Aires.

El recital no puede escindirse del momento que funciona como su preparación. Este lapso precedente es significado como “la previa” y forma parte de la escena ampliada del recital masivo de música rock. La previa adopta un carácter festivo, donde no falta la música, los cánticos, bailes y rondas en que se

⁴ Compositor y músico argentino, cantante del grupo *Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota*, que se formó a principios de la década del 80 y se separó en el año 2001. Desde el 2005 Solari se presenta como músico solista acompañado por la banda “Los fundamentalistas del aire acondicionado”.

⁵ Las entrevistas fueron realizadas a residentes de Mataderos, Pompeya, Ciudad Evita, Villa Caraza, Ezeiza, San Miguel, Benavidez, Lomas de Zamora, Isidro Casanova, Tigre, La Plata, City Bell, Tandil, San Martín, Del Viso, Ensenada, Salta, San Juan, San Luis, Santiago del Estero, Córdoba y Mendoza. Toda la investigación de campo se realizó en el marco del Proyecto Sinestesia dirigido por Pablo Semán, a quien queremos agradecer por su permanente motivación y apoyo, al igual que a todos los integrantes del nodo del Proyecto Sinestesia La Plata. También los autores agradecen a Aníbal Viguera, por su estímulo permanente a las propuestas de investigación social de alumnos y graduados del Departamento de Sociología de la UNLP.

toman diversas bebidas gaseosas y alcohólicas, se come, se fuma marihuana. Seguidores, personal de seguridad, vendedores de choripanes, bebidas, *merchandising*, productos regionales y artesanías locales, vecinos distraídos o inquietos, forman parte de la escena que se despliega desde temprano en las inmediaciones del estadio, donde a la hora señalada se presentará el artista. Amarradas entre árboles o extendidas sobre el piso, las banderas se disponen de manera que adopten visibilidad, y en torno de ellas se organiza el grupo, demarcando a su vez el espacio respecto de grupos contiguos. También es frecuente encontrarse con seguidores que llevan su bandera sobre los hombros, dejándola caer sobre la espalda.

Las banderas funcionan como vector de sociabilidad. En este sentido actúa el recurrente pedido de “sacarse fotos” junto al “trapo”, proferido por curiosos que deambulan por la zona, visto como motivo de orgullo por la persona o el grupo portador de la bandera que percibe en ello un “reconocimiento” por el trabajo realizado. Allí se generan lazos, se intercambia información, anécdotas, percepciones sobre recitales previos o futuros, e incluso se conciben nuevas ideas para las banderas que vendrán. La visibilidad de la bandera funciona otorgando cierta unidad al grupo, confiriéndole una territorialidad propia y a la vez una proyección frente al conjunto de los seguidores, siendo un medio de estrechar lazos con otros jóvenes y marca de pertenencia a una comunidad *–ricotera–*, de la cual los trapos dan cuenta e intentan poner en juego con sus características peculiares: sus inscripciones, marcas simbólicas –por ejemplo frases de temas inéditos, que confieren prestigio y distinción al reflejar un profundo conocimiento de la obra del artista–, y otras bastante más “materiales” como parches, tajos y remiendos –señales de banderas “con calle” y trayectoria–, o firmas, nuevos dibujos y estampas que se van agregando.

A la hora de ingresar en el estadio las banderas son, en su mayoría, colocadas en las gradas de la tribuna o sobre el tejido que la separan del campo de juego, de manera que sean perfectamente sondeables desde allí y el escenario. Otras banderas, las más grandes, recorren todo el estadio pasadas de mano en mano por sobre las cabezas del público, que al verse cubierto busca tocarlas confiriéndole cierto movimiento ondulatorio, y que al verse nuevamente des-cubierto aplaude en señal de reconocimiento. Estos trapos de grandes dimensiones son dirigidos por todo un equipo de personas, que desde los extremos de la tela y a paso firme regulan los movimientos de la

bandera. Son exhibidas al resto de los participantes funcionando como autocelebración del papel activo del grupo portador dentro del público presente; y a la vez, son dirigidas y exhibidas frente al artista, en busca de captar su atención y lograr su reconocimiento. Cuando desde arriba del escenario se detienen a “nombrarlas”, este reconocimiento se vuelve motivo de profundo valor y orgullo. El doble sentido de la búsqueda de visibilidad que los jóvenes pretenden a través de sus banderas se inscribe en una red de reconocimientos e intercambios simbólicos, donde como momento de consagración, como punto máximo de obtención de capital simbólico se encontraría el nombramiento que viene desde “arriba del escenario”. La pregunta por la centralidad de la bandera como medio de visibilidad y formato soporte de narrativas y experiencias (frente a otras variantes como una remera), se vincula con la posibilidad que este objeto ofrece de presentación pregnante hacia los otros.

En el uso de la bandera como medio de visibilidad se advierte la importancia dada al tamaño, como también a las estrategias para colocarlas en algún sitio “que se vea”, procurando “colgarlas bien” y así ocupar los “mejores” lugares. A la vez que se produce cierta jerarquización de la superficie disponible para amarrarlas –dando lugar a ocasionales disputas entre dueños de banderas– se generan tensiones que pueden llegar a abiertos altercados entre los dueños de banderas y aquellos otros que, ubicados en las tribunas desde un lugar expectante, encuentran su visibilidad limitada por las banderas colgadas en el tejido perimetral. “Colgar” el trapo es una operación no exenta de cierto riesgo físico, necesaria para amarrar la bandera con firmeza y a una altura que –nuevamente– garantice su visibilidad. En busca de ello los jóvenes trepan los tejidos a cinco o seis metros de altura con movimientos que implican una importante cuota de esfuerzo físico y destreza para poder fijar la bandera de una manera persistente y en un lugar preciado.

Hay dos momentos en todo show del Indio Solari de los cuales el artista pareciera no poder escaparse, asumiendo el estatuto de “infaltables”, pertenecientes al momento de cierre del recital: las canciones *Juguetes perdidos* y *Jijiji*. Si este último tema es asociado con el momento del *pogo* por antonomasia, “el *pogo* mas grande del mundo”, a través del cual se expresa una moral que reivindica como valor que es marca de identidad rockera el “descontrol”, el “aguante”, en *Juguetes perdidos* es el momento de la contraescena ritualizada, en la que se exalta la participación del público a través del uso de bengalas, agitación de remeras y exhibición de las banderas.

“Quería colgar la bandera en un lugar que se vea... y cuando entré no tenía lugar. La tuve que colgar en el alambrado... como el viento venía para acá, me la empezaba a tirar. Entonces... se me enganchó, se me rompió en la punta... Me corté la mano, tengo toda la mano cortada. Me tuve que trepar, sacar la bandera... se la di a un pibe que estaba abajo... y le dije: abrila (sic) en “Juguetes Perdidos”, por lo menos abrila (sic) en “Juguetes Perdidos”.

“Banderas en tu corazón, yo quiero verlas” canta Solari en el escenario mientras el público también canta con la cara al cielo, los ojos cerrados y levantando los brazos siguiendo el ritmo con movimientos energéticos. Es posible advertir en esto aquello que algunos autores consideran una carnavalización del rock:

“[que] consiste en el pretendido borramiento de la distinción entre músicos y públicos (...) una escena unificada donde los músicos deben *tocar* y los públicos deben *actuar*, volviendo la exhibición de bengalas y banderas (...) y las actividades corporales—el *pogo*, el *mosh*—parte central del concierto. Y los músicos deben, además de tocar, reconocer y agradecer esta acción de sus públicos. Mejor aún: deben estimularla” (Alabarces *et al.*, 2008: 41).

Las banderas se articulan con diversos usos definidos situacionalmente. Usos concretos y estratégicos (como el convenir un punto visible de encuentro) ligados con otras formas de la visibilidad: formas de relacionarse con el artista y el resto de la “comunidad ricotera”. Pero también es posible ver en las banderas su uso como soporte de narrativas identitarias que se activan al momento de relatar su historia.

4. Las banderas como soporte de narrativas

Las historias de las banderas nos llevaron a ámbitos que, lejos de centrarse en el recital, remitían a vivencias, recuerdos y situaciones referenciadas al plano de la experiencia cotidiana. Así nos fuimos descentrando del vínculo original que establecimos con el objeto. Partimos de pensar una idea fuerte de “comunidad autoconsciente”—ligada con la noción del recital como “misa” roquera—, para luego ir descubriendo, paulatinamente, la complejidad y densidad de articulaciones narrativas donde coexisten otros motivos que configuran percepciones más amplias sobre la comunidad de pertenencia.

En primer lugar, notamos la existencia de esquemas narrativos asociados con el sentimiento de pertenencia a la comunidad “roquera” activados por

los actores al momento de relatar la historia de sus banderas en el despliegue de la contraescena. Esta comunidad se constituye a través de un sistema de definiciones morales que vincula a los sujetos por la adscripción con una categoría simbólica que se comparte y permite construir pertenencias y alteridades (Garriga Zucal, 2008). Algunas banderas remiten a relatos que dialogan con la propia historia de la comunidad interpretativa. Un grupo de amigos y familiares de la ciudad de Tandil contaban que la frase de su bandera “eliminemos el sopapo” es “un mensaje” a sus pares en sus propios códigos, basado en la propia historia del grupo, con argumentos que se inscriben en torno de las disputas y desmarques sobre el estigma de “violentos” que recae entre los “ricoteros”.

“La frase comenzó en nuestra casa cuando hubo una reyerta. ¿Por qué? Es una manera diferente de decir: basta de violencia, loco. No nos vamos a cagar más a trompadas. ‘Eliminemos al sopapo’. Eso lo vamos a desplegar en un trapo dijimos. Los chicos pensaban que eso lo había dicho el Indio y nada que ver... ‘Ah sopapos que la costumbre da, por el mandato ruin de los muertos’. El sopapo lo menciona, pero no dice nada de eliminar el sopapo. Es una forma de decir, no nos rompamos las pelotas entre nosotros, si todos podemos convivir.”

Desplegar en una bandera el “mensaje” destinado a los pares pareciera ser también la intención del trapo de Beto, que dice: “El que abandona no tiene premio”; que ante nuestra insistencia y su negación de respondernos sobre el significado que él le confería, finalmente la respuesta fue: “el que es redondo sabe lo que le estoy diciendo”.

Por otro lado, dentro de los códigos morales de clasificación de la comunidad interpretativa, la distinción legítimamente establecida entre los artistas que “hacen rock” y todo aquello que “no es rock”, se construye en función de poseer o no “mensaje” (Garriga Zucal, 2008). Este predominio del “mensaje” tiene su contracara en la apropiación que realizan en la producción de sus banderas. Las letras son susceptibles de múltiples interpretaciones, las cuales no son enjuiciadas como erróneas o verdaderas, sino que son consignadas como “personales” y puestas en el plano de la elección: “La cosa es así: el Indio hace la letra y luego se interpretan de otra manera. Cada uno interpreta la letra como quiere, ¿no?”. No sólo se trata de “desplegar el mensaje”, sino también de intentar encontrar el significado latente, lo que se transforma en un ejercicio de decodificación:

“Hay que decodificar el mensaje. Eso es lo que hacemos con los chicos. Porque arriba tiene una letra, porque si vos lo pensás, el Indio escribe sin comas (...) Empezá a ponerle comas a las letras, y vas a ver que dice de todo en un párrafo. Dice de muchas maneras distintas cosas. Por ejemplo: ‘Amarte es posible’. Pero también dice ‘A Marte’, al planeta Marte, que es, viste, donde la humanidad raja para allá. Hay que decodificar el mensaje que hay detrás del primer mensaje, y detrás del segundo mensaje hay un tercer mensaje.”

Dentro de esta concepción se percibe que una frase suelta de la letra de una canción, un detalle (el no uso de las comas), encierra el potencial de representar una clave interpretativa que “decodifica el mensaje”, a la vez que nos dice algo de la lógica de apropiación con que se entretajan las composiciones en torno de las banderas. Al interior de la comunidad los diversos “mensajes” que despliegan las banderas se construyen mutuamente a partir de un sistema de referencias donde también se pone en juego el conocimiento de la obra del artista como un valor que puede conferir prestigio a través del cual diferenciarse. Un grupo de la localidad de Benavídez nos explica que la frase de su bandera es de “un tema inédito de los redondos” porque buscaron ser originales ya que “hay pocas banderas con inéditos”:

“Queríamos algo original. Estuvimos mirando fotos de bandera de Córdoba y San Luis. En realidad lo que íbamos a poner primero era ‘Nadie es capaz de matarse en mi alma’ o algo así. Y la cambiamos porque la vimos en varias banderas de Córdoba. Además, nos dimos cuenta que mucha gente nos pregunta, que no saben de qué tema es. Y bueno, es única.”

La bandera, cuando es patrimonio de un grupo, sirve de identificación hacia dentro y fuera del mismo, articulando un relato que envuelve en un tono épico las historias y peripecias de la conformación del grupo de amigos. Otros motivos activan la conformación de tramas argumentales donde las historias del grupo de pares se ligan casi insolublemente con lo barrial. Describen la fuerte relación de sus portadores con lo territorial como fuente de sus identificaciones, así la mayoría lleva pintado el nombre y referencias al barrio de pertenencia. En ellos se construye una reivindicación de la idiosincrasia barrial que se juzga específica, se exhibe con orgullo y se aspira a “representar”. Generalmente los relatos barriales también son grupales, de tal forma que en la bandera se plasma la intención del grupo de hacerse presentes, haciendo la bandera “para reflejar el amor al grupo”. En muchos casos la

conmemoración de la posibilidad de presenciar un mismo recital por todos los integrantes del grupo se festeja con la confección de una bandera con las firmas de cada uno de ellos.

Por último, se construyen relatos relacionados con acontecimientos de la trayectoria biográfica: la experiencia de la pobreza, la muerte de un amigo o familiar, el consumo de drogas, en correspondencia con recreaciones del material estético (dibujos, imágenes, lírica) producido por los artistas. Las modificaciones de las letras de las canciones impresas en las frases de las banderas, por leves que sean, se comprenden en relación con las referencias biográficas puestas a jugar en la narración, en conexión con recuerdos presentados por los actores como significativos o trascendentes. Miguel nos comenta que su bandera, a la que llama “la vampira”, surge de la necesidad de contar lo que él fue y lo que es. Ante nuestra pregunta acerca de lo que representa cada una de las imágenes, nos explica las relaciones que establece entre ellas y su experiencia con el consumo de drogas, con la figura del Che Guevara, que asocia la idea de libertad, y con la música de “los redondos”. Las letras de fuego con que pintó el nombre de su hijo Dylan aluden al contraste entre “una etapa oscura” de su vida signada por su relación con las drogas, y la marca “a fuego” que representa el nacimiento de su hijo y la posibilidad de entablar una pareja estable, momento que Miguel construye como punto de inflexión en su trayectoria.

– Yo era pobre... tengo 26 años... Nosotros somos gente pobre que viene muy mal. De pibe me la tuve que rebuscar... nunca fui chico. A mi vieja le pegaban. Esto explica toda mi razón de lo que soy. Esto me explica.

– ¿Por qué?

– Porque esto significa mi pobreza. Comía, tomaba, agua, pan, agua y mate y agua, pan y agua y mate, y volvía a secar la yerba en el techo para volver a tomar mate... Hasta que, gracias a Dios conocí una buena mina, mi señora, que sé quién soy... Estoy acá.

– O sea que cuando escuchás a los Redondos te viene todo eso: la pobreza, la libertad...

– Me viene todo lo que es la pobreza porque somos una familia muy golpeada Yo a los trece años me fui de casa (...) Por eso yo registro todo eso en una bandera. En mi casa tengo bandera de todo. Yo soy del rojo... tengo bandera de Los Redondos, de mis hijos, de Lanús, de La Renga, una bandera grande que dice Lomas de Zamora. Porque es lo que creo que me refleja lo que soy.

Las relaciones entre interpelaciones y narrativas se modifican al poner en juego esas interpelaciones en un contexto de enunciación personal. Miguel

se construye como personaje protagonista de la narración en una imagen-presentación que expresa a la vez una explicación coherente de sí mismo, siendo que la bandera funciona como un medio expresivo central en su vida. Una forma de construir y organizar su narrativa biográfica que anuda experiencias en una trama argumental de sentidos: la experiencia de la pobreza, la violencia familiar, la libertad, el amor y las pasiones. Miguel se vale de esos elementos para articular una narrativa coherente (es decir, que no preexiste ya acabada a la interpelación), con los cuales puede conformar una idea de libertad, y construir un relato que lo explique. La elaboración de banderas trasciende la condición de seguidor de un grupo de rockeros para transformarse en un espacio de elaboración estética de su experiencia vital (“tengo bandera de todo”).

Miguel juega con la frase “la vampira”, la imagen sonora que construye como clave interpretativa de la “etapa oscura” de su vida. Pero no lo hace otorgándole una única y estática interpretación, sino que comprensiblemente la dispone a la reactualización según los contextos que entran en juego. Una determinada trama argumental predomina sobre otras y opera contextualmente en los relatos en función de los términos de la interpelación. Miguel nos explicaba la significación de la frase en dos contextos de entrevista diferentes permitiéndonos percibir, además de la particular recreación realizada, esa diferencia contextual de la producción narrativa. En el marco del recital nos decía:

“La titulé por un tema de mi locura nada más. Así que habla de la droga nomás, no vamos a hablar gilada... Y me gustó por ese entonces, ahí le puse La Vampira (...) Cada uno interpreta la letra como quiere, ¿no? Yo interpreté el tema de la droga. Por una cuestión: el pastel. ¿El pastel qué es? Es una línea así, que te ponés un cañito y te la tomás. Ahí le puse “La Vampira” porque los vampiros ¿Qué son los vampiros? Los vampiros andan de noche.”

La frase original de la canción es: “Y voy a comer del pastel que llamás la vampira”. Otra estrofa dice: “Un nuevo juego ligué donde sos la heroína”. Y en el estribillo se repite: “Scaramanzia cabala de amor virtual. Scaramanzia para un Sonic samurai”. Se encuentran en el tema “Scaramanzia”, del disco *Último bondi a Finisterre* (1998).

Sin embargo al entrevistarlo dos meses después, en su casa junto a su familia, el relato sobre la bandera fue reactualizado. Al preguntar nuevamente

sobre el sentido conferido a la frase, la única respuesta fue una advertencia: “Hay una etapa errónea y borrosa que no se va a ver. Una etapa borrada...”. Por lo que la reflexión sobre la estrategia metodológica empleada en los distintos contextos donde se repreguntó por los motivos de las banderas, nos permitió captar relaciones y especificidades de cada una de las reactualizaciones activadas. Ello refuerza la tesis de que no existe algo así como una identidad esencial reflejada discursivamente y relevada empíricamente en un ámbito central en el que se pondría en acto, esto es: el recital como espacio identitario privilegiado. Por el contrario, la constitución de narrativas en las que la trama argumental organiza el relato varía conforme la interpelación discursiva contextual. Miguel, en un contexto festivo en el que se perciben como legítimas determinadas formas de enunciación, puede actualizar una trama donde su experiencia con el consumo de drogas “duras” forma parte de la narrativa de su trayectoria. Sin embargo, en otro contexto de enunciación, ligado con el ámbito familiar, tal activación se vuelve problemática y ello aparece omitido, enjuiciado y moralmente condenado como “una etapa oscura”. En todo caso, vemos que no se trata de un problema de verdad o falsedad de los relatos, sino de una manera de construcción narrativa de las identificaciones, de una lógica de producción de sentido para organizar regímenes de la experiencia.

5. Viajes, discos, santuarios y dinero

La opción metodológica que adoptamos supuso un recorrido en el sentido inverso de las banderas. Si éstas inicialmente se confeccionan en la casa, para luego ser trasladadas, exhibidas y reelaboradas en los viajes y el recital, en nuestra investigación ingresamos en el campo por el recital y pasamos finalmente hacia “la casa” de los propietarios de banderas.

Las inversiones y los gastos que los jóvenes realizan tienen que ver con el lugar que ocupa la preparación de los instrumentos de producción de la festividad que nos lleva hacia el espacio barrial y familiar, donde se organizan las redes sociales que luego viajan y asisten al recital. En esta preparación no participan exclusivamente los seguidores, sino que se involucran familiares, parejas, amigos y vecinos que, sin ser parte del público, contribuyen a la confección de las banderas y a la planificación de los viajes. La participación puede

ir desde la contribución material, regalos y préstamos de dinero, donación de materiales como pintura, tela, pinceles, aerosoles, hasta el trabajo de producción simbólica, elección de los diseños, selección, elaboración e interpretación de frases poéticas. De este modo esas personas participan aportando saberes y competencias específicas, por ejemplo: el calcado de un dibujo, la modificación y proporción de su escala, el diseño de una tipología vistosa, la costura reforzada de varios metros de tela. Un vasto conjunto de personas que no ingresarían en el perfil socioetario de los grupos que, mayormente, asisten al recital, sin embargo forman parte de esta comunidad interpretativa ampliada cuyo centro parece situarse en quienes tomarán la condición de público haciéndose presentes en el evento, pero cuya periferia se dilata con las relaciones que éstos comparten con sus seres cercanos en una práctica de consumo de bienes culturales masivos.

Desde el punto de vista del “gasto”, estas actividades comprometen presupuestos familiares que implican decisiones consensuadas con quienes “no son rockeros” en el seno de la familia. Tomar estas decisiones en grupos familiares donde los ingresos resultan muy apretados y obtener la autorización o la descalificación por parte de algunos miembros de ese grupo no es una cuestión menor, así como ausentarse “de casa” dos o tres días estando “de joda”, “de fiesta”, pero al mismo tiempo, “corriendo ciertos peligros”, “durmiendo en la calle”, teniendo a “toda la familia preocupada”, exigen dar justificaciones. En algunos casos el viaje y el recital son presentados como “las vacaciones merecidas” después de haber trabajado dura e intensamente durante varias jornadas, en ocasiones, las únicas vacaciones “fuera de casa” a las que pueden aspirar miembros de sectores populares que trabajan en condiciones de gran precariedad e informalidad.

“Yo tengo mi familia, tengo mi nena, tengo que pensar en ellos también. Ese día que fuimos a Córdoba me gasté 700 mangos y es plata para el que la gana laburando. Pero en un recital me lo voy a gastar porque me gusta... por ahí me voy a privar de comprar unas zapatillas (...) entiendo que unas zapatillas te las comprás y las usás mucho tiempo pero un recital es otra cosa. Son tres horas de aventura, el viaje que viviste, todo lo que te provocó adentro no te lo olvidás más... te traes tus fotos de recuerdo...”

Frente a la posibilidad de hacer el “Porco Tour” (así llaman los seguidores a la serie de recitales que Solari organizó, en diferentes puntos del país, para

presentar su último disco “Porco Rex”), la elección no es estética sino fundamentalmente ética, dada la estructura de consumo de Javier. Una decisión que debe justificarse. Javier nos cuenta de sus restricciones materiales: mantener la familia y poder llegar a fin de mes, y tras la figura del “laburante” nos habla del esfuerzo que supone acumular el dinero necesario para ir al recital. En ese marco inscribe su alternativa entre las zapatillas como consumo –preciado– pero ordinario y de uso duradero, y el recital como experiencia integral e intransferible. También Roberto inscribe esta alternativa en el esfuerzo que implica obtener el dinero para los viajes y las entradas, posible a partir de sacrificios y privaciones, y que tiene base en su modo de obtener el dinero como “laburante”.

“Los viajes son caros. Nosotros, que tenemos familia, resignamos y dejamos cosas. Por ejemplo, comprarnos una pilcha. Cuatro shows hizo este año el Indio. Nos cuesta. Tenés que sustentar el hogar; la situación económica está en crisis... Entonces, bueno, vos tenés que ir piloteándola.”

Los relatos dejan entrever con la mención de sacrificios y privaciones como fondo último que posibilita el “tour”, el enaltecimiento del momento del recital y el viaje como momentos cargados de valor. La experiencia extraordinaria del recital se construye como viaje con una épica, a la luz de un esfuerzo previo de privaciones materiales, organización familiar y barrial, que colabora en la construcción de ese sentido extraordinario. En ese pasaje entre la trama de privaciones y el viaje como experiencia no ordinaria, las banderas son también la señal de pase, de objetivación del “esfuerzo” puesto en seguir al artista, plasmando las peripecias y la dedicación por llevar la esfera cotidiana al momento extraordinario del recital. En sentido inverso, los discos y entradas adquiridas aparecen como huellas del momento extracotidiano en el ámbito diario y en la trama de relaciones habituales con amigos y familiares.

–¿Y cuando se compran discos se los prestan? ¿Hay alguien que se compra siempre los discos?

–Sí, Cesar y Nahuel.

–Lo primero que hago es abrirlo en la casa de Roberto.

–¿No lo abrís vos sólo?

–No, llego a mi casa y lo miro. Y ya el primer día se lo llevo y lo escuchamos.

–Nahuel es el coordinador. El loco te consigue un tema. Te dice: “tengo algo impresionante” y lo trae. Nosotros lo disfrutamos como cuando ponés una naranja en un exprimidor y todo lo más rico sale con el jugo.

- ¿Y el disco lo dejás en la casa de Roberto?
–Ahora no, porque mi sobrino lo rompió. Lo guardé como una reliquia. Lo puse dentro de un papel. En una bolsa de nailon, y el librito también.
–¿Y donde lo guardás en tu casa?
–En un mueble del comedor, que es un lugar que no se toca porque está reservado para mí.
–¿Es tu lugar? ¿Ahí guardás tus cosas?
–Ahí dejo mis cosas. Y las entradas las tengo en un cuadro grande, ahí, con la cara del Indio bien grande. Y alrededor todas las entradas. De Tandil, de Mar del Plata. . .
–Éste –por César– tiene su santuario en la casa, porque tiene un lugarcito en el modular. ¿Qué pasó cuando perdiste la entrada?
–Casi me agarra un ataque al corazón. (*Risas y palmas del resto del grupo.*) Estaba pálido. . .
–¿Y donde estaba la entrada?
–Es que yo la había guardado en un lugar mío. ¿Pero qué pasó? Mi hermana la mostró a todo el mundo y la guardó en otro lado. Atrás de una foto. Y cuando no la veo. . . tum. . . se me bajó la presión.

Estas prácticas –al igual que la elaboración de banderas– articulan una trama de relaciones familiares y entre pares en torno de los consumos culturales que pueden asumir el significado de “reliquia”, ocupando lugares significativos del espacio del hogar (“tiene su santuario”), y habilitando un particular régimen de la escucha, la exigencia de “decodificar el mensaje”, que pone en juego la productividad de la recepción, tras el propósito de “expresar como una naranja” cada CD.

Banderas, discos, entradas, pueden vincular dos regímenes de la experiencia: uno ligado con el momento del recital, otro con el de lo cotidiano. Las banderas funcionan no sólo como emblema grupal puesto en juego en la contraescena del recital, sino como bitácora, en el que se consignan las firmas dejadas por los encuentros ocasionales con otros seguidores del músico, o como reliquia que, guardada celosamente en un lugar de la casa, abrirá los comentarios y las narraciones sobre el periplo y las vicisitudes del viaje, así como los sucesos y las vivencias del recital. Junto con otros objetos coleccionables, las banderas, al mismo tiempo que ayudan a fundar una individualidad en el seno de un grupo socialmente próximo, “en mi casa yo soy el que pone todo el día la música del Indio” o “mi familia sabe que ese lugar del comedor donde guardo las entradas, los discos, está reservado para mí”, suelen hacerlo situadas en el marco colectivo de los apoyos, las autorizaciones y/o las censuras de los otros que no comparten “el fanatismo” pero que “comprenden” (o no) por qué se aplica esfuerzo, dinero, tiempo y pasión en cultivarlo.

6. Escucha, contexto y sensibilidad

Las articulaciones entre la escucha, sus contextos y las sensibilidades que moviliza, circunscriben las diferentes interpretaciones utilizadas para decidir qué imprimir (o qué no) en las banderas. Sobre los momentos de la escucha nos encontramos con una delimitación señalada por muchos entrevistados: la distinción entre el “tiempo de trabajo” y el “tiempo libre”. Delimitación que podría conducir a interpretaciones esencialistas ante las cuales aclaramos que no se trata de verificar la veracidad de tales afirmaciones o ignorar que corrientemente se escuche música durante la jornada laboral, sino que nos interesa el modo en que los entrevistados significan la relevancia del ámbito y del contexto requerido para escuchar cierta música y experimentar ciertos estados, asociados con ciertos consumos (bebidas, estimulantes, etcétera)⁶.

“Sí, (escuchamos) Porco Rex tres veces por día durante todo el año. Cuando estamos en casa. Sino estamos en el laburo... Y ahí aplicamos el fundamentalismo. No decimos nada, vamos a laburar. Viste, como los mártires de Al-Qaeda, una onda así: Vos hacés tu vida normal, pero llegas a casa y tup tup, Porco al palo, enseguida, como para relajarte. Te bañás, descansás, y escuchás Porco. Nos tomamos unos mates, aunque ahora en verano tomamos cerveza.”

Aunque las palabras de Roberto parecerían inscribirse dentro de una clave mística, al comparar y asemejar su práctica con la de fundamentalistas religiosos, no es más que una referencia bromista que juega con el nombre de la banda que actualmente acompaña a Solari en su etapa solista: “los fundamentalistas del aire acondicionado”. El tono chistoso no le quita importancia ni contundencia, sustenta la asociación entre “vida normal” y tiempo-lugar de “laburo”, al que se opone el momento de la escucha asociado con el tiempo-lugar “casa”, terreno donde se recrea el “fundamentalismo” de la filiación al *ethos* ricotero. Miguel también detalla una delimitación semejante:

“Recién al mediodía, después de comer, ya cambiaste un poco el tono, te tomás unas birras y fuiste... ya te ponés los redondos. Más que nada porque yo estoy acá los sábados y los domingos, como laburo toda la semana. Yo de lunes a viernes no te escucho nada, después el sábado arranco con la música. (...) a mí me

⁶ Durante la realización de las entrevistas en profundidad en “la casa” de los entrevistados, en varias ocasiones compartimos con ellos estos momentos de escucha que por lo general se extendían tanto o más que las dos horas de duración que requerían atravesar el cuestionario.

gusta escuchar la música fuerte. Los estados de ánimo son importantes, un desliz y te quedás escuchando la letra. Al otro día recordás y decís, ya sé lo que dice esa letra y ahí vas rebobinando todo lo que dice el tema.”

La puesta en juego de estas oposiciones y asociaciones entre el trabajo y los momentos de escucha describe cómo los entrevistados estructuran actividades y situaciones de su vivencia diaria en relación con el esquema de consumo, en este caso ligada con el momento percibido como placentero o “relajante” de la escucha. Es en el “tiempo libre”, sólo en apariencia disociado del laboral, donde la “necesidad” de “emocionarse” se suple al tener materiales que permitan experimentar y luego recrear, a través de las asociaciones de ciertos temas con determinados recuerdos, con determinadas personas o sensaciones que llevan a Roberto a decir que “sin música no existís”.

Las sensaciones experimentadas en la escucha de cierta música son utilizadas para sostener el “ánimo” en el resto de las situaciones o para confrontar en otras.

“Vivimos en un lindo barrio, tiene agua, gas, todo. De gente laburante, que vivimos al día. Vivís con lo básico. No te falta, pero hay que laburar, lógicamente. Pero no podés hacer muchas más cosas de las ocurrencias del mercado. Pero no implica que tu vida sea mala. La vida es rica en otras cosas, y si te va cómodo mejor. Uno quiere vivir una linda vida. A veces tenemos que estar laburando al rayo del sol, pero lo primero que decís es: Qué vino me voy a tomar o voy a tomar un birrón y a escuchar los temas del Indio. Es la parte positiva.”

Para Roberto los estados producidos en el consumo musical son utilizados como insumo que lo motiva a seguir esforzándose en su empleo. Las expresiones “qué vino me voy a tomar” y “voy a escuchar temas del Indio” aparecen como aquellas cosas positivas de la vida, y en parte, como contrapartida del esfuerzo realizado en el trabajo, al conectar estas expresiones o acciones con ciertas formas de vida donde el esfuerzo es necesario para poder “vivir con lo básico”; donde la falta de riqueza material o la carencia del “laburante”, como ellos se autodefinen, es contrapuesta con una riqueza que atribuyen a la camaradería familiar atravesada por el gusto musical compartido que permitiría vivir una vida “rica en otras cosas”.

En el relato de Miguel, la historia que lo tiene como protagonista, es una conflictiva situación laboral en la cual su empleador le niega la posibilidad de cobrar las horas extras que trabajó durante un mes. A raíz de su reclamo, en el momento

del enfrentamiento cara a cara con su jefe Miguel recurre (al parecer indeliberadamente) a movimientos y frases que hasta entonces sólo practicaba en su hogar: “me pintó el Indio y le dije: ‘favores se pagan con favores. Un favor se paga con otro favor’”. Durante el relato, al actuarnos los movimientos con que acompañó la frase tratando de revivir para nosotros la situación, nos comenta entre precauciones que estos movimientos a los que refiere cuando dice “me pintó el Indio”, son los que practicaba al usar “los anteojos redonditos” cuando imitaba ante su espejo la forma característica de bailar de Solari en los recitales.

7. ¿Identificaciones culturales del postrabajo?

Cuando comenzamos esta nota de investigación nos remitimos a un hipotético historiador del futuro e imaginamos que éste tendría en cuenta, al momento de explorar la dimensión cultural de la experiencia social de las clases populares, ciertas canciones de rock y las prácticas de su público. Siguiendo a otros investigadores, intentamos vincular las dimensiones de la experiencia musical en los sectores populares con las transformaciones de los mecanismos de integración social bajo el signo del neoliberalismo. Ahora queremos volver sobre esta relación: ¿cuáles son las condiciones de posibilidad del surgimiento de las prácticas que conforman una contraescena y en el marco de ella la producción y uso de banderas? ¿Qué factores habilitan un mundo de identificaciones sociales ancladas en la música de consumo masivo?

Míguez y Semán sostienen que la desactivación del complejo que sustenta a la cultura del trabajo habilita el surgimiento de una matriz de gestación cultural del postrabajo.

“La ampliación del tiempo libre, la distancia de la disciplina laboral o la transformación del mundo laboral en intolerable e imposible de asumir como fuente de identificación y experiencia positiva dejan un espacio para la reelaboración de la identidad y los estándares de valoración. El tipo de trayectorias sociales que se describen distan de ser las establecidas como legítimas décadas atrás. Ser de ‘la joda’ no es necesariamente tan ilegítimo como otrora” (2006: 31).

En este marco, la proliferación de “inversiones estéticas improductivas”, como entendemos que es la producción de banderas, se relaciona con “la reivindicación de prácticas y estilos de vida tradicionalmente condenables en la cultura del trabajo”. En la objetivación de las cualidades en

cuanto seguidor-productor de banderas se exhiben competencias y saberes específicos, tanto en la producción como en el uso, actividades que se realizan con orgullo y dan cuenta de un esfuerzo objetivado.

Los consumos musicales se vuelven la base de “experiencias no-ordinarias”, donde lo ordinario es, por oposición, el mundo del trabajo que aparece, en la percepción de nuestros entrevistados, disociado de la posibilidad de constituirse en ámbito que otorgue algún tipo de satisfacción o “realización” personal. A la vez que se conforma un registro donde la música y otros consumos permiten estructurar una experiencia investida positivamente como tiempo valorado y valorable frente a un mundo laboral a soportar. En ese sentido se podría advertir la inscripción simbólica del “esfuerzo” como valencia libre dejada por la crisis de los valores propios de la cultura del trabajo, valencias ahora ligadas con consumos culturales y con prácticas que encuentran legitimación y articulan identificaciones. Pero no sólo se retraducen valores ligados con la cultura del trabajo en términos de “esfuerzo”, sino que también se incorporan del mundo laboral—de manera más o menos variada, fragmentada o intermitente—esquemas de conocimiento generados en las prácticas laborales de los jóvenes, operantes al momento de organizar las experiencias vividas.

En contraste con el mundo laboral que es percibido, a diferencia de antaño, como un ámbito reactivo a la realización de satisfacciones personales, en torno del consumo musical va cobrando cuerpo un determinado modo de estructurar sensibilidades en relación con las demarcaciones entre tiempo de trabajo, tiempo libre y con las asociaciones, entre las distintas situaciones y estados de escucha. De este modo satisfacciones, sensibilidades, conmociones, se articulan en una trama argumental que explica el hecho de que el lenguaje con que estos jóvenes (re)elaboran su experiencia positiva sea, predominantemente, el producto del modo de apropiación que se da en su consumo musical.

Estas prácticas se configuran en los pliegues entre la industria cultural y la crisis de la cultura del trabajo. Por ello más que estar dando cuenta de una dicotomización de los sostenes identitarios entre un pasado centrado en el trabajo y un presente ligado con las formas de consumo de la industria cultural, percibimos una intersección compleja en un continuo en el que no hay sucesión, sustitución, ni dicotomía, sino una serie de posicionamientos, es decir, identificaciones que permiten, a la luz de transformaciones sociales que fragmentaron las sendas previsibles de la integración (o el ascenso) social, un código específico de legibilidad de las propias trayectorias personales y familiares.

Bibliografía

ALABARCES, P. Y RODRÍGUEZ, M. G. (1996) *Cuestión de pelotas: Fútbol, deporte, sociedad y cultura*, Atuel, Bs. As.

ALABARCES P. *et al.* (2008) *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Bs As.

AUYERO J. (2001) *La política de los pobres. Las prácticas clientelares del peronismo*, Manantial, Bs.As.

GARRIGA ZUCAL, J. (2008) “Ni “chetos”, ni “negros”: roqueros”. En: *Trans Revista Cultural de Música*, N°12, Sociedad de Etnomusicología, Barcelona. www.sibetrans.com/trans

JAMES D. (2006) *Resistencia e integración. El peronismo y la clase trabajadora argentina 1945-1976*, Sudamericana, Bs. As.

SARAVÍ, G. (2004). “Segregación urbana y espacio público: los jóvenes en enclaves de pobreza estructural”, *Revista de la CEPAL* número 83, agosto.

SEMÁN, P. y VILA, P. (2008), “La música y los jóvenes de los sectores populares: mas allá de las ‘tribus’”, *Revista Transcultural de Música*, N° 12, Sociedad de Etnomusicología, Barcelona. www.sibetrans.com/trans

MÍGUEZ, D. Y SEMÁN, P. (2006), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Biblos, Bs. As.

SVAMPA, M. (2000), “Identidades astilladas. De la patria metalúrgica al heavy metal” en: M. Svampa (ed.) *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*, Biblos, Bs. As.

VILA, P. (1996) “Identidades narrativas y música. Una primera propuesta teórica para entender sus relaciones”, en: *Transcultural Music Review* 2, Noviembre, <http://www2.uji.es/trans2> La Todolella, España.