



LO POPULAR, LO PLEBEYO Y LO DEMOCRÁTICO: “AGUANTE”, CUMBIA Y POLÍTICA EN LA CULTURA POPULAR ARGENTINA

THE FOLK, THE COMMONER AND THE DEMOCRATIC: “AGUANTE”,
CUMBIA AND POLITICS IN ARGENTINE POPULAR CULTURE

PABLO ALABARCES¹

Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires,
Argentina

palabarces@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9308-1732

Recibido: 22 de octubre de 2021

Aprobado: 14 de diciembre de 2021

ISSN en línea 2539-4355 / ISSN impreso 1900-9909

Este trabajo está bajo la licencia Creative Commons BY NC SA 4.0.

¿Cómo citar este artículo? / How to quote this article?

Alabarces, P. (2021). Lo popular, lo plebeyo y lo democrático: “Aguante”, cumbia y política en la cultura popular Argentina. *Nexus*, (30), Artículo e20711840. <https://doi.org/10.25100/n.v0i30.11840>

Resumen: A pesar de que la obra de Martín Barbero pareció ser, a finales de los años ochenta, un impulso decisivo para la construcción de estudios renovados y radicales sobre las culturas populares de nuestro continente, la década neoconservadora mostró un repliegue también radical: la desaparición de la categoría misma (“lo popular”). Aquellos que insistimos en pronunciar ese nombre, asistimos hoy a una puesta en escena renovada: metodológicamente más variada, empíricamente enriquecida, aunque carente de formulaciones teóricas de la fortaleza de las suministradas por Martín Barbero en los ochenta. Este artículo presentará tres zonas indagación, que permiten desplegar a la vez problemas metodológicos y teóricos: la que tiene que ver con las prácticas de los hinchas de fútbol y su ética del “aguante”; la que exhibe la heterogeneidad de la escena de la cumbia; y finalmente, las dificultades de la construcción de un enunciador nacional-popular democrático, estatal, rebelde y subalterno, en las disputas por las nuevas leyes de comunicación en Argentina.

Palabras clave: Cultura popular argentina, Fútbol, Cumbia, Televisión Pública argentina.

Abstract: Although the work of Jesús Martín Barbero seemed to be, by the end of the eighties, a great prompt for new and radical studies about popular cultures in Latin America, the neoconservative age showed a radical withdrawal: the disappearance of the category itself (“the popular”). Those who insist on using the concept, are witnesses of a renewed staging: methodologically varied, empirically enriched, but still deprived from the strength of those theories proposed by Martín Barbero in the eighties. This article will present three topics of inquiry, that will reveal issues in terms of theory and methodology: first the one that has to do with soccer and its “aguante” ethics; the one that exhibits the diversity of the cumbia scene; and finally, the difficulties of building a folk-national democratic, statewide, rebel and subordinate voice, in the discussion on new communication laws in Argentina.

Keywords: Argentine popular culture, Soccer, Cumbia, Argentine public television.

Origen del artículo

Este texto es derivado de la ponencia presentada entre el 8 y el 11 de abril de 2013 en el marco de la Cátedra Jesús Martín Barbero, creada por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle en alianza con la Universidad Nacional de Colombia.

Voy a tratar de trabajar sobre una serie de notas que tengo tomadas: no quise leer un trabajo previo, aunque lo que voy a presentar se alimenta de trabajos previos y presentes, porque el título de la presentación remite a ejemplos argentinos que tienen que ver justamente con mi propio trabajo de indagación y análisis. Quiero encuadrar ese trabajo en las tradiciones que lo inspiraron, las preguntas que lo alimentaron, los problemas con los que se enfrentan esas investigaciones cotidianamente. Esta es una tradición latinoamericana (no hay otra forma de definirla), en diálogo permanente, por supuesto, no exento de críticas y de debates, con producciones no latinoamericanas; pero centralmente es una inscripción latinoamericana. Voy a señalar algunas líneas de reflexión. Una línea de desvío es que si hablamos de culturas populares es porque estamos inscritos en una tradición latinoamericana; de lo contrario, no usaríamos esa categoría. Todos saben que *pop culture* o *popular culture* no significa lo mismo en la tradición anglosajona que en la tradición latinoamericana. Quiero presentar esos recorridos, cómo llego a aquello que estoy indagando; y en ese recorrido, la obra de Jesús Martín Barbero es crucial. Quiero proponer entonces, a través de la revisión de mi propio análisis concreto, algunos problemas teóricos que son los que me preocupan hoy. Me preocupan hasta la obsesión, diría, porque mi trabajo consiste simultáneamente hoy en continuar y profundizar la producción de análisis sobre objetos empíricos diversos propios de las culturas populares, de una parte, y la discusión teórica, que todavía hoy entiendo como urgente y necesaria, de otra.

Me anticipo un poco diciendo que lo que quiero plantear teóricamente es el tipo de búsquedas que me llevaron a titular mi último libro *Peronistas, populistas y plebeyos*, título que remite justamente a estas tres categorías: peronistas (por supuesto es abusivamente local), populismo y plebeyismo. Sin duda, incide en esta búsqueda la obra de García Canclini, a quien dediqué un trabajo el año pasado por invitación de los colegas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es aparente que no me dedique hoy en día a trabajar la obra de Jesús Martín Barbero: lo he hecho durante toda mi trayectoria. Voy a tratar de remitir a partes importantes de su trabajo.

¿Por qué Jesús en mi recorrido? Bueno, porque comencé a trabajar en este campo hacia 1985 aproximadamente, cuando era un muy joven graduado. Las carreras de comunicación se estaban desplegando en toda América Latina. En la Argentina había alguna vieja carrera de periodismo, pero la carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires se abrió exactamente en 1985. Dato obvio: a la salida de la dictadura. Mi formación personal estaba ligada desde esos últimos años (final de la dictadura/comienzos de la democracia), a lo que hemos llamado en nuestros trabajos los *populistas argentinos*, los que habían inventado el campo de estudios de cultura popular en la Argentina, que son Aníbal Ford, Jorge Rivera y Eduardo Romano. Yo estaba trabajando y formándome con ellos en ese momento. Leo *De los*

medios a las mediaciones en 1987-1988 en esa intersección, así como dos años después *Culturas híbridas*, el famoso libro de Néstor García Canclini, el que pude leer en su manuscrito porque se lo había enviado a Aníbal Ford para que lo leyera antes de su publicación. Pertenezco entonces a la generación que se encuentra con la transición democrática, con la aparición de las carreras de comunicación, con la obra de Jesús Martín Barbero; en ese momento crucial, que es el comienzo del despliegue de la carrera y de la investigación y de la pesquisa, y que también inauguraba, como digo, las cátedras democráticas a la salida de las dictaduras. En 1983 vuelve la democracia a la Argentina, lo que significaba también reconstruir la Universidad luego de ese proceso. Entonces, la lectura de *De los medios a las mediaciones*... Señalo que en realidad habíamos conocido un trabajo previo que anticipaba el gran libro de Jesús en la revista *Comunicación y cultura*. Esta revista había sido fundada en Argentina por Héctor Schmucler, y había llevado a México durante todo el exilio. En el número 10 de esta publicación aparecía un largo trabajo de Jesús en el cual se anunciaba lo que luego iba a expandir en su libro del 87². Este libro fue decisivo en ese momento de formación porque por un lado consolidaba, le daba consistencia decisiva a lo que era mi formación hasta entonces, desplegaba una biblioteca que no tardamos en devorar, y proponía una nueva legitimidad que luego se revelaría decisiva para perspectivas que para nosotros, los jóvenes de ese momento, eran apenas intuiciones. El trabajo de esos años y de los años siguientes estuvo duramente marcado por esa biblioteca, la biblioteca latinoamericana, y también la biblioteca no latinoamericana que Jesús despliega en el libro. Quiero decir: todavía hoy siguen siendo nuestras lecturas Gramsci, Bajtín, Hoggart, Williams, Thompson, Hall, De Certeau y Benjamin. Desde 1990 comencé a trabajar con uno de estos fundadores de los estudios de cultura popular en la Argentina, Eduardo Romano, en una cátedra que se llamó, misteriosamente, *Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva*, y diez años después quedé a cargo de esa cátedra. Se imaginan que una materia titulada *cultura popular y cultura de masas* obliga a sus alumnos a leer obsesivamente la obra de Jesús Martín Barbero, sencillamente porque deben leer a los clásicos y la obra de Jesús ya estaba desde entonces en ese espacio.

Quiero agregar que hay una secuencia de textos claves diseminados en diez años, los que van desde el comienzo de la transición democrática hasta mediados de los noventa. Previo al trabajo de Jesús, un libro en el cual él tuvo una importancia crucial fue un seminario que organizó el grupo de comunicación y cultura de CLACSO sobre culturas populares en América Latina; el encuentro es del año 1982 y el libro con sus resultados se publica en 1988. En 1985, los populistas argentinos, Ford, Rivera y Romano, publican *Medios de comunicación y cultura popular*. De 1987 es *De los medios a las mediaciones*, de 1990 *Culturas híbridas*, de 1994 el gran libro de Aníbal Ford, *Navegaciones*. Son todos textos claves. Pero cuando pensamos que esos textos habían abierto una agenda de trabajo, encontramos que esa agenda de trabajo

se estaba clausurando. En el mismo momento en que esos grandes textos inauguran, consolidan, deciden una legitimidad para ciertas zonas de trabajo, esas zonas de trabajo empiezan a cerrarse y empiezan a clausurarse. Creo que es un debate que todavía no se ha saldado, creo que tenemos que volver a revisar ese tema. No estoy hablando de lecturas, hablo de agendas; no hablo de instituciones, las carreras de comunicación que en ese momento —en los años noventa— es cuando explotan. Esta clausura de la que estoy hablando no impacta en las instituciones que, insisto, se siguen desplegando y se vuelven absolutamente masivas. Hablo de los recorridos de investigación.

A mediados de los noventa la cuestión de lo popular se estaba desvaneciendo y estaba siendo reemplazada por recepción y consumo. En el 95 aparece *Consumidores y ciudadanos* de García Canclini, que ya no habla de cultura popular sino que habla centralmente de consumo. Por supuesto que hay contextos concretos: estos libros de los que estoy hablando, que acabo de citar, acompañaban los procesos de democratización de los ochenta. Se preguntaban por lo popular porque lo popular era parte central de la agenda democratizadora de esos años de transición. Pero los noventa dejaron de ser años democráticos y se transformaron en años neoliberales. Entonces, ocurre un desplazamiento que ya ha sido un poco más debatido, aunque, insisto, todavía no ha sido saldado: que las mismas opciones democratizadoras de los ochenta y de esa producción que había instalado una nueva hegemonía, la idea de que las audiencias eran críticas —ya nadie discutía que las audiencias se habían vuelto críticas—, ahora se transformaban, como dicen dos colegas argentinos, Alejandro Grimson y Mirta Varela, en un pesimismo terminal. El gran optimismo de los ochenta por la agenda democrática se transformaba en los noventa en un pesimismo terminal respecto de la posibilidad real de democratizar las sociedades latinoamericanas y entonces se limitaba a pensar, a proponer, que en el consumo se podía dialogar más o menos críticamente, más o menos autónomamente, con el mercado. Algo de esto lo quise discutir a comienzos del siglo, en el 2002, en mi trabajo *Fútbol y patria*, donde con lo que me encontraba era con la aparición de un *neonacionalismo de mercado*. Los relatos nacionales dejaban de circular y ser discutidos en los lugares clásicos de su discusión y pasaban rápidamente a ser reemplazados por el mercado como el gran narrador de los discursos nacionales. Inclusive, dentro de esta tendencia, se reemplazaban términos como *prácticas* por ejemplo, o *tácticas*, las categorías de De Certeau, que habían sido muy fructíferas y atractivas a comienzos de la década, por, por ejemplo, la categoría de agenciamiento, que creo debe ser vuelta a discutir, especialmente porque ha ocupado con mucha fuerza el centro de la escena; creo que ahora que Giddens ha pasado de moda, es hora de que lo sometamos un poco a debate.

Creo que la inflexión, el cambio en estas agendas de investigación, a partir del siglo XXI, se produce en torno de dos puntos: un punto es *textual* y otro punto es *histórico*. Creo que a partir del siglo XXI sí comienza un cambio respecto de estos estudios de la cultura popular, a partir de, insisto, un texto y un proceso histórico. El texto es un libro de una antropóloga norteamericana devenida brasileña y que trabaja en Río Grande do Sul, Claudia Fonseca. En el año 2000 publica *Familia, fofoca e honra* (“Familia, chisme y honor”), que es una etnografía de los barrios populares de Porto Alegre. Y al final de ese libro, un libro fantástico con un epílogo más fantástico que el resto del libro, Claudia dice:

¿Qué ha pasado con los estudios sobre cultura popular? Entiendo que se han transformado muchas cosas, entiendo que por ejemplo las categorías con las cuales hablábamos de estos sujetos han entrado en crisis: clase, pueblo, trabajadores, proletariados, ¿pero eso significa que tengamos que conformarnos con la categoría de pobres? (Fonseca, 2000, p. 218).

Claro, lo que había ocurrido en los noventa, procesos neoliberales mediante, era que habían aparecido los pobres como categoría social, cultural y política, y *los pobres* no son una categoría social, cultural y política. Habían desaparecido las viejas palabras que nos permitían hablar de esos grupos: clases populares, pueblo, proletariado, clase obrera, etc. Y Claudia agregaba:

¿La crisis de esas categorías significa también el fin de esos estudios? ¿Que esas categorías deban ser discutidas significa necesariamente que debemos dejar de estudiar estas viejas cuestiones en torno de la estratificación social inscrita en el eje de lo simbólico? (Fonseca, 2000, p. 221)

Por otro lado, el otro dato central es la crisis argentina del año 2001-2002. No estoy tratando de explicar, al mejor estilo argentino y de modo teóricamente narcisista, que un hecho argentino cambia la teoría latinoamericana ni cosa que se le parezca; simplemente que esa crisis hay que ponerla junto con otro hecho que es la llegada de Chávez al poder en el año 98, es decir, el fin de siglo, comienzos de siglo. De esos dos hechos, el de Chávez es menos “traumático”, porque la crisis argentina fue muy dura e implicó también violencia e implicó también muertes. Pero ambos están marcando el punto de crisis del neoliberalismo. No voy a saldar aquí la discusión sobre si realmente fue una crisis o si fue simplemente un simulacro de crisis... desde ese momento se habla de la crisis del modelo neoliberal en América Latina. En el caso argentino, por lo demás, (y por eso estas imágenes que hablan de la pelea callejera), fueron jornadas de una gran intensidad política, donde además se volvió a ocupar la calle como el viejo y nunca olvidado escenario de la disputa política popular en América Latina. La crisis nos proponía un escenario en el cual podían reaparecer las agendas de los ochenta, porque

nuevamente volvíamos a hablar de la necesidad de democratizar, aunque esa democratización ya no era pos-dictatorial sino que era pos-neoliberal. La salida del neoliberalismo significaba la necesidad de volver a plantear agendas democratizadoras de la riqueza, de la cultura, del poder. Eso no significa volver a hablar como si estuviéramos en los ochenta, eso no significa que nada hubiera cambiado: había cambiado absolutamente todo. Esos años, la segunda mitad de los noventa especialmente, eran los años en los que se nos proponía modificar las categorías, hallar los nuevos conceptos que dieran cuenta de las transformaciones descomunales en nuestras sociedades, transformaciones políticas, económicas, sociales, culturales; y en nuestros campos particulares, en los estudios sobre medios y comunicación, eran también tecnológicas, estéticas, implicaban la aparición de nuevos actores político culturales: los jóvenes, los nuevos movimientos sociales de los cuales se habla desde los años ochenta pero que aparecían con nueva fuerza y ropajes renovados a partir del siglo XXI.

A pesar de esta descripción muy acelerada y muy esquemática de transformaciones y de cambios, sigo pensando que las preguntas en realidad son las mismas que en 1987, son las mismas que propuso Jesús en *De los medios a las mediaciones*, aunque debíamos proponérselas a problemas investidos en ropajes distintos. Permítanme reducir esas preguntas a una, la que para mí sigue siendo la pregunta esencial que se desdobra en muchas otras, pero que permanece fiel a un núcleo muy duro: ¿Qué tipo de sociedad y, en consecuencia, qué tipo de cultura y qué tipo de medios queremos? ¿Qué sentido tiene estudiar lo que estudiamos, escribir y narrar lo que escribimos y narramos como intelectuales, artistas o comunicadores? ¿Una sociedad democrática? La respuesta a esa pregunta es otra pregunta: ¿Es una sociedad democrática lo que tenemos como horizonte? Y entonces, ¿Qué es eso? ¿Qué es una sociedad democrática? ¿Es que acaso habíamos logrado en los ochenta una sociedad democrática y entonces podíamos cancelar esas agendas en busca de otros horizontes? ¿Qué significa sociedad democrática? ¿Significa el viejo postulado de una cultura común de la cual nos hablaba Raymond Williams a fines de los cincuenta, comienzos de los sesenta? ¿Qué significa una cultura democrática, y consecuentemente qué significa una sociedad democrática? La respuesta en los ochenta fue más “formal”. Se habían alcanzado las instituciones democráticas en todo el continente. Quince años después, comprobábamos que nuestras sociedades no eran más democráticas por el hecho de ser formalmente más democráticas. Entonces, si la pregunta por la cultura popular nos remitía en los años ochenta a la pregunta por la desigualdad, por las diferencias de poder, por las jerarquías, por los distintos regímenes de subalternización, que ahora sabíamos que era la clase y también era el género, la etnia, la edad, que la subalternización era mucho más amplia que simplemente el dato económico: Esa pregunta por la sociedad democrática se revela tan vigente como en 1987. Pero insisto, por supuesto, atentos a todos

los cambios que se han venido produciendo en estos veinticinco años. En estos días pensaba esta cuestión de los veinticinco años: claro, son veinticinco años de la publicación de *De los medios a las mediaciones*, que a su vez se publicó veinticinco años después de que lo hubiesen sido los primeros grandes textos clásicos provenientes de la tradición anglosajona, los primeros estudios sobre cultura de masas, digamos, entre Hoggart y Williams, y que en la tradición norteamericana puede ser MacDonald...

Pero insisto, atentos al cambio. Por ejemplo, para decirlo rápidamente, algo que venimos describiendo los últimos años: los fenómenos de plebeyización de la cultura, sobre lo cual voy a volver. Nuestro punto de partida desde comienzos de la década pasada era la idea de que la década neoliberal había producido procesos de plebeyización de la cultura. Volveré sobre este tema; pero diré provisoriamente que lo que hallábamos era la idea de que en la cultura de masas aparecía un plebeyismo extendido, pero que no definía oposiciones entre plebeyo y no plebeyo, sino que disolvía todo conflicto en un igualitarismo falso. Esto es, todo aquello que en nuestras viejas tradiciones se revelaba como sistemas de conflicto y oposición se disolvía a partir del neoliberalismo en un plebeyismo homogeneizador que disolvía falazmente las oposiciones y los conflictos, entre los cuales —y esta fue una de mis derivas en esos años, mientras trabajaba con la cuestión de la cultura futbolística— encontrábamos la idea de la futbolización de las sociedades, y esa futbolización reflejaba esas tendencias homogeneizadoras y esas tendencias plebeyizadoras.

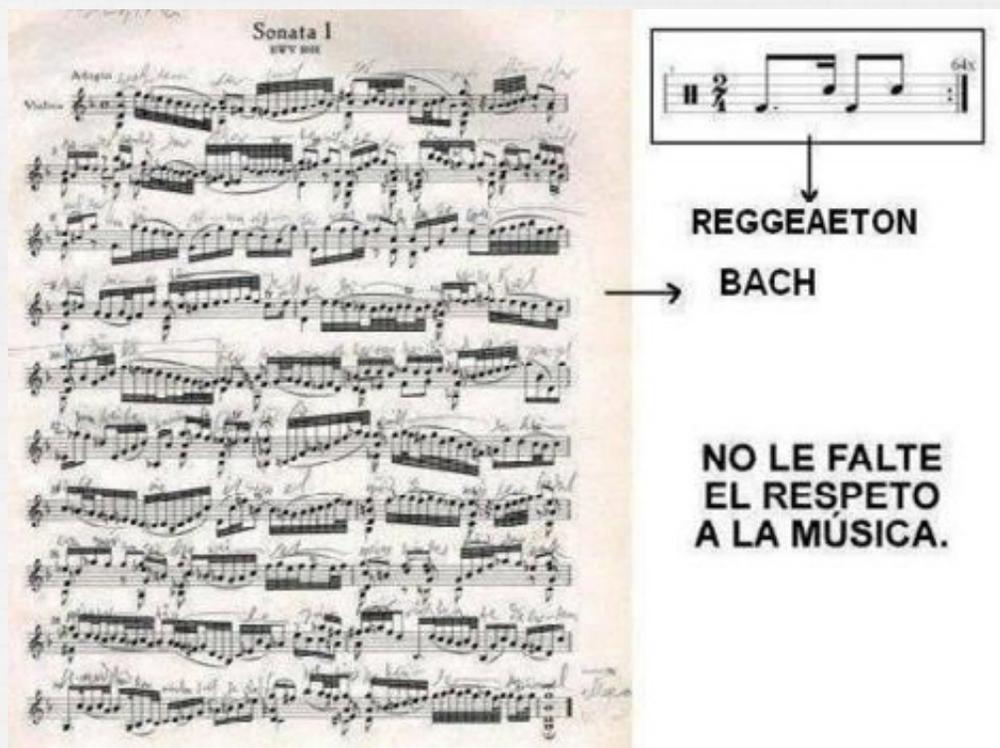
La idea es que esa plebeyización nos ofrecía una dificultad clave, porque simultáneamente presentaba un cuadro que simulaba la democratización, aparecía como una democratización simulada, una homogeneización imaginaria, y un decrecimiento de jerarquías valorativas clásicas entre lo culto y lo popular en el mismo momento en que la reafirmaba, que ocultaba la jerarquía en el mismo momento en que en realidad la reafirmaba mediante procesos de estereotipificación, discriminación y racismo, y de ahí a esta imagen (*Figura 1*):



Figura 1. No seas villero.
Fuente: Internet.

O esta idea de comparar la partitura de Bach con el reggaetón diciendo “no le falte el respeto a la música”. (Figura 2)

Figura 2. Bach y el reggaetón.
Fuente: Internet.



O el “no a los cumbieros y wachiturros en el teatro Colón” (Figura 3):



Figura 3. No a los cumbieros.

Fuente: Internet.

Quiero decir: mientras la cultura y su superficie se investían de plebeyización y de que *todos compartimos todo*, sin embargo, continuamente reaparecían las zonas de clivaje, las zonas en las cuales las jerarquías se revelaban minuciosamente persistentes. Y también por supuesto los cambios tecnológicos. En un libro reciente de Lawrence Grossberg, *Estudios culturales en tiempo futuro*³, su autor advierte que los estudios culturales deben transformarse (a pesar de que creo que permanece muy fiel a una retórica que ya es más puramente retórica que otra cosa); y a la vez señala que los medios se han transformado de tal manera tecnológicamente que ya no podemos seguir hablando de ellos como se hacía en la modernidad. En cambio, y simultáneamente —es un texto del 2009—, una socióloga norteamericana, Laura Grindstaff, indica estos mismos cambios en los medios, tecnológica y económicamente, señalando sus tremendas implicancias para tanto el consumo como para la producción de la cultura popular (sabemos que esta *popular culture* significa la cultura de masas en el medio norteamericano). Ahora, dice Grindstaff, el hogar promedio norteamericano recibe más de cien canales vía cable o satélite. Las personas reciben además televisión adicional vía la computadora, vía los sitios web stream, en reproductores de DVD manuales, en *personal digital video recorders*, los grabadores personales digitales, a través de, por supuesto, internet, los teléfonos celulares, un montón de espacios públicos donde la televisión es usada no sólo para entretenimiento sino también para

vigilancia y control social —los aeropuertos, los bares, las lavanderías, los gimnasios, los hospitales, los malls, las tiendas, etc.— (Grindstaff, 2008, p. 213). La televisión hoy incluye fenómenos tales como los *videogames*, videos producidos no industriales, entre otros. Es decir, un montón de alternativas por todos conocidas, aunque no necesariamente disfrutamos. Eso lleva a Grindstaff a hablar de un *curatorial me*, la idea de que cada uno es un curador de sus experiencias culturales (*ibídem*). El curador: el que diseña su propia muestra; ya no un curador de un museo, de una exposición o de una feria, sino un curador personal. Ahora bien, esta tendencia a una individualización, que además es explosiva frente a una cantidad de estímulos y posibilidades enorme, coincide con, dice Grindstaff, que las industrias de medios y entretenimiento establecidas han convergido y se han consolidado creando una monopolización creciente de la cultura popular (Grindstaff, 2008, pp. 215-216). Gigantes de los medios como Time-Warner, Disney, Viacom, controlan la mayoría de lo que se ve por cable y por televisión abierta, mientras que grandes corporaciones internacionales han comprado radios y periódicos locales. Es decir, según Grindstaff, se puede afirmar que los Estados Unidos están frente a una división cultural: por un lado, aquellos que por sus niveles educativos, económicos, etc., acceden a la curaduría personal, y aquellos que, en cambio, con menos educación, menos recursos, permanecen ligados a formas limitadas y homogeneizadas de cultura, provistas por los grandes conglomerados mediáticos y los grandes portales.

No quiero señalar acá una mera continuidad de la vieja división. Lo que estoy diciendo es que esto es una observación norteamericana. Es decir, que las transformaciones mediáticas fenomenales y gigantescas que las nuevas tecnologías han permitido y producido no implican necesariamente que las sociedades se han democratizado en términos de consumos culturales, ni siquiera aquellas que disponen de la mayor cantidad de recursos.

¿Qué pasa en América Latina entonces con esa observación? Una primera afirmación es que sin descuidar esas transformaciones, y reconociendo el hecho de que tenemos que estar atentos a las posibilidades, los límites, los nuevos problemas de las transformaciones tecnológicas, no podemos dejar de lado, seducidos por un optimismo tecnofílico y por la promesa anarquista democrática de la web, a lo que sigue constituyendo hoy el espacio central de sociabilidad, consumo y prácticas culturales de las clases populares latinoamericanas: la vieja cultura de masas en la televisión abierta. A pesar de todas estas transformaciones, y a pesar de que podamos ver un juego de fútbol en un teléfono celular, la vieja cultura de masas, la vieja televisión abierta, sigue siendo, sigue constituyendo hoy todavía la agenda central de los consumos simbólicos de las clases populares latinoamericanas. ¿Va a haber cambios, hay tensiones? Sin duda. ¿Tenemos que estar atentos a esas tensiones? Seguro que sí. Por ejemplo, el trabajo que una colega, Libertad

Borda, hizo sobre los foros en la web. Ella se focaliza finalmente en los foros de fans de telenovelas latinoamericanas, mostrando cómo vuelven a narrar esas telenovelas. La narrativa personal del melodrama latinoamericano. Todo realizado en foros en la web. Entonces, sin duda que esto nos marca tensiones, posibilidades, que tenemos que estar atentos, pero eso no implica dejar de lado lo que sigue siendo el núcleo central de las culturas populares latinoamericanas. Es decir, tenemos que seguir viendo todo el mapa, y todo el mapa acá pone el énfasis también sobre lo viejo o lo residual, para usar términos de Williams.

Entonces, los tres casos de análisis que les quiero presentar en esta segunda parte es donde estoy tratando de desplegar mis apuestas de interpretación sobre casos locales, casos argentinos, que son **el aguante, la cumbia y la televisión política**, que es donde puedo poner en escena esto que estoy describiendo: lo que cambia, lo que continúa, lo que se modifica, lo que tercamente permanece; especialmente, claro, las cosas que más me interesan. Por ejemplo, y esto me pareció interesante que apareciera de manera importante ayer, y entonces va a haber una suerte de continuidad, en el peso de la música por un lado, pero especialmente porque aguante, cumbia y política me permiten hablar justamente de cuerpos, afectos y política, que son hoy mis ejes centrales.

Bien, para hablar del aguante hay un ejemplo fantástico que quiero mostrarles aquí.

[suena *Rock y fútbol*, “Peter Capusotto y sus videos”: accesible en <http://www.youtube.com/watch?v=o5hu9a8jL6A>]

Hay, por supuesto, una serie de problemas de traducción, ya que predominan palabras muy locales. Ahora bien, hay que aclarar apenas una o dos: *yuta* es policía; *yuta*, *cana*, *tira*, *botón*, *vigilantes*, esos son todos términos que remiten a la policía. Diego Capusotto es un actor cómico argentino que hace varios años tiene este programa que se llama “Peter Capusotto y sus videos”, un *programa de rock*, y que a partir del rock elabora parodias de una calidad fenomenal, tomando centralmente la cultura rock y juvenil, pero también otros aspectos de la cultura argentina, como por ejemplo, el peronismo o la cultura futbolística. ¿Por qué muestro esto? Porque lo que Capusotto muestra es que el lenguaje del aguante es exactamente eso, una retórica consistente en una serie de términos que diseñan un sistema de metáforas. Esas metáforas son duramente genitales y sexuales. Cuando el actor se toma los genitales al final del cántico está justamente indicando esa referencia genital sexual tan poderosa. La pelea entre dos hinchadas se narra cómo “nos encontramos en la estación/ y vos venías con la yuta”, es decir, venías con la policía; “te volvimos a correr”, correr es el acto de hacer huir al otro, y esa diferencia

entre el que corre y el que *se planta* es la diferencia entre aquel que gana la pelea o aquel que pierde la pelea, aquel que tiene aguante y aquel que no tiene aguante. “Corriste siempre porque sos puto y vigilante/ ni con la yuta te plantaste”, es decir, o te plantas o corres, esa es la diferencia entre vencer y ser derrotado. “Se acabó (...)”, y acá esto, “sos puto y el culo entregás”, y ahí nuevamente la cuestión de la genitalidad y la sexualidad. El mundo del aguante es un mundo profundamente masculino que divide el mundo entre los machos y los no machos, las mujeres no tienen nada que hacer ahí. Es un mundo absolutamente masculino, por lo tanto la sexualidad es una sexualidad también homo-masculina. Esto es, toda la metaforización de la derrota o la victoria en la pelea se hace a través de la metáfora de la penetración anal o el sexo oral. Por eso antes la otra canción nombraba el *chupa petes*, es decir, aquel que practica reiteradamente sexo oral. Es una sexualidad puramente masculina porque es un mundo cerradamente masculino. Se podría objetar diciendo que son juegos metafóricos de las hinchadas argentinas. Pero ya no son sólo las argentinas; se debate sobre hasta qué punto estas prácticas del fútbol se han expandido a Chile, Colombia, Uruguay, México. No es del caso su análisis en este momento.

Lo que me importa es que *el aguante* pone en acción un lenguaje y un sistema de metáforas que ya no es sólo futbolístico sino que se ha transformado en un núcleo duro de las culturas populares argentinas, es decir, un lenguaje que organiza una manera de percibir el mundo. Una manera que no significa una ideología: esto es una ética, el *aguante* es una moralidad, un sistema moral que decide lo que está bien y lo que está mal. Lo que está bien es ser macho, tener aguante, y lo que está mal es ser puto y no tener aguante. Ustedes también pueden decir que implica una dosis de homofobia; sí, sin ninguna duda, pero una homofobia más metafórica que real. Hay casos por ejemplo de líderes homosexuales de hinchadas a los que sin embargo sus compañeros les reclaman sólo que tengan aguante en la pelea.

Ahora bien, este sistema de metáforas se expande del mundo del fútbol e inunda el mundo del rock, el mundo de la cumbia, el mundo de las relaciones de base territoriales. Como dijimos en algún momento, es una inscripción de sentido sobre el uso popular de cuerpos masculinos, en tanto su expresión soporta significados asociados al honor, la dignidad y cierto estoicismo que tiene que ver con un *ethos* popular. Pero además no se limita a lo corporal, aunque centralmente, básicamente, es corporal. Se tiene aguante con el cuerpo, es el cuerpo el que aguanta, y el cuerpo debe exhibir además las pruebas del aguante. La cicatriz es allí fundamental, es decir, el aguante no es puro relato del combate, el aguante también debe exhibir la prueba de ese combate y la prueba de ese combate es el cuerpo. Pero además de lo corporal, despliega la construcción de un simbolismo pleno, donde puede leerse un sentido conflictivo, el sentido de escisión del que nos hablaba Gramsci, que

nos permite definirlo como popular. ¿Qué quiero decir con esto? Que sus practicantes saben que es una ética, que es una moralidad no hegemónica, que es una moralidad relativamente alternativa, que es una moralidad además profundamente estigmatizada por los discursos hegemónicos. Y sin embargo afirman orgullosamente que tener aguante está muy bien y que tener aguante organiza de manera poderosa el mundo masculino. No estoy diciendo que el aguante constituya entonces una moralidad popular que puede transformarse en un nuevo horizonte hegemónico ni cosa que se le parezca, o que constituya una práctica resistente e impugnadora del mundo popular... no. Sus propios practicantes no proponen esto. Pero exhiben esa moralidad a sabiendas de que es subalterna, alternativa, transgresora y discriminadora. En esa exhibición creemos ver un pliegue interesante para profundizar.

El mundo de la cumbia en la Argentina, y especialmente en una de sus zonas más novedosas e importantes, el mundo de la “cumbia villera”, participa de este sistema, es decir, el lenguaje de la cumbia villera está profundamente organizado en torno de la ética del aguante, una ética, como lo hemos afirmado, profundamente machista, masculina, homofóbica, etc., y diseñada en torno de metáforas de la penetración sexual anal, el sexo oral, etc. Ahora bien, ¿qué hago yo hablando de cumbia, por qué estoy hablando de cumbia en la Argentina siendo que la cumbia no es una música argentina? Sencillamente porque se transformó en una música argentina, hasta el punto de que es hoy la música más popular de la escena musical popular en ese país.

Esta apreciación del problema me conduciría en múltiples direcciones, a diversas señales que en parte enlazarían con lo que describía ayer Micael Herschmann⁴. El mundo de la música popular es un mundo de una potencia enorme, gigantesca, que nos obliga por ejemplo a discutir qué entendemos por popular, considerando que hoy el escenario consiste en que toda la música es popular. Quiero decir: pareciera que la vieja referencia culta de la música se ha desvanecido, se ha esfumado, ha quedado relegada a una zona relativamente distante de la economía de lo simbólico. Y sin embargo hay un momento en el cual las viejas jerarquías se vuelven muy duras. **Por ejemplo, esta imagen que veíamos antes.** Esto circula en las redes sociales; no estoy diciendo que sea un texto oficial, pero nos habla de la permanencia de esa jerarquía. “No a los cumbieros y wachiturros”. Los *Wachiturros* son un pequeño grupo, cinco chicos que se presentan para bailar; no son músicos, pero se presentan bailando con combinaciones que comienzan en el reggaetón y terminan en el hip-hop. Uno podría definirlos más que nada como hip-hoperos. Y se pusieron como nombre *Wachiturros*, que es una deformación que viene de guachos y turros; guacho en argentino, en criollo, es el huérfano; pero también derivó en el tipo *piola*, con onda, etc. Los *Wachiturros* son una banda (aunque llamarla banda es un poco pretencioso) que tuvo un éxito importante. Y circuló la idea de que iba a haber un concierto de cumbia en el teatro Colón. Entonces salieron en

las redes sociales estos anuncios que volvían a señalar que lo culto, el Teatro Colón de Buenos Aires (que es el teatro clásico, lírico), no podía ser invadido por las hordas populares de la cumbia y de los wachiturros.

El mundo de la música popular hoy parece ocupar todo el escenario, desplazando a un extremo las zonas clásicamente llamadas cultas con reconversiones que no puedo profundizar aquí, pero que, por ejemplo, han transformado el jazz (es decir, una música popular, relacionada con la esclavitud, con lo étnico), y lo han transformado en la música letrada del siglo XXI.

El mundo de la música popular es vastísimo. Quiero centrarme en lo que significa la cumbia en la Argentina. ¿Por qué la cumbia en la Argentina? Desde los años cuarenta los llamados ritmos tropicales comenzaron a circular en la escena argentina, fundamentalmente porteña: mambo, chachachá, samba, baión, rumba, merengue, y a partir de los sesenta la cumbia. Este tema alguna vez deberá ser estudiado: si fue la influencia norteamericana que en los años cuarenta inundó de orquestas que hacían estos ritmos caribeños a toda América Latina o si fue Carmen Miranda, o qué se debe. Pero es innegable que estos ritmos se volvieron populares en todo el continente, incluida la Argentina. También esto atañe a la cumbia, pero de la mano de otro fenómeno, el de la formación de un grupo llamado los Wawancó. Los Wawancó eran un grupo de estudiantes latinoamericanos en la Argentina. Era frecuente que las burguesías latinoamericanas enviaran a sus hijos a estudiar a la Argentina, especialmente medicina. Los Wawancó estaba conformado por estudiantes de medicina en la universidad argentina, que para hacer unos pesos, porque no les alcanzaba lo que les enviaban los padres, formaron ese grupo de cumbia. Un éxito: nunca se graduaron de médicos y se dedicaron a la música. Los Wawancó difunden de manera muy fuerte la cumbia y sus públicos son de clases medias. El público original de la cumbia, así como lo era de los ritmos llamados tropicales o caribeños, eran sus clases medias, pero en algún momento de este periplo conecta con la práctica del chamamé. El chamamé es una danza del litoral de la Argentina, posiblemente la danza más popular de las danzas folclóricas. Hay que diferenciar lo folclórico de lo popular. Es decir, el chamamé es la danza más conocida y practicada por las clases populares. Hacia finales de los años sesenta, en lo que eran las *bailantas*, los lugares bailables de las clases populares, especialmente del conurbano de Buenos Aires, comienza a bailarse cumbia junto al chamamé y junto al cuarteto, un invento de la provincia de Córdoba puramente local que consiste en una polca ralentizada y reducida a su esquema básico, la marcación un-dos [tunga-tunga]; esto es cuarteto. Es muy aburrido, salvo para los cordobeses que lo consideran absolutamente maravilloso. Lo cierto es que a finales de los sesenta, comienzos de los setenta, la cumbia comienza a desaparecer de los locales de las clases medias,

reemplazada con eficacia por el samba brasileño; Vinicius de Moraes visita la Argentina, hay un gran prestigio de lo brasileño como tropicalismo, y de la salsa o el son. El son viene un poco después, pero lo cierto es que las clases medias prefieren, dentro de la oferta de los ritmos llamados tropicales, el samba o la salsa.

La cumbia desaparece. Pero en realidad desaparece de la mirada del intelectual de clase media. A fines de los ochenta la cumbia explota: lo que había ocurrido es que había seguido trabajando entre los públicos populares y nadie puede reconstruir ese proceso porque nadie lo observó. Claro, era *música de negros*. Por supuesto, hay negros en Argentina, pero están muy invisibilizados. Lo que ocurre es una etnificación del racismo social. Los pobres son los negros en la Argentina. Entonces la cumbia se había transformado clandestinamente en *música de negros*, y cuando a fines de los ochenta explota, sencillamente explota lo que nadie había mirado: la cumbia se había transformado en la música más popular de la música popular argentina. Cuando digo *explota* digo que aparece, se revela, que la mayor facturación de la industria discográfica era la cumbia, que la mayoría de los locales bailables eran de cumbia, etc. Ahora bien, lo que ocurre en los noventa es que de repente se produce una enorme apropiación, llamémoslo así, apropiación de segundo orden, en la cual las clases medias y altas se ponen a, no voy a decir a escuchar cumbia, se ponen a bailar cumbia. La cumbia aparece para esos sectores como la músicaailable y la música divertida por excelencia, construyendo un desvío paternalista del tipo “vamos a divertirnos como se divierten los negros”. Esto es frase nativa, frase de un informante.

La cumbia está sobremarcada por su condición popular: su origen de clases medias se ha perdido y veinte años después, treinta años después, la cumbia aparece muy sobremarcada por su condición de música pobre para pobres. Cuando las clases medias y altas la adoptan como músicaailable, lo hacen producto de o como parte del proceso de la plebeyización neoconservadora que comienza en los noventa. Las grandes figuras de la cumbia comienzan a ser contratadas para las discotecas y las fiestas de la burguesía argentina. Como decía un gran crítico musical argentino, Diego Fischerman, la cumbia penetró las fiestas de la burguesía, pero Bach no entró en las barriadas pobres (Fischerman, 2004, p. 23). El proceso de homogeneización no se había producido en direcciones múltiples, sino que se había producido esta apropiación, esta plebeyización que tiene mucho que ver con el peronismo en la Argentina: claro, el neoliberalismo en Argentina lo ejerce y lo narra el peronismo. El movimiento plebeyo en los años cuarenta se había transformado en movimiento neoconservador en los años noventa. El peronismo opera esta transformación neoconservadora de la Argentina, y en consecuencia puede investirse con ropajes plebeyos que le eran propios.

Ahora bien, en la década de los noventa, entonces, al ampliarse el mercado cumbiero, las discográficas necesitan producir una gran cantidad de nuevos productos porque el mercado lo está demandando. Como consecuencia, producen nuevas formas de cumbia. El cumbiero en ese momento estaba también sobremarcado étnicamente: eran morochos del interior de la Argentina. Se comienzan a producir bandas con sujetos de clases medias, no tan morochos, cabellos largos y cuidados, vestimenta más cercana al gusto hegemónico, desplazando a los músicos de tez más oscura, con rasgos provincianos, con vestimentas multicolores. Eso desaparece para presentar una suerte de *clase medización* de la cumbia. En general no tocaban, hacían *playback* en el escenario, eran grupos de *casting*. Pero esta producción en serie satura el mercado en un momento y entonces conduce a las discográficas a buscar nuevas propuestas musicales. Y también propuestas temáticas; la cumbia era básicamente, salvo ciertos sectores de cumbia picaresca, cumbia romántica, amorosa. Comienza a aparecer lo que se va a llamar la cumbia villera, en la cual esas temáticas tradicionales empiezan a desplazarse por temáticas vinculadas a los escenarios violentos del drama urbano, es decir, delincuencia, drogas, alcohol, violencia policial, exclusión social, corrupción política. Esto sin duda también tiene relación e influencia del mapa mexicano, de la aparición del narcocorrido, de las bandas gruperas del norte de México. También tiene influencia el hip-hop de manera importante en esta nueva escena cumbiera, lo que se ve inclusive en cierta marcación rítmica, en el fraseo. El fraseo se rapea, se *hip-hopiza*, y también se futboliza, porque esta nueva escena cumbiera va a estar fuertemente influenciada por el lenguaje del aguante. Eso significa la sexualización, la masculinización, como puede verse en este ejemplo.

[suena “Laura se te ve la tanga” de Damas Gratis: se accede en <http://www.youtube.com/watch?v=mGatAOnli5w>]

“No lo hace por dinero/ sólo lo hace por placer”. Este es Pablo Lescano, considerado como el creador de la cumbia villera. Aquí hay un fenómeno interesante: Pablo Lescano originalmente viene de las clases populares, de los barrios populares del conurbano porteño, y entonces permite la elaboración del mito según el cual la cumbia villera es una producción autónoma y original de las propias clases populares que reelaboran sus formas de vida cotidianas. En realidad, como siempre ocurre con la música popular, esto no es categóricamente así. Siempre interseca con la compañía discográfica, con sistemas de mercado. Por ejemplo, cuando Damas Gratis, el primer grupo de Pablo Lescano, se vuelve un fenómeno de masas, inmediatamente aparece otra banda absolutamente inventada por parte de la discográfica. Hay dos discográficas que se reparten el mercado de la cumbia, Magenta y Leader: una firma con Lescano, la otra inventa un grupo al cual llama *Pibes Chorros*. La palabra *chorro* en la Argentina significa pequeño ladrón. Pibe Chorro es una

especie de síntesis del pequeño delincuente, al cual “hay que matar” como dicen las clases medias o los discursos de derecha. Es un invento, insisto, puro invento de una discográfica. Quiero decir, está siempre la tentación de definir por reflejo: *la cumbia villera refleja las condiciones de vida...* no hay tal reflejo, hay un enorme proceso de mediaciones, reelaboraciones, y también de puesta en discurso poético. Aunque suene insólito, se trata de un discurso poético, porque es una serie de textos estructurados de manera tal que ritmo, consonancia y rima permitan su disposición como texto musical y rítmico. El costumbrismo y el realismo son un efecto del discurso, no es un *reflejo de la realidad social*. Y además esa realidad que sin duda impacta en ciertas zonas de las letras relacionadas con la violencia, el consumo de drogas, etc., también tiene una deriva, un pliegue, sexista: la cumbia villera es un mundo en el cual los hombres le reclaman a las mujeres determinados comportamientos sexuales o eróticos. “Reclaman”: le solicitan o se quejan de algo. La canción titulada *Pamela* es explícita: “Pamela tiene un problema, no la puede dejar de chupar”. Es notoria la recurrencia del sexo oral y el sexo anal, que de golpe aparece como una suerte de fetiche de la cultura sexual argentina: habría que rastrear cuáles son sus causas, quizás incursionar en alguna interpretación freudiana de etapas orales, anales, fáticas y genitales. Bueno, la Argentina está en este momento en una etapa anal.

Sin embargo, también profundamente organizados por el lenguaje del aguante, están los textos que organizan un mundo conflictivo y delictivo. De un lado están los machos, del otro lado están la yuta, los tiras, la cana, los vigilantes, que son, por supuesto, todos putos. Es decir, calificados como carentes de la masculinidad dada por la posesión de aguante. Permítanme, para cerrar este apartado, centrarme en la cuestión de la sexualidad. La parte de la letra de la canción que dice “no lo haces por dinero, tú lo haces por placer”, en un país como Argentina en el que se habla de vos, la aparición del *tú* está señalando esta característica del lenguaje poético, no lenguaje realista. Decía entonces: este cierto exceso de lo sexual, exceso en el sentido de una presencia recurrente de la narrativización de lo sexual, en la cumbia villera no es un fenómeno popular, a pesar de que se lo presenta como tal. No. El pansexualismo organiza la cultura de masas en la Argentina. En todos lados: en los melodramas o en los seriados más “de clases medias-altas”, lo que podríamos llamar seriados psicoanalíticos, o en los espectáculos, por ejemplo, del más famoso animador argentino, Marcelo Tinelli. Los programas de Marcelo Tinelli, *Bailando por un sueño*, *Soñando con bailar*, *Cantando por un sueño* son programas organizados en torno de la presencia del trasero. El culo organiza la cultura de masas en la Argentina. Esto habla de un pansexualismo, no de una sexualidad popular. Habla de otra cosa que debemos indagar y es por qué la sexualidad ha aparecido de esta manera en la superficie de la cultura de masas, sin que eso implique que haya abandonado su condición de reprimido, según nos ha enseñado Freud. Esta sexualidad machista, sin

embargo, no describe un mundo de hombres reclamando sexo fácil, sino que más bien parece estar describiendo un mundo en el cual los hombres reclaman porque las mujeres han cambiado y no terminan de entenderlas. Por ejemplo, “tú no lo haces por dinero”, es decir, la sexualidad desbocada y exacerbada, activa, heterónoma, por parte de una mujer, no es más el territorio de la prostitución. “Tú lo haces por placer” nos reenvía a mujeres que pueden practicar una sexualidad activa, autónoma, no normativa, solamente por placer. Muy interesante: en toda la cumbia villera no hay placer masculino. En ningún momento se nombra el placer masculino. El placer está puesto del lado femenino, inclusive esa Pamela que “tiene un problema y no la puede dejar de chupar” resulta que es por su decisión, es decir, ella ejecuta el sexo oral a partir de que de esa manera satisface su deseo.

Este análisis podría ser rediscutido pensado desde la pornografía: el hombre narra la pornografía poniendo en el lugar de la mujer como placer propio lo que es el placer del macho. Pero, en general, creo que podemos interpretar la cumbia villera no como un discurso normativo, sino más bien como un discurso en el cual los hombres viven un proceso de cambios en la sexualidad que les muestra mujeres, como dicen Pablo Semán y Pablo Vila, *activadas*, esto es, que ya no ocupan el lugar de lo pasivo sino que salen a diseñar sus propios circuitos de goce y de placer. Y dentro de eso, y con esto termino el segmento, el baile. Esta es una música destinada prioritariamente para bailar. La investigación de Malvina Silba, la etnografía con mujeres que bailan cumbia, las cumbieras y los cumbieros, digamos, nos dice que las mujeres rechazan de manera muy dura y muy explícita estos textos a los que califican de machistas, retrógrados: “nos ponen en el lugar de putas, se creen que somos todas iguales”. Pero cuando llega el momento en que suena esa música, salen todas a bailar. Esto no es contradictorio, es absolutamente coherente. El baile es el espacio del placer. Y el espacio del placer también con cierta autonomía. Cuando suenan estos temas, las mujeres arman rondas y bailan *meneaditos* entre ellas, obligando a los hombres a un segundo círculo que solamente puede mirar, porque si tocan, les pegan. Las propias mujeres o sus novios, hermanos, amigos. Entonces, la mujer ejerce en estos circuitos cierta autonomía también relacionada ya no con el goce de lo sexual sino con el goce de la danza. Y este peso fuerte de la danza como espacio de goce popular creo que tiene que ser nuevamente indagado, continuamente indagado. Popular y femenino: creo que esto quizás lo pone como más atractivo y succulento para indagar.

Mi último capítulo propone un desvío, el tema de la política y de las políticas, que tiene que ver con un contexto latinoamericano muy particular: la reaparición de los discursos nacional-populares. El cierre de los ochenta, como lo plantea muy claro García Canclini en *Culturas híbridas*, venía a clausurar el ciclo populista. Parte de la operación de García Canclini era combatir, para no decir enterrar, lo que era la vieja tradición de los discursos populistas

latinoamericanos. Sin embargo, veinte años después, lo que tenemos es su reaparición exitosísima. Los discursos nacional-populares han reaparecido de manera muy potente en América latina. Cuando digo populismo no estoy usando la palabra como degradación, la estoy usando como un descriptor, pensando en una larga tradición de discusiones de la teoría política (pienso por ejemplo en Ernesto Laclau) para la cual el populismo describe, con una larga biblioteca de respaldo, determinadas categorías muy concretas de producción y articulación de discursos políticos relativamente eficaces en relación con las clases populares. Esos populismos —pienso centralmente en Venezuela, en Argentina, en Ecuador, en Bolivia— proponen y permiten discutir los mapas de medios. Se trata de una novedad sustancial: discuten y permiten discutir los procesos de concentración monopolizadora de los que hablaba antes en el caso norteamericano. Estos procesos nos permiten ver, nos permiten poner en escena, las pulsiones democratizadoras de lo nacional-popular. Es decir, la reaparición de esos discursos populistas nos pone frente a lo que parecen ser nuevas tensiones democratizadoras propias de los discursos nacional populares tal como los conocíamos y tal como los vemos hoy en escena.

Inscrito en tal asunto, quiero presentar el caso de un programa de televisión en la Argentina, difundido por la televisión pública. La Argentina tiene un canal propiedad del Estado, los otros cuatro en la televisión abierta porteña son de propiedad y gerenciamiento privado. Este canal público impacta en toda la Argentina, se ve en todos los rincones del país; y tiene un programa diario, nocturno, va a las 9 de la noche, que se llama *678*. ¿Por qué? Porque iban a ser 6 panelistas en el canal 7 a las 8 de la noche. De ahí vino lo de *678*. Hoy no son 6 panelistas, está en el canal 7 y nunca va a las 8 de la noche, pero quedó *678* como título. Y *678* se presenta como discutiendo, como haciendo una crítica de medios. Se propone como un programa que analiza críticamente los medios de comunicación. Voy a pasar entonces un fragmento del programa emitido cuando muere el Comandante Chávez.

[suena *678*: accesible en
<http://www.youtube.com/watch?v=277paPzTTIc>].

El segmento es muy largo: la idea es que el programa propone un informe y luego hay un panel que lo debate. El informe consiste en esto, en análisis de medios. Lo que se pone en escena es CNN, el canal C5N de cable, TN, otro canal de cable, un noticiero del canal 13 que es de televisión abierta, algunas primeras páginas de diarios; es decir, exhibe a los medios, los superpone. Claro, la edición además ejercita, entre comillas, el análisis y la crítica. Digo entre comillas porque es un análisis televisivo de lo televisivo. Es evidente el uso de la redundancia. Esto es, cómo le mostraban continuamente la contradicción a la locutora que hablaba de “no hubo grandes manifestaciones de alegría” y lo ponen 5 veces para contrastar con las manifestaciones de

alegría. No es un ejercicio de análisis y crítica en el sentido académico. Es un ejercicio de análisis y crítica televisiva de lo televisivo. Y ahí entonces demuestra posibilidades y demuestra límites todo el tiempo. Por supuesto que también la edición no es un ejercicio semiológico, objetivo, neutral, independiente, si es que eso existe, sino que se produce desde una matriz: la del partido del gobierno en la Argentina, es decir, el peronismo kirchnerista.

El peronismo siempre supo que había que hacer algo con los medios de comunicación, aunque nunca supo muy bien qué. Por ejemplo, en el período peronista del 73 al 76 se estatizaron todos los canales de televisión. El problema es que inmediatamente llegó la dictadura y se encontró con todos los canales a su disposición. La política estructural y de medios peronista siempre fue compleja, contradictoria, en general estatista. El peronismo inventa la televisión, por ejemplo, en 1951 como medio gubernamental. En los años ochenta y noventa, el peronismo también lee la, digámoslo así, teoría recepcionista que además se vuelve neoliberal; en consecuencia confía en que las audiencias harán maravillas con lo que tienen a su disposición, y por lo tanto privatiza todos los canales de televisión que el mismo peronismo había estatizado veinte años antes. El peronismo produce todo en la Argentina. Ahora bien, llega el 2001, llega la crisis en la Argentina, y aparece un graffiti en una pared que dice así: “nos mean y Clarín dice que llueve”. Clarín es el gran diario, “el gran diario argentino” como ellos mismos se proclaman. Es el diario de habla hispana más vendido en Iberoamérica. En torno de eso se conformó un conglomerado monopólico y oligopólico multimediático. El neoliberalismo peronista permitió que diarios, canales de televisión, radios, cable, tuvieran un mismo dueño. Clarín organiza entonces un monopolio gigantesco que lo lleva a, por ejemplo, dominar el 80% de la oferta del cable, dominar todo lo que eran las transmisiones deportivas, un sinnúmero de empresas en torno del grupo “Clarín”.

Pero aparece este graffiti en medio de la crisis. Es decir, junto a la reaparición de la política luego de la transición de los noventa, aparecía la crítica mediática. Los medios de comunicación eran propuestos también como parte de un esquema de poder neoconservador que había desembocado en la crisis. Por supuesto, ese graffiti no es popular, es un graffiti ilustrado, urbano, de clases medias, con ciertas competencias universitarias, y que recupera una vieja tradición intelectual, más izquierdista que peronista: la idea de los medios, la tradición de los sesenta, de los medios como manipuladores, como cómplices del sistema capitalista, como agentes imperiales. Pienso en *Para leer al pato Donald* de Dorfman y Mattelart, pienso en el film *La hora de los hornos* de Pino Solanas; en el film, de 1969, en un momento se afirma: “los medios de comunicación están dominados por la CIA, los *mass communication* son más eficaces que el napalm”, el explosivo defoliante usado en Vietnam. Esa tradición reaparece en el siglo XXI, y cuando el kirchnerismo peronista (o el

peronismo kirchnerista) llega al poder en el 2003 toma nota de esta crítica mediática. Toma nota. Pero primero, como llega muy debilitado al poder, primero hace alianzas con todos los medios, y entonces le otorga a Clarín una serie de mayores potestades monopólicas (como autorizar la fusión de dos empresas de cable que lo lleva a dominar el 90% del mercado).

En el año 2008 se produce una crisis importante de los sectores rurales —la *crisis del campo* se llamó en ese momento— que reaccionan frente a los impuestos del gobierno. En ese momento, el kirchnerismo decide que el peronismo era de izquierda, que los medios de comunicación eran más eficaces que el napalm, y que hacía falta un Vietcong. De pronto decide girar a la izquierda en su política de medios y posicionarse en contra de los grandes medios, y saca en el año 2010 una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual, una ley que básicamente, entre otros vericuetos, centralmente lo que decreta es que el monopolio de Clarín debe ser desmantelado hasta en sus últimas unidades. Y dentro de ese contexto aparece este programa, es decir, un programa de guerrilla semiológica, para usar el viejo texto de Umberto Eco de los años setenta. Eco decía que hacían falta pequeñas vanguardias ilustradas que esclarecieran las mentes adormecidas por el flujo televisivo. Eso era una guerrilla semiológica. *678* es su reproducción subdesarrollada, digamos. Es una guerrilla que no invoca Vietnam, que reivindica levemente, icónicamente, al Che Guevara. No queremos decir que tenga un contenido marxista ni algo semejante, sino que ejerce una crítica de medios, una suerte de semiología de masas sin semiología, sino a partir solamente de procesos de edición y de crítica más o menos fácil. Porque, por supuesto, en tanto que producto televisivo, *678* no puede someter toda la lógica de construcción mediática a la crítica, porque implicaría criticarse a sí mismo, lo que pueden hacer. No solamente respecto de sus propias contradicciones: el programa es muy gracioso porque puede (el peronismo es así) defender una cosa un día y la contraria el día siguiente sin ningún tipo de problemas. Pienso en las contradicciones del mismo programa, porque es lo que en la Argentina conocemos de hace tiempo como programas de archivo, es decir, su corpus es el archivo televisivo. Hay muchos programas de esta condición, que pueden tanto buscar los momentos humorísticos como los momentos melancólicos, los momentos nostálgicos o los momentos críticos. Utilizan el archivo, lo editan y por supuesto pueden poner en escena las contradicciones, los *lapsus linguae*, los cambios temporales, etc. Claro, eso significa también una autorreferencialidad absoluta. La televisión lo es todo, tanto es así que puede también hablar de la propia televisión. El programa de archivo significa eso, significa un exceso autorreferencial; frente a la televisión inventando la realidad, el archivo duplica este fenómeno.

La realidad es siempre televisiva. Por lo tanto, el pasado es también televisivo. Incluso, en un momento el programa propuso una movilización callejera y fue exitosa. Juntó a más de veinte mil personas en apoyo al mismo programa; la hizo por Facebook, es decir, de manera extra-televisiva, pero por supuesto la transmitió por televisión, con lo cual la volvió también un dato televisivo. Ahora bien, creo que lo más valioso de este programa es que realiza el viejo sueño del televidente de ejercer la crítica de medios. El programa amaga con la denuncia y la crítica, tiene en una mano los manuales de semiología del ingreso universitario, en la otra la vulgata alternativista de los años sesenta y setenta, pero finalmente se queda a mitad de camino. Eso sí, nos pone frente a este problema central: que este es un programa transmitido por televisión pública. De donde surge una pregunta: ¿Cómo debe ser una televisión pública democrática y plural?

Quiero cerrar proponiendo algunas reflexiones sobre estas ideas y sobre los ejemplos que he presentado. En primer lugar, enfatizar uno de los puntos planteados en la introducción y es que las culturas populares se han transformado, como también lo ha hecho el mapa de los medios, lo han hecho las tecnologías y consecuentemente el mundo de la cultura de masas que, como dije, continúa siendo el eje de articulación de lo popular. Entre la cultura popular y la cultura de masas, lo más interesante es justamente la “y”. Entre cultura popular Y cultura de masas, lo más interesante es la “Y”, es decir, el punto de intersección, la cópula, que es un punto de articulación. Esa articulación, esa unión entre lo masivo y lo popular, es el escenario, sigue siendo el escenario, de las disputas por la hegemonía, en la búsqueda de una cultura y una sociedad radicalmente democráticas. Lo popular permanece como una dimensión, no como un listado de contenidos o de prácticas, sino como un modo de conocer y un modo de vivir, cómo enseñaron Jesús Martín Barbero o Aníbal Ford en el caso argentino. Pero es una dimensión siempre en relación: esa “y” marca una relación, y esa relación es siempre una relación de poder. Entonces lo popular sigue denominando lo subalterno en la economía simbólica. Esto podría llevarme a otra dimensión que por ahora sólo enuncio, y es justamente si los debates teóricos recientes en torno a los estudios subalternos y los estudios poscoloniales son un escenario más radical frente a la decadencia conservadora de los estudios sobre culturas populares. Es un debate de gran complejidad, en el que tendríamos que colocar, como lo ha dicho Jesús Martín Barbero, a la procedencia paradójicamente imperial de estos estudios: son estudios básicamente realizados en la academia norteamericana, con argumentos presuntamente anticoloniales. Esa relación con la producción teórica norteamericana desarrollada, dice Terry Eagleton (2012, p. 205), a partir de una importación conocida como intelectuales del tercer mundo, debería ser puesta en cuestión. Ahora, paradójicamente, quiero citar a un estudioso norteamericano, Gareth Williams (2002, p. 7), que afirma en 2002 que la subalternidad es un principio de negatividad externa que puede

interrumpir o descomponer los sistemas sociales o conceptuales hegemónicos. Esta idea nos habla por un lado de ciertas retóricas de lo subalterno y lo colonial en la academia norteamericana, pero también nos señala una tensión: la subalternidad como aquello donde la hegemonía se encuentra con un límite, la subalternidad como el lugar donde lo hegemónico se encuentra con un límite. Una afirmación sin duda profundamente gramsciana.

Finalmente quiero retomar estos dos conceptos reiterados, la idea de la plebeyización y la idea del populismo. Ambos conceptos describen en la bibliografía términos de degradación, según el discurso conservador, aunque a veces ese discurso conservador pueda ser ejercido por alguna izquierda. Populismo, se dice en toda la derecha de América Latina, para hablar de Chávez o de Evo Morales, de Correa o de Kirchner, como pura degradación de la democracia liberal. El populismo es pura degradación, la democracia liberal se degrada en su vertiente populista; entonces lo que aparecen son adjetivos que sitúan esa degradación en contextos específicos; populismo chavista, por ejemplo, o populismo kirchnerista, populismo correísta, etc. Y plebeyización funciona en el mismo sentido, aparece como degradación de la cultura alta. Cuando comencé a usar la categoría, hace más de diez años, la incorporé seducido por el uso de Edward Thompson de la idea de una cultura plebeya, es decir, un descriptor positivo; lo plebeyo como un descriptor positivo. Esta categoría de plebeyización había sido postulada por Bertold Brecht en los años 50 y fue retomada en la discusión sobre posmodernidad. En los años noventa se discutía la idea de lo posmoderno, y Perry Anderson y Frederic Jameson habían discutido este concepto de plebeyización donde aparecía como la superación de la gran división, como decía Andreas Huyssen, como una liberación ilusoria, como un cuestionamiento frente a lo que se tilda como nueva forma de intoxicación y engaño. La plebeyización aparecía como intoxicación, como engaño, como falsa liberación de la cultura culta en los públicos de masas.

En mi concepto, la plebeyización no supondría una degradación de lo culto, sino una captura y clausura de lo popular. Significaría los modos en que repertorios, prácticas y lenguajes sobremarcados por su condición plebeya son utilizados por sectores medios y altos, y en ese proceso cancelan la posibilidad impugnadora de lo plebeyo. Nuevamente, es un punto de vista argentino, local, marcado por la presencia del peronismo. Una historia de lo plebeyo, es decir, una historia de la cultura popular en la Argentina, señala que el peronismo, centralmente, significa la irrupción de las masas como irrupción plebeya y, consecuentemente, irrupción disruptora, alternativa y democrática. Es decir, la irrupción de lo plebeyo en la escena política y cultural argentina es una irrupción alternativa, disruptora y por eso democrática. Pero ese plebeyismo exasperado del peronismo en los cuarenta y los cincuenta le permitió transformarse, como decía un viejo teórico peronista, en el

hecho maldito del país burgués. El peronismo era el hecho maldito del país burgués. Pero eso, operaciones de plebeyización mediante, operaciones de futbolización mediante, operaciones neoconservadoras mediante, realizadas por el mismo peronismo, lo transforma en el hecho burgués del país maldito. Esa plebeyización de los años cuarenta y cincuenta significa disrupción y transgresión, y lo vuelven el hecho maldito del país burgués. La plebeyización neoconservadora significa, en cambio, transformarlo en el hecho burgués del país maldito. La plebeyización supone una pulsión democratizadora, como señalaban Anderson y Jameson, pero también puede y suele encubrir una operación conservadora.

Entonces, uno a los dos términos —populismo y plebeyización— para proponerlos como términos invertidos. En lugar de pensarlo como degradación desde el punto de vista conservador, pensar lo que tienen de positivos como tensión democratizadora. Lo que invierto no es una valoración, sino un punto de vista. No pienso populismo y plebeyismo desde el punto de vista conservador, sino que lo pienso desde un punto de vista subalterno, y pienso entonces qué es lo que tienen de ausente populismo y plebeyización, hasta dónde el populismo escamotea un proceso de democratización radical del poder, hasta dónde la plebeyización obstaculiza un proceso de democratización radical de la cultura.

Vuelvo sobre el último ejemplo. Las tendencias nacional-populares significan una democratización de los mapas mediáticos frente a la concentración oligopólica de los grandes conglomerados, pero no designan una democratización radical de la palabra y de la imagen. Estos procesos insisten en que hay que pluralizar las voces, pero se limitan a coquetear con la idea de *dar la palabra*, de representar al subalterno. Que el subalterno se represente a sí mismo no está de ninguna manera dentro de esa agenda, y es ahí donde señala uno de sus límites.

Referencias

- Eagleton, T. (2012). *Figuras de disenso. Ensayos críticos sobre Fish, Spivak, Zizek y otros autores*. Buenos Aires: Prometeo.
- Fischerman, D. (2004). *Efecto Beethoven. Complejidad y valor en la música de tradición popular*. Buenos Aires: Paidós.
- Ford, A., Rivera, J. y Romano, E. (1985). *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires: Legasa.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

- Grindstaff, L. (2008): "Culture and Popular Culture: A Case for Sociology". *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 619, Cultural Sociology and Its Diversity (September): 206-222.
- Grossberg, L. (2010/2012). *Los estudios culturales en tiempo futuro, Siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Williams, G. (2002). *The Other Side of the Popular: Neoliberalism and Subalternity in Latin America*. Durham, NC, y London: Duke University Press.

Webgrafía

Rocky fútbol, "Peter Capusotto y sus videos", <http://www.youtube.com/watch?v=o5hu9a8jL6A>
"Laura se te ve la tanga" de Damas Gratis. <http://www.youtube.com/watch?v=mGatAOnli5w>
Fragmento de 678. <http://www.youtube.com/watch?v=277paPzTTIc>

Notas

- ¹ Doctor en Sociología (University of Brighton, Inglaterra) y Profesor Titular de Cultura Popular de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Libros publicados: *Fútbol y patria* (2002, publicado en Alemania por Surkamp en 2010), *Hinchadas* (2005), *Resistencias y mediaciones. Estudios de cultura popular* (2008, con M.G. Rodríguez), *Peronistas, populistas y plebeyos. Crónicas de cultura y política* (2011), *Historia mínima del fútbol en América Latina* (2018) y *Pospopulares. Las culturas populares después de la hibridación* (2021).
- ² Se trata de "Memoria narrativa e industrial cultural".
- ³ GROSSBERG, Lawrence (2010/2012). *Los estudios culturales en tiempo futuro*. Siglo XXI, Buenos Aires.
- ⁴ Micael Herschmann, investigador de la Universidade Federal do Rio de Janeiro (Nota de la editora).

El guerrero y el árbol

Este es mi
Primer Couplass
Plantas

26 de julio
2019 y lo firmo

EL GUERRERO Y EL ÁRBOL

Como un guerrero antiguo
te traigo madre tierra las heridas,
como un árbol
los vientos que azotaron mis ojos,
toda la sed bebida durante tantos años de camino.

Con mi alforja repleta de ansiedades
y de cartas de mar,
yo dejé una mañana la vieja casa, el río, las murallas,
y me fui con mi sed a descubrir el mundo.

Crucé azules inmensos de pintadas gaviotas,
desangrados y rojos arenales,
dormidos lagos verdes de esmeralda nocturna
y montes como espadas de piedra, cobre o nieve.

Bebí en el Magdalena, le velé el sueño al Cauca
y clavé los cordeles de mi tienda en la alta sabana de Bogotá.

A mis espaldas veo días de niebla,
noches abrasadas de angustia y de calor,
voces tronchadas a bayoneta, odio y hambre desnuda,
injusta y sin adornos, como jamás imaginé.

Miles de hombres acorralados, tristes,
sin siquiera saber leer su nombre,
mujeres que no han hecho otra cosa en la vida
que llorar soledades y parir hijos,
niños de piel y hueso tan sin fuerzas
que nunca persiguieron mariposas.

Pero he visto también un pueblo nuevo
que ya quiere reconquistar su nombre y que le sobra
dignidad y coraje para enfrentarse al odio y la mentira
durante tantos años amasada.

Ha desamordazado las palabras y los colores,
anda buscando a gritos su verdad sepultada
bajo siglos de barro y está desenterrando
sus raíces para encontrar su voz.

Y ya la tiene,
más viva que ninguna en el planeta,
forjada en fuego antiguo, insobornable,
cruda como la luz que la alimenta.

Desde Macondo a Río y de Salta a Pereira
un hombre nuevo está naciendo,
sabe que la batalla es larga pero más la esperanza.
Nunca vi junta tanta sinceridad,
tuve que acostumbrarme,
ni creí que el amor pudiera ser tan libre y sin disfraces,
y la amistad tan cierta y sin fronteras.

Tuve que revisar mi vieja Historia de conquistas y héroes
y romper las palabras para abrirlas
y llamar a las cosas por su nombre olvidado y verdadero.
Tengo derecho a hablar, son cinco años
de vivir en la brecha jugándome mi pan a cada instante,
durmiendo a cielo abierto.

Ha madurado mi dolor y os juro
que es amor lo que siento y lo que empuja
mi voz hacia las manos.

Me ha crecido la sed como un río en invierno,
me sangran las palabras de guardar el secreto,
me saben a bambuco y a joropo las noches
y me duelen los ojos de tanta luz y viento.

Te traigo
madre tierra mi guerrero y mi árbol,
mi hombre más sediento.

Jesús Martín Barbero

Escrito en Madrid, después de su primer periodo en Colombia entre 1963 y 1968,
y de paso hacia Bélgica donde realizaría su doctorado en Filosofía.

