

# **BAILANTA Y BAILANTEROS**

***CULTURA Y SECTORES POPULARES EN LA ARGENTINA  
DE LOS NOVENTA***

***Autor: Cintia Rodil***

***Director de Tesis: Prof. Sergio Pujol***

## ***1. INTRODUCCION***

A través del presente trabajo pretendemos abordar lo que popularmente se conoce como bailanta, este género musical surgido en nuestro país a finales de la década del ochenta. Analizaremos específicamente lo ocurrido en los noventa, momento de su mayor difusión y donde se produce la confluencia de distintos sectores sociales en el consumo de este tipo de música.

Como circunscribimos el estudio a la Argentina de los noventa, nos pareció indispensable realizar una adecuada caracterización de la época, desde el punto de vista económico, político, social y cultural. Es el marco en el que se da la consolidación de la música tropical, por lo tanto es en su trama donde también encontraremos datos e interrelaciones fundamentales para describir nuestro objeto de estudio.

Realizar una breve reseña sobre los orígenes de este tipo de música, su vínculo con variados ritmos de regiones del país, también nos pareció necesario para tener una perspectiva adecuada a la hora de analizar el momento de mayor éxito del género.

Además, entendemos que el rol de los medios de comunicación -decisivo a la hora de estudiar la masividad de la música tropical- debe ser analizado en profundidad.

Para describir las características particulares del género tropical en los noventa, debimos atender a su especificidad en cuanto confluencia de sectores sociales opuestos como consumidores.

En esta relación de oposición de sectores y sus prácticas, entendida como un proceso comunicativo, encontraremos elementos para caracterizar con mayor claridad el tema. Es por lo cual, oponemos ámbitos específicos y contrapuestos como discoteca versus bailanta, rastreando similitudes y diferencias.

Pretendemos que el trabajo eche algo de luz sobre un fenómeno tan particular, sobre las razones por las cuales en una década como los noventa en Argentina se consolidó un género musical propio, inicialmente producido y consumido por los sectores más relegados pero que luego fue elegido por las clases altas. Entender cómo fue ese funcionamiento y que rol tuvieron los medios de comunicación en el proceso, contribuirá a saber algo de nosotros mismos.

## ***2. BAILANTA Y BAILANTEROS. CULTURA Y SECTORES POPULARES EN LA ARGENTINA DE LOS NOVENTA.***

La bailanta, irrumpió y supo disfrutar de su esplendor en la década del 90 en la Argentina, una etapa con características muy particulares no sólo desde el punto de vista político, sino también desde el campo de lo cultural. En ese contexto se inscribió el fenómeno de la bailanta, producto de los sectores populares y su cultura que a su vez fue consumido por las clases más acomodadas, todo con la activa intervención de los medios de comunicación. En este sentido, como "la cultura común de cualquier país urbanizado de fines del Siglo XX se basó en la industria del entretenimiento de masas - radio, TV, cine, música pop- en la que también participaba la elite" .(11)

Si bien, desde el punto de vista estrictamente musical, la bailanta es un híbrido de estilos anteriores, como la cumbia y el cuarteto, se puede hablar, de un concepto más amplio que englobe a varios estilos musicales que son consumidos, principalmente, por los sectores populares en los locales específicos destinados al baile, también denominados bailanta. Como cualquier otro consumo, es productor de significados que activan mecanismos de identificación, integración y distinción.

Es bueno recordar que la bailanta es un género de diversión con el que sus consumidores se identifican y uno de los pocos espacios de sectores sociales a quienes se excluye de muchas otras prácticas. Pero también, simultáneamente a su paso por los medios, abrió su territorio fue consumida por los ricos y famosos, y no hubo fiesta de los sectores medios en los que no sonara esa música, a la hora de bailar. A su vez comenzaron cruces con otros géneros, principalmente el rock.

El boom de la bailanta también estuvo relacionado con un fenomenal negocio donde estuvieron involucrados representantes, compañías discográficas, productores, músicos, y los medios de comunicación masiva.

Lo que para muchos no era más que una moda necesariamente destinada a una muerte rápida, se transformó en realidad, en un género cómodamente instalado que aún goza de muy buena salud. Lejos de quedar atrapado en programas televisivos específicos; la bailanta, movida tropical o cumbia supo acompañar, desde los noventa a esta parte, variados avisos publicitarios, películas del nuevo cine nacional como Un Oso

rojo de Caetano, en ficciones televisivas destinadas a la familia (Son Amores) o ficciones de culto como Tumberos.

Solistas y grupos que protagonizaron el boom de los noventa no sólo mantienen hoy un éxito considerable sino que, devaluación monetaria mediante, tienen una apretada agenda de presentaciones en el exterior. Quien hubiera apostado a mediados de esa década que pocos años después, esos chicos pelilargos, con cuidado y brillante vestuario del grupo Ráfaga serían recibidos con pompas en varios programas de la Televisión Española?

No sólo los locales específicos, conocidos también como bailantas, fueron colmados por los fans, además de algunas discotecas de Buenos Aires o Punta del Este; antes del que llegara el 2000 otros espacios -ligados habitualmente a otro tipo de espectáculos- habían conocido las delicias del cartel "Localidades agotadas" con la presentación de algún bailanero. El Luna Park, el estadio Obras o el teatro Gran Rex, formaron parte de esa lista.

La bailanta nació con el austral, se consolidó durante el entusiasmo ciego por el peso convertible y anticipó -tal vez como ninguna otra expresión- el turbulento final de fiesta de diciembre del 2001, con la variante de lo que se denominó "cumbia villera".

En 1995 se estimaba que el negocio global manejaba 240 millones de pesos o dólares por año (2). El grupo Sombras llegó a vender casi quinientas mil copias de un disco y el entonces Presidente Menem los recibió en la quinta de Olivos, mientras que la Embajada de Corea pagaba veinte mil dólares al grupo Volcán para que tocaran frente a 500 coreanos de frac.

Los bailaneros, invitados habituales de programas de TV generaban un negocio millonario, mientras sus originales seguidores pertenecían a los sectores sociales sobre los cuales se sentía con mayor fuerza la "cirugía mayor sin anestesia" propuesta por el entonces Presidente que en el año 1.995 es reelecto acompañado por un índice de desocupación que arañaba el 18%.

Mientras tanto el ritmo de la bailanta se colaba por todas partes en las grandes ciudades y los sectores medios la incorporaban sin culpas, luego del visto bueno que ricos y famosos le habían dado a "esa música pegadiza".

Son muy escasos los trabajos de investigación dedicados al fenómeno de la bailanta, los más importantes son los que han analizado en forma colateral el tema, como es el caso de ensayos y estudios culturales sobre juventud, nocturnidad o marginalidad. El fenómeno de la bailanta como principal objeto de estudio no ha sido

aún muy explorado. Aquí se pretende realizar la descripción del fenómeno y caracterizar el contexto en que se produjo, además de reseñar el rol de los medios masivos de comunicación en este proceso.

Por último, tal vez sea necesario realizar una aclaración referida a la denominación del trabajo ya que algunos músicos y habitues de la bailanta no se ven a sí mismos como bailaneros, palabra ante la cual a veces se defienden, mientras que los sectores medios de la sociedad, reconocen a los locales como bailanta "generándose una lucha por nominar, por clasificar con un nombre a todo un género" (3). Esta confrontación no es sólo por un apelativo sino también por el sentido y está directamente relacionada con el origen de la palabra bailanta, asociada a los obrajes del nordeste argentino, donde los trabajadores realizaban sus fiestas luego de una semana de trabajo.

1. Hobsbawn, Eric, Historia del Siglo XX, Editorial Grijalbo Mondadori, Buenos Aires, 1998
2. Gorbatto, Viviana Noche tras noche. Editorial Atlántida Buenos Aires.
3. Lewin, Hugo El fenómeno social de la bailanta en La Cultura de la noche compilado por Mario Margulis. Editorial Espasa Calpe. Buenos Aires. 1996.

## Retrato de unas damas

....aunque nunca quizás  
se fundiría en esa  
noche de bailanta, arde  
y lo que arde quema  
y no entra en almanaques,  
caderas, sudor, tetas  
se gastan en el aire  
....y clap, clap cómo aplaude  
esta mona que nunca  
conseguirá la gracia  
plena y áspera de otra  
cuartetera bailanta.  
Trajecito inglés y  
capelina pálida.

Diana Bellesi. Poema publicado en la página de poesía Zapatos rojos, perteneciente al libro inédito "En los álamos veo".

### ***3. DETRÁS DE LOS ORIGENES***

Ha sido ampliamente estudiada la música popular latinoamericana y también argentina, con la gran variedad de géneros musicales, sus creadores, en el medio, la geografía y la época en la que surgieron, como también sus recorridos y mestizajes.

Distintos géneros surgieron en el marco de los procesos socioculturales desde fines del siglo XIX a la actualidad, la música desarrolló sus géneros y sus especies, condiciones para el surgimiento de otros y para la mezcla e hibridación entre especies musicales próximas, esto último es lo que ocurrió en nuestro país para dar lugar a lo que hoy llamamos bailanta o música tropical.

Sin dudas, se trata de un estilo musical que pertenece a lo que denominamos cultura popular. Es bueno aclarar que, cuando hablamos de cultura popular no nos referimos a algo incontaminado.

Coincidimos con Beatriz Sarlo en que las culturas urbanas son una mezcla dinámica, un espacio intervenido por el denominador universal de los medios de comunicación. "No existe la cultura popular en estado puro, hibridación, mestizaje, reciclaje, mezcla, son las palabras que se usan para describir el fenómeno" (4).

Obviamente, es sobre todo a partir de la televisión, cuando todas las subculturas participan de un espacio nacional e internacional, donde ya las culturas populares no escuchan únicamente a las autoridades tradicionales y donde se rompen o reformulan las viejas tradiciones, creencias o saberes.

Las comunidades perdieron su carácter territorial, las migraciones trasladaron hombres y mujeres a espacios desconocidos, donde los lazos culturales, si se reimplantan lo hacen en conflicto con los elementos nuevos de las culturas urbanas. Esta característica de las culturas populares se cumple a rajatabla en la bailanta.

Otra definición necesaria, antes de ir al origen del género musical que nos ocupa, es la de sectores populares. Es utilizado en el sentido que lo hace Luis Alberto Romero, donde se visualiza el carácter ambiguo y transitorio de estos sectores, imposibles de ser aprehendidos, sólo a partir del concepto de clase social. "Los sectores populares son un área de la sociedad donde se constituyen sujetos. Su existencia es la resultante de procesos objetivos y subjetivos que confluyen en una cierta identidad, la que aparece en

el momento en que, de un modo más o menos preciso, puede hablarse de un nosotros, sea cual fuere su identificación". (5)

A partir de 1930 se producen movimientos migratorios internos que acompaña a los procesos económicos vigentes y que hacían foco en el Gran Buenos Aires, Rosario y Córdoba. La creación de oportunidades en el ámbito urbano hace que los nuevos habitantes, migrantes provincianos, traigan sus pautas culturales y "en lo musical, un trasplante de especies tradicionales a un nuevo ámbito., nativismo"

Son distintas especies de las que la bailanta es deudora, como el cuarteto, la música tropical y el chamamé (6)

La palabra bailanta fue utilizada en el noroeste argentino y hace referencia a los bailes en los que se divertían los hombres que trabajaban en la cosecha de yerbatales en Misiones, a principios de siglo XX. Eran locales alrededor de los poblados , los únicos lugares de distracción, donde debido al alto precio de las bebidas el trabajador, al finalizar la noche, llegaba a tener una deuda desproporcionada en relación a su futuro salario.

Está claro el modo en que llegó el chamamé a Buenos Aires, a comienzos de la década del 40 de la mano de la migración interna proveniente del litoral. Un género musical que tiene como antecedente inmediato la polca, a fines del siglo XIX , de la que toma el sostén rítmico e instrumental.

El lugar de procedencia de gran parte de los migrantes explica la fuerza con que el chamamé se estableció en Buenos Aires. Sin embargo, no sólo los migrantes y sus músicas típicas tienen que ver con el origen de la música tropical.

En el caso de la cumbia que llega con tanta fuerza, son los medios de comunicación y no las migraciones, los que la popularizan por estas tierras, bastante lejanas de su geografía original.

Para mediados de los 50 eran conocidos el merengue y el bolero pero la cumbia, ritmo tropical por excelencia, se instala sobre todo, a partir del gran desarrollo de los medios de comunicación en la década del 60. Son Los Wawancó y el Cuarteto Imperial los que instalan con fuerza en esa época la música tropical. Y ya por entonces, aunque la clase media alta aspiraba a un consumo diferenciado, la cumbia invadía los reductos elegantes como Mau Mau y otras boites, que incorporan a su programación las "veladas tropicales". Se cumple, ya entonces, la definición de Eric Hobsbawn en el sentido que "la cultura urbana desde mediados del Siglo XX se basa en la industria del entretenimiento de masas, donde siempre participa la elite, al menos desde el triunfo del



rock". La formación tradicional de la cumbia era guitarra, acordeón, contrabajo y raspador, con repertorio siempre festivo y alegre.

Este impacto de la cumbia estuvo directamente relacionado con los sellos grabadores discográficos que comienzan por entonces a instalarse en el país, las radios como Excelsior o Colonia y programas televisivos musicales.

Y por último, para completar los orígenes musicales de lo que conocemos como bailanta, debemos referirnos al cuarteto que llega al conurbano bonaerense, desde Córdoba a mediados de los años 80.

Se trata de una reformulación de la orquesta característica que, en los años 30 y 40, interpretaba tarantelas, pasodobles y otros ritmos de inmigrantes italianos y españoles. El cuarteto era tocado en clubes, sociedades de fomento y era común que fuera bailado en las veredas en las fiestas de fin de año.

Ese tono característico del cuarteto se mantuvo hasta ser absorbido en parte, por la moderna bailanta. El Cuarteto Leo, a mediados de 1950 es el pionero de este ritmo. En esta tradición surge "La Mona" Jiménez, uno de los responsables de la entrada del ritmo en Buenos Aires y el conurbano.

El Cuarteto de Oro "de Carlos Jiménez y Coquito Ramaló" grabó sus primeros discos en la década del 70, los dos primeros no tuvieron mucho éxito, pero el tercero con "Cortate el pelo cabezón" vendió 180 mil copias. En 1984 después de 35 LP editados la Mona se separa de Ramaló y la nueva banda arranca con "La Flaca Marta" que vendió más de 140 mil simples, superando largamente la calificación de disco de oro dentro del ranking. La Mona le agrega a la base rítmica del cuarteto, nuevos instrumentos, cambia el piano por teclado electrónico e integra músicos provenientes de otros géneros. Además incluye en su repertorio temas del rock, temas de Miguel Mateos, o Los Fabulosos Cadillacs. En el festival de Cosquín 1988 se produce un escándalo cuando sus seguidores coparon el lugar donde superaban las butacas disponibles.

La Mona no conquistó tal vez todo el público bonaerense que deseaba pero trajo una especie musical que se combinaría enseguida con otros elementos para dar lugar a lo que hoy llamamos bailanta.

Se instaló en la Capital como figura convocante que garantizaba rating en los programas de TV, programas como los de Mirtha Legrand o Gerardo Sofovich lo tuvieron entre sus entrevistados.

El cuarteto inicial constaba de piano, acordeón, violín y guitarra, con un abordaje de temas cotidianos, también referidos a la diversión y el baile.

El encuentro entre el chamamé, la cumbia y el cuarteto produce algo nuevo: la bailanta, llamada así a causa de los locales donde se bailaba. En los obrajes del nordeste argentino, los trabajadores realizaban sus fiestas luego de una semana de trabajo en lugares llamados justamente bailantas, donde generalmente se bailaba chamamé. Es así que los hábitos de este tipo de locales, en general, no la llaman bailanta, sino boliche o discoteca; mientras los sectores medios o altos se refieren a esos locales con la palabra bailanta. Se genera una lucha por nominar, por clasificar con un nombre a todo un género, pero esta confrontación no es sólo por un apelativo sino también por el sentido y está directamente relacionada con el origen de la palabra.

No está de más recordar que la mayor parte de la música popular está basada en ritmos pulsados; la repetición de los golpes de percusión en lapsos iguales hace que todo transcurra en forma previsible. Como señala Hugo Lewin (7), "en lo melódico hay una estructura que se repite, una frase, un estribillo que se espera con ansiedad, alternando tensión con etapas de descanso. Esto se denomina música tonal y hemos sido educados bajo sus códigos".

Como ritmo, la bailanta consta de introducción, copla y estribillo. El aporte del cuarteto es una melodía que se repite facilitando el baile. La cumbia incorpora a ese esquema la percusión que el cuarteto no tenía. Las dos danzas marchan en pie binario, en un comienzo la pareja bailaba suelta (como en la cumbia y a diferencia del cuarteto), desplazándose en el sentido de las agujas del reloj. Después el ritmo se masificó y surgieron muchas variantes.

(4) Sarlo, Beatriz. Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina. Editorial Ariel Espasa Calpe Argentina, Buenos Aires, 1994.

(5) Romero, Luis Alberto. Los sectores populares urbanos como sujeto histórico.

(6) Lewin, Hugo. Siga el baile en La Cultura de la noche compilado por Mario Margulis. Editorial Espasa Calpe. Buenos Aires. 1996

(7) Lewin, Hugo. Op. cit. pág. 3

#### **4. LOS NOVENTA EN ARGENTINA. EL MENEMISMO EN EL PODER**

**SALDOS 1.999**

Orquídeas de plástico, estampitas,  
en este kiosco de la periferia  
que no tiene más  
que un cartel de Coca Cola  
y un papel escrito a mano avisa

HAY

CERVEZA

FRIA

Alguien pintó de azul el piso de madera apolillada,  
y olvidó hacer otro tanto con las paredes.  
De todos modos, un afiche inverosímil  
con la leyenda MENEM 99  
tapa con eficacia una mancha de humedad;  
y un par de negros frente al ventilador  
redondea de manera impecable  
ante el comprador ocasional  
la folklórica escenografía peronista  
de fin de siglo.

Marcelo Díaz del libro "Berreta", Ed. Libros de Tierra Firme.

*"Al final del Siglo XX un gran número de ciudadanos abandonó la preocupación política dejando los asuntos del Estado en manos de miembros de la "clase política": un grupo de interés particular compuesto por políticos profesionales, periodistas, miembros de grupos de presión cuyas actividades ocupaban el último lugar de fiabilidad en las encuestas".*

*Eric Hobsbawn*

El desgaste del gobierno democrático surgido de las elecciones de 1.983 se profundizó con el estallido de la hiperinflación en 1.989, lo que abrió paso al retorno del peronismo y la retirada anticipada del gobierno de Alfonsín, en medio de una grave crisis social.

La renuncia del presidente Alfonsín anticipó en seis meses la asunción de Carlos Menem, lo que marcaba el estado de emergencia de la situación. Ese cuadro permitió que el justicialismo en el gobierno cambiara por completo la línea programática populista y nacionalista que había asumido en la oposición y que había reafirmado en la campaña electoral, virando rápidamente hacia medidas de signo neoliberal y a la construcción de una nueva coalición social que la sostuviera. Frente a la incertidumbre de la hiperinflación, el grueso de la sociedad dio un "cheque en blanco" al nuevo gobierno. Mientras en el mundo se manifestaba la implosión del comunismo, la Argentina de la transición democrática iniciaba una segunda vía de reformas inspiradas fielmente en el globalizado modelo neoliberal.

Tras dos rebrotes hiperinflacionarios, recién en 1991, a partir de la presencia de Domingo Cavallo en el Ministerio de Economía, el menemismo pudo definir su perfil epocal exitoso. Desde ese momento y hasta la triunfal reelección en 1995, el Presidente logró reconstruir la autoridad política y poner bajo control la economía, sometida a un programa de reformas pro mercado, de inusitada profundidad. El éxito de Menem se sostuvo sobre la creación de una coalición populista conservadora que, bajo la bandera del justicialismo, agrupó a fuerzas antiguamente contradictorias entre sí en un frente pro gubernamental favorable a las reformas. Los Alsogaray y la Ucedé, junto a gremialistas y "cabecitas" compartiendo actos con el fondo de la marcha peronista. Y también, "a la hora de divertirse", bailando la misma música tropical de moda.

La concentración de poder impactó sobre la oposición. El radicalismo se enredó en el desconcierto y en 1994, Menem y Alfonsín firman el "Pacto de Olivos", que derivó en la reforma que abrió las puertas para la reelección de Menem. Como señala Portantiero "la sociedad y propio radicalismo vieron ese pacto como un triunfo del gobierno, que así como primero se engulló a los sindicatos y a la UCD, ahora habría logrado deglutirse al radicalismo. El triunfo de Menem, en 1995 puso en evidencia el grado de solidez logrado por la coalición de derecha conservadora populista que se aglutina en el menemismo y la falta de una oposición alternativa" (8)

También hay que destacar que en ese momento, aunque un elector de cada dos decidió prorrogar por otros cuatro años el período presidencial de Carlos Menem, "el 8

de julio, en medio de la más helada repercusión popular que guarda la memoria de estas ceremonias constitucionales, tuvo lugar la autotransferencia del mando, cuando la soterrada crisis de la Convertibilidad se había derramado sobre todo el cuerpo de la sociedad y ya no había lugar para ningún entusiasmo".

Un voto vergonzante del que nadie quería hacerse cargo, ya no alcanzaba el triunfalismo banal que el presidente prometía, camino de los shoppings, el ingreso al Primer Mundo, ya éramos uno de los países de Occidente con el más grave problema de desocupación.

### **Década del 90. La evaporación de otro espejismo**

*Todo está bien. Los aviones parten llenos a Miami y el Caribe. El dólar no sube. La inflación es baja. Los electrodomésticos están baratos. Se consigue chocolate suizo auténtico y whisky de marca. Cualquiera puede comprarse un Mercedes Benz original, ya no hace falta abusar de un discapacitado. Es un logro.*

*Carlos Ares. Revista La Maga. 19/8/92.*

A partir de 1.991, el Plan de Convertibilidad volvió a reflotar la seducción del dólar barato. Se implantó la mágica equivalencia entre el peso y el dólar. Disneylandia, playas lejanas y remotos rincones estimularon el turismo de los argentinos, mientras que otros "paraísos" albergaban la acumulación privada de activos en el exterior. "Mientras, la deuda externa se transformaba en una carga insoportable que inevitablemente derivaría en default" (9).

Nuevo desmantelamiento de las actividades industriales, recesión, niveles inéditos de desempleo y alarmante crecimiento de la pobreza, resultaron el anticipo del fin, largamente anunciado de la convertibilidad. Tras la fiesta, la resaca.

La eliminación artificial de la inflación mediante la convertibilidad, generó una monumental deuda que plantea incertidumbres sobre el futuro del país.

Fundamental para la política de la época fue el proceso de privatizaciones encarado por Menem: un programa global de reformas estructurales de inspiración

neoconservadora, que pivoteaba no sólo sobre la transferencia de las principales firmas estatales, sino también sobre la desregulación de una amplia gama de mercados, la apertura asimétrica de la economía a las corrientes internacionales de bienes y capitales, y la "flexibilización" -en rigor precarización- de las condiciones laborales. Esto no podía dejar de producir un impacto significativo en el perfil y la estructura de la economía argentina.

Hay una línea de continuidad que "se perciben entre la política, no sólo económica de la última dictadura militar y la instrumentada por el gobierno del Partido Justicialista en la década de los noventa". (10) En especial, en lo que respecta al principal objetivo: el fortalecimiento económico, político y social del bloque dominante que se conformó durante la dictadura y se afianzó en la gestión de Alfonsín. Esto en paralelo a la profundización de un modelo de acumulación cuyos denominadores comunes son desindustrialización, centralización del capital, concentración de la producción y el ingreso, la desocupación y la exclusión de un número creciente de individuos.

Si bien no se pretende reconstruir los procesos que culminaron en el estallido hiperinflacionario de principios de los 90, es importante enfatizar el hecho de que en la raíz de dicha crisis se encuentra la puja distributiva por la apropiación del excedente entre, por un lado los conglomerados nacionales y extranjeros que operan en el país y, por el otro, los acreedores externos, dado que en la Argentina, los sectores dominantes han difundido, y el sistema político y buena parte de la comunidad académica han convalidado, la idea que atribuye la responsabilidad de la crisis al supuesto Estado de bienestar que, con sus variantes, habría estado vigente desde 1.945, y no a los actores sociales que determinaron su comportamiento (es decir, al Estado y no al nuevo tipo de Estado que se había conformado desde mediados de los setenta).

Naturalmente, es estas condiciones, percibir las crisis como el fin del Estado populista supone una clara maniobra ideológica destinada a legitimar la reestructuración que impulsaron fracciones sociales dominantes en la década de los noventa. En otras palabras, el tipo de lectura que se logró imponer sobre las causas de la crisis es lo que determinó las formas en que se buscó salir de la misma. Así, el Estado era el responsable prácticamente exclusivo de todos los problemas, por lo que era obvio que la resolución de los mismos pasaba, siempre desde la óptica de los sectores de poder y sus cuadros orgánicos, por la "Reforma del Estado".

## **Importancia estratégica del programa privatizador**

*Para la economía de la satisfacción es básico el compromiso general con el "laissez faire". Se trata de una actitud, del convencimiento de que por la propia naturaleza de las cosas, y sobre todo de la vida económica, al final todo funciona maravillosamente. La intervención del Estado no se precisa y nunca es beneficiosa. Es inadmisibile que se intervenga en lo que está previsto que salga bien a la larga, pese a cualquier experiencia adversa a corto plazo.*

*John Kenneth Galbraith  
La Cultura de la Satisfacción*

En el caso de los acreedores externos, las privatizaciones permitirían restablecer el pago de los servicios de la deuda externa, mediante el mecanismo de capitalización de los títulos de la deuda en la transferencia de los activos estatales. En el caso de los grupos económicos locales y de los conglomerados extranjeros radicados en el país, suponía la apertura de nuevos mercados y áreas de actividad con un reducido o inexistente riesgo empresarial, en la medida en que se trataba de la transferencia o concesión de activos a ser explotados en el marco de reservas legales de mercado en sectores monopólicos u oligopólicos, con ganancias extraordinarias garantizadas por los propios marcos regulatorios.

Las privatizaciones darían lugar a una conciliación tanto de actores internos y externos como entre éstos, tomados en forma conjunta, y la nueva administración gubernamental. Esta convergencia de intereses constituiría el trasfondo socio político -o, en otros términos la condición de posibilidad desde un punto de vista extra económico- del vasto programa de reformas estructurales instrumentado por la administración Menem, así como de la estabilización general de precios y el crecimiento económico posteriores a la implementación del Plan de Convertibilidad.

Este plan de privatizaciones contribuyó a afianzar la confianza de la "comunidad de negocios", así como a rearticular al bloque dominante, favoreciendo de manera adicional, la contención de la inflación, el ingreso de capitales, el crecimiento del

consumo doméstico, la renegociación de la deuda externa y, fundamentalmente, la consolidación de nuevas bases y condiciones refundacionales de la estructura económica y social del país.

La centralización del capital y la concentración de la producción y el ingreso fueron los rasgos dominantes de los noventa. En la cúpula empresaria hay dos etapas claras en la década. La primera, marcada por los cambios que afectaron a los asalariados (disminución en la participación en el ingreso, desocupación y precarización del empleo) y a la estructura estatal (privatización de empresas públicas, desregulación, etc). Según el economista Eduardo Basualdo (11), en esta etapa los grupos locales se asociaron con los conglomerados extranjeros, coincidiendo así los intereses de los acreedores y el capital concentrado interno. La segunda etapa, posterior a 1995, "consiste en las transferencias de propiedad que involucran a la totalidad o a una parte del capital de numerosas empresas privadas, entre las que se encuentran varios de los principales consorcios que adquirieron las empresas públicas en los años anteriores". Así se produjo un avance de los conglomerados extranjeros y al mismo tiempo un nuevo salto en la fuga de capitales locales al exterior con el producido de "las ventas de empresas y/o participaciones accionarias de la fracción local del capital concentrado". Esto no significó la desaparición de los grupos locales. Más aún, como las privatizaciones estuvieron acompañadas de "mercados cautivos" y "marcos regulatorios" que aumentaron la capacidad de las empresas de incidir sobre los precios y las utilidades, los grupos locales pudieron vender a precios inéditos en la economía argentina. Y los compradores pagaron esos precios porque las grandes firmas internacionales toman en cuenta las tasas de beneficio mundiales y en la comparación el mercado argentino resultaba ser uno de los más rentables del mundo. Pero dentro de los sectores dominantes se gestaron nuevas contradicciones porque desapareció la comunidad de negocios de comienzos de los noventa. Y reapareció el discurso "nacional" o el de la reindustrialización exportadora en base a los empresarios locales y estas contradicciones se expresan también en relación al Plan de Convertibilidad: a los conglomerados extranjeros y a las empresas transnacionales les interesa conservar el valor en dólares de sus activos fijos, mientras que, si se modifica el tipo de cambio, los que ya vendieron obtendrían "un incremento muy significativo de sus activos financieros dolarizados".

Además, las posiciones económicas que conservan los grupos locales están orientadas al mercado externo.



## Otras transformaciones

*"La clase media cree estar asediada por focos infecciosos. Pero no lo son. Casas ocupadas, vida a la intemperie y la exudación de los mundos delictivos y eróticos del Gran Buenos Aires profundo no son erratas, sino analizadores antropológicos de la marchitez argentina. Y, además, resultan laboratorios donde los lenguajes populares se engarzan a ritmos musicales gozosos."*

*Cristian Ferrer*

Durante la década del 90 la Argentina se ha latinoamericanizado: aumento de la desigualdad, del desempleo, la inseguridad y de la angustia. Se acabó la expectativa del ascenso social. También nos hemos latinoamericanizado en un sentido cultural porque aprendimos a vivir en una sociedad dual, donde los pobres tienen un destino fatal. Nos acostumbramos a que la sociedad argentina sea impiadosa. "Este es un verdadero giro en un imaginario que hasta hace no tantos años, tenía el ascenso social como una expectativa probable para casi todos. Ser argentino quiso decir votar, trabajar, aprender bien a leer y escribir. Hoy ser argentino, para más de un tercio de los que viven aquí, no garantiza estos tres derechos

El giro en el imaginario tiene consecuencias a largo plazo que pueden percibirse en la desconfianza hacia lo público, en la inquina o rechazo desencantado hacia las representaciones institucionales y en la corrosión de la vida en la ciudad.

"La principal novedad de la década quizá no sea tanto la caída económica de extensos sectores de las capas medias y bajas, como el hecho de que la sociedad la haya tomado como un dato imposible de eliminar y que haya configurado su nuevo paisaje cotidiano haciendo de este dato una realidad permanente: el paisaje de la fractura social y urbana" sostiene el historiador urbano Adrián Gorelik.

Para el urbanista David Kulloock, las transformaciones más significativas a nivel residencial fueron los countries convertidos en viviendas permanentes y los barrios cerrados en los suburbios. También, en la ciudad central se levantaron edificios

amurallados, torres altísimas, lujosas y con la infaltable seguridad privada. "Existe el deseo de una porción de la sociedad de buenos ingresos a refugiarse en sus propios estratos ante la profundización de la brecha socioeconómica".

La contracara de este mundo de confort es el crecimiento de las villas y la ocupación de departamentos y casas en la ciudad, un fenómeno que creció en los noventa como "salida" habitacional para los pobres, estructurales o recién caídos del sistema.

La expansión de los grandes centros de compras es otra de las grandes transformaciones fuertes de los 90. Los shoppings urbanos, los hipermercados y los hipercentros de compras al borde de autopistas -apoteosis del consumo y de la seguridad para los sectores medios y altos- continuaron la tarea de manera brutal.

Exacerbación de rejas en viviendas y comercios, los bancos blindados, la sobreabundancia de locutorios en la era de la hipercomunicación o el cableado aéreo de la Tv por cable. Distribución de tecnología del Siglo XXI con elementos del IXX, como postes de palmeras y cables por delante de las ventanas.

Para el sociólogo Cristian Ferrer "los 90 partieron a la clase media no en dos grupos, sino en una formación cristalográfica: en una misma familia o grupo había personas que habían emergido económicamente y otras que se habían hundido. Era el astillamiento de una situación que antes era vivida idílicamente como homogénea".

Para los sectores excluidos, antes los hábitos de la clase media eran su modelo de dignidad y ascenso social. El tablero ha sido pateado. Trabajadores flexibilizados y jóvenes universitarios emigrando a Europa, y los que no lanzan la parodia de las bailantas. Estos sectores, adelantados en el reconocimiento de la disolución de la esperanza colectiva, ahora sólo pueden autoafirmarse culturalmente y lo hacen en forma potente, con letras como tangos de un subsuelo. Canciones que celebran existencias precarias e inestables en las que la urgencia de la carne, la alegría del sábado nocturno, conforman los límites de la autocomprensión sectorial. Que dinero, amor, represión e infelicidad sean temas dominantes en estas canciones significa que la suerte de los más pobres queda acoplada a los problemas que conciernen también a la desvencijada clase media.

Durante gran parte de la década del noventa la bailanta se codea con el establishment argentino, Punta del Este, Mirtha Legrand, se baila en las discotecas top y es el mejor ejemplo del nuevo pacto en sociedad argentina: los votos más firmes a Menem, son los de quienes pertenecen a los sectores más altos de la sociedad y los que

están en los más bajos. Bailan la misma música, aunque no de la misma manera. Para los nuevos ricos, para los exponentes de la "pizza con champagne" -como los definió la periodista Silvina Walger-, es muy "chic" participar en la fiesta bailantera, mezclarse con los "grasas", la alegría de la clase alta bailando la música de los pobres simboliza, muy claramente, la brutalidad del "vale todo" de la cultura menemista. Tal vez, ninguna otra clase social dominante a lo largo de la historia, se había animado a mostrarse y a considerar que "queda bien" consumir la misma música que consumen y producen los sectores más pobres de la sociedad. La nueva elite de los noventa lo hizo, porque el "vale todo" tuvo varios sentidos y porque motivos para festejar no le faltaba.

Hacia fines de los 90 en muchas de las canciones puede encontrarse un relevamiento del desastre nacional en cuyas letras crudas y sin destilar no hay analfabetismo estético sino la comprobación melódica de la pauperización general del lenguaje de los argentinos. Nada puede atravesar impune décadas de desamor y descuido. Tampoco la lengua. (12)

También es cierto que la música tropical tuvo su fuerza entre los más pobres, los que se sienten destituidos de toda alternativa perciben que cualquier política no los incluye sino marginalmente, como residuos. Esa fuerza, "con el poder de generalización transclase de los medios de comunicación, en especial, la TV "atravesó los muros entre sectores sociales." (13)

(8) Portantiero, Juan Carlos. El Tiempo de la Política. Construcción de mayorías en la evolución de la democracia argentina 1983-2000. Temas Grupo Editorial, Buenos Aires, 2001

(9) Vicente, Ricardo. Instituto de Investigaciones de Historia Social y Económica. "Plata dulce" La Gaceta Económica. Publicación de la Facultad de Ciencias Económicas de Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 1999

(10) Basualdo, Eduardo y Aspiazu Daniel. El Proceso de Privatización en la Argentina. Editorial Universidad Nacional de Quilmes 1999

(11) Basualdo Eduardo. Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década del noventa. Ediciones Universidad Nacional de Quilmes, 2004.

(12) Ferrer, Cristian. Sociólogo. Diario Clarin. Suplemento Zona. Noviembre 2002

(13) Sarlo, Beatriz. Rodrigo un test para el futuro. Revista 3 puntos. Noviembre 2002.

## **5. LA MOVIDA TROPICAL LLEGA A LOS MEDIOS**

*“Con el consumo de medios masivos por parte de sectores medios altos...a veces ello viene de la mano de una revalorización de la estética kitsch o de la bailanta, no exenta de gestos que son para la clase media o alta algo parecido a sacarse una foto con un papagayo gigante o hacer un tour por una tribu exótica”.*

*Oscar Landi*

En los 90, se combinan distintos procesos socioculturales, la explosión de lo juvenil en la cultura, el peso creciente de la imagen televisiva, incrementado por el acceso al cable y la videocasetera hogareña y, por otro, la creciente segmentación socioeconómica de los consumos culturales y la fragmentación de los públicos. Se produce un acceso diferencial a la oferta de medios, un sector que tiene un equipamiento diversificado y costoso (computadoras personales, cine, cable, etc.), y otro que se limita a consumir televisión abierta, radio y algunos medios gráficos. Aunque se producirán con el tiempo innumerables y complejos cruces, es en estos últimos medios donde la música de bailanta desembarca, se consolida y se mantiene.

La difusión de la bailanta, antes de llegar a los medios, se realiza en los bailes mismos, y sobre todo, en las disquerías de los barrios de estación. Sergio Pujol, en su libro "Historia del Baile", reseña que en esas disquerías se propagaban cumbias de día y de noche y en los puestos callejeros el cassette de cumbia comparte escaparate con medias en oferta y encendedores de colores. En los alrededores de las estaciones "cientos de jóvenes y no tan jóvenes saborean cerveza o vasos de vino tinto rodeados de ambiente bailantero".

También mucho antes que la música tropical llegara a la televisión abierta, en los barrios populares estaba definido este gusto musical y los parlantes en la calle hacían que se compartiera con los vecinos el último cassette de algún exponente de la movida tropical.

En la radio, los primeros espacios comenzaron en emisoras donde ya se dedicaban a ritmos populares, como el caso de AM Radio Buenos Aires y luego, el<sub>20</sub>

medio por excelencia FM Fantástico (104.7 MHz.), propiedad de los hermanos Kirovsky, (que formaron una sociedad de importancia en el negocio de la bailanta con el sello Magenta). La radio creó todo un estilo, que fue luego imitado por otras emisoras dedicadas a la música bailantera y satirizadas por otras frecuencias moduladas como la Rock and Pop. Dos locutores, una voz femenina y una masculina, juntos, en vivo y "bien arriba" y donde prácticamente no se diferencia la tanda publicitaria de la programación musical.

En gráfica se ocuparon la revista Alegría, de Editorial Perfil, el suplemento del diario Crónica y el de Diario Popular. En todos ellos se publicaba la programación en los distintos locales bailables, avisos de productoras para los que quieran contratar a los artistas, entrevistas a músicos.

En lo que respecta a la televisión abierta (no hay antecedentes de programas específicos en la TV por cable, aunque como invitados todos los famosos de la bailanta han participado en muchos programas), varias horas en vivo de los sábados por la tarde está aun vigente con Pasión Tropical por América 2 y el precursor en el medio televisivo puede rastrearse con Johny Allon, que desde fines de los setenta conducía su "Johny Allons Show", también los sábados por la tarde en el Canal 2, cuando el canal pertenecía a Héctor García, también dueño del diario Crónica.

En los 90 fue el auge de Fantástico en TV, producido por los Kirovsky en Canal 2, que, aunque según los productores no daba ganancia, a pesar de que su rating triplicaba el promedio del canal, era considerado una inversión publicitaria, un espacio para captar a todos los consumidores de bailes y discos. La radio reproduce insistente los temas musicales, los suplementos en los diarios mas populares difunden la programación de los locales bailables y la televisión se instala cada sábado en miles de hogares, cerrando un circuito que parece variado pero que esconde a unos pocos que manejan el negocio.

Ya en el año 1.991 había en Capital Federal y Gran Buenos Aires 40 grandes locales que vendían unas 200 mil entradas por mes, a 4 pesos cada una y donde, cada noche participaban de 2 a 5 grupos que cobraban entre 1000 y 3000 o mas pesos por show.

Negocio millonario, bastan algunos ejemplos: la facturación del sello Magenta en el año 1.996 fue de 30 millones de dólares, la venta de cd y cassettes de música tropical: 150 mil unidades mensuales, y la facturación promedio mensual de una bailanta, era de 60.000 dólares.

Se estimaba que el negocio en total facturaba 240 millones de dólares anuales y un disco del grupo Sombras vendió casi 500 mil copias, mientras que cualquier músico de rock podía considerarse más que satisfecho si llegaba a vender 30.000 copias.

"La onda bailantera nunca se fue. Me gusta ese espíritu de fiesta que transmite", declaró la elegante Teté Coustarot, mientras que a la modelo Natalia Graciano se la vio aparecer por la bailanta Metrópolis.(14).

En 1.991 Pocho La Pantera era uno de los más demandados en las fiestas de adultos y quinceañeras de la alta sociedad y los disc jockeys en ciertos momentos de la noche inyectaban los acordes de su éxito "El Hijo de Cuca". (15)

Si un medio en particular terminó de definir el éxito de la bailanta y su consumo por sectores medios y altos, esa es la TV. No sólo por la invitación permanente de sus figuras a programas varios, sino también porque logró sacar a la bailanta de la marginalidad, incorporándola a la ficción en varios ciclos, por ejemplo en la telenovela Campeones, el protagonista Osvaldo Laport discute si es mejor el rock o la cumbia, mientras que en el ciclo diario "Salvajés", Valeria Lynch es la dueña de un boliche donde tocan grupos reales de bailanta.

Cuando el género y el negocio ya estaban consolidados, no hubo programa de la TV abierta que no se disputara la presencia de algún bailantero convocante que garantizaba unos cuantos puntos de rating.

Programas de éxito como Almorzando con Mirtha Legrand, o los de entretenimientos de Gerardo Sofovich, sucumbieron al encanto, aún a riesgo de algún tropiezo.

*-Así que vos regalás autos?, le preguntó Sofovich a la Mona Jiménez.*

*-Así es. Regalo en los bailes, un número que se sortea el día de mi cumpleaños...*

*-Debés ganar mucha plata, dijo el conductor.*

*-Seguramente menos que Ud. con este curro...Pero ahora voy a cambiar, voy a regalar taxis, para que la gente pueda trabajar. Voy a regalar fuentes de trabajo. (16)*

Una vez evidente la popularidad de la bailanta, lo que habían sido tímidos cruces con otros géneros musicales pasaron a ser moneda corriente. La Mona Jiménez grabó temas de Miguel Mateos y de Los Fabulosos Cadillacs, los punks de Ataque 77 hicieron una versión de No me arrepiento de Gilda y el grupo de rock Bersuit compuso una cumbia llamada Yo tomo, en su disco Libertinaje. Ni los cantantes líricos se salvaron, la

soprano Gabriela Pochinki cantó con Ráfaga en el Gran Rex, y en un programa de Canal 9, puso su voz para el tema "Agüita". Aunque, en este caso, al referirse a esta interrelación la mirada paternalista fuera un poco más evidente. "Es un público tan honesto, que si no le gustás, te chifla, no tienen modales para decir ahora hay que aplaudir, hacen lo que sienten con el corazón". (17) También con Ráfaga cantaron en alguna presentación el joven del folklore Luciano Pereyra y Juanse Gutiérrez, del grupo de rock Ratonés Paranoicos, por nombrar algunos ejemplos.

Todos querían sacar tajada de la fama de la bailanta, hasta las agencias de publicidad pusieron el ojo en esa música festiva y redituable. El aviso de un suavizante para ropa, Viveré, que patentó un dibujito de bebé que canta "chuavechito", en lugar de suavechito y que, bien entrados los 90, eligió cantar las bondades del producto en ritmo de música tropical.

Ropa de bebé de clase media o media alta, con productos especiales que no usan los pobres, en ritmo de la música preferida por los sectores populares "Los ricos son más ricos, y los que eran más o menos pobres ahora lo son del todo. Pero en algo la sociedad se ha hecho igualitaria. La bailanta se apropió de los casamientos de San Isidro y de las fiestas de graduación de los colegios de Belgrano". (18)

Para los que auguraban un pronto final al éxito de la movida tropical, basta decir que durante 1.999 el género acumuló ventas de discos superiores a los cinco millones de unidades y tenía tres programas en la televisión abierta: Siempre sábado, Pasión tropical y Ritmo, salsa y juegos. (19)

La movida llegó a finales de los 90 como pocos lo esperaban. Con cintura admirable para reciclarse logró instalarse de manera firme. Se sucedieron nombres como Ricki Maravilla, Pocho La Pantera, Alcides, Lia Cruet, Gilda, Sombras, Comanche, Volcán, que hicieron pie en públicos bien diversos.

Una encuesta hecha por Gallup pone el fenómeno en números de estadística. El 31% de la población argentina eligió el ítem: cuarteto, cumbia, bailanta, cuando se lo consultó por sus preferencias musicales. Mientras que los jóvenes de 18 a 24 años preferían en primer lugar, (48%) la bailanta. Si se realizan cruces con otras variables como educación, se obtiene que entre los que tienen primario, o primario incompleto, el primer puesto es para el folklore (50%), seguido de la bailanta (38%), aunque hay grandes diferencias entre el interior del país donde predomina el folklore, y Capital y Gran Buenos Aires donde triunfa la bailanta. En cuanto a nivel socioeconómico, en la clase alta, el estilo con más adhesiones (52%) es la música latina. (20)

Mientras que en la Encuesta Permanente de Hogares, en el año 1.994 para el aglomerado del Gran Buenos Aires (Capital y 19 partidos del conurbano), las cifras hablan a las claras de la desocupación y los mayores porcentajes entre los jóvenes, para la franja entre 15 y 19 años 24,5%, y para la franja entre 20 y 34 años 10,5%.

(14) Gorbato, Viviana. Noche tras noche. Editorial Atlántida Buenos Aires.

(15) Sessa, Valeria Nota Diario La Nación. Diciembre 1991.

(16) Diálogo que reproduce Hugo Lewin en Siga el baile. El fenómeno social de la bailanta.

(17) Entrevista realizada a Gabriela Pochinki. Radio Universidad, 15 noviembre 2.002.

(18) Fischerman, Diego. Suplemento Radar. Pagina 12. Noviembre 2001.

(19) Martelli., Ernesto "La bailanta, un negocio difícil que mueve millones". Diario Clarín. Noviembre. 2002.

(20) Sitio en Internet de Gallup. Encuesta hecha sobre 1248 casos en todo el país. Población de 17 años y más. Mayo 1.999.



## **6. BAILANTA VERSUS DISCOTECA. UN PROCESO COMUNICATIVO**

*Si comunicar es poner en común, cualquier proceso comunicativo presupone, simultáneamente la existencia y la producción de un código compartido y de una diferencia. Para que cualquier elemento que pueda ser imaginado devenga efectivamente un significante es imprescindible que haga sentido en el interior de una determinada estructura de significación.*

*Alejandro Grimson*

### **La cultura comunica**

El "contacto entre culturas" es un contacto entre olores, sabores, sonidos, palabras, corporalidades, espacialidades.

A través de una configuración asistemática y heterogénea de los elementos que son significantes específicos, las personas construyen histórica y cotidianamente códigos comunicativos, estructuras de significación. Es más, ningún grupo tiene "rasgos" que lo caracterizan, sino en una situación de contraste específica.

Las personas, los grupos, las sociedades interactúan, perciben, significan, de los modos más diversos y, en general, puede afirmarse que las pautas de significación y acción, en sociedades estructuralmente desiguales, generalmente son impuestas por unos y aceptadas por otros o desigualmente negociadas.

La cuestión es que cuando dos grupos con experiencias históricas y rutinas de vida diaria diferentes interactúan, gran parte de las asimetrías de sentido, característica de la comunicación intercultural o intersocietal, se plantean de manera aguda.

Como es sabido, después de la Segunda Guerra Mundial comenzó a delinearse en los Estados Unidos una nueva perspectiva para los estudios de comunicación. Lejos de los modelos lineales de emisor- receptor, donde un mensaje es enviado y decodificado, se comenzó a proponer un modelo multidimensional, orquestal, procesual y contextual. Investigadores como Bateson, Goffman, Edward Hall, entre otros, fueron los propulsores de estas tendencias.

Cuando se dice orquestal se refiere a la comunicación a través de un conjunto de instrumentos (la palabra, los gestos, la vestimenta, la posición corporal, el uso del tiempo y el espacio). Así, la comunicación es un todo integrado y es en esta perspectiva que entendemos las máximas de que "todo comunica" o "es imposible no comunicarse"

Además, la noción de que la comunicación se produce en contextos específicos implica jerarquizar los marcos metacomunicativos, antes que el análisis de contenido. Las mismas palabras o gestos cambian completamente el sentido entre uno y otro contexto cultural. Desde la risa, la mirada, hasta el chiste variará de significado de un marco o contexto a otro.

La idea de una sociedad transparente en la cual el aumento de la comunicación conduce a una mayor armonía es desmentida en forma permanente por los fuertes conflictos simbólicos que se repiten y reproducen. Aunque, en este caso coincidimos en que "no se trata de caer en la idea fácil de tipificar situaciones de "incomunicación", sino de sofisticar la idea de la comunicación ligándola también a una teoría del conflicto". (21)

Creemos necesario aquí retomar algunas breves consideraciones referidas a la cultura.

El uso de la palabra cultura como sustantivo es problemático. La palabra cultura nacional se refiere más bien a políticas oficiales que procuraron instaurar un conjunto de símbolos, o a formas hegemónicas que, con efectos profundos en la sociedad a través de la escuela y los medios de comunicación, no llegan a describir realidades complejas y multifacéticas.

Es imposible llenar de contenidos categorías como "cultura argentina", no constituye algo descriptible, caracterizable. A la hora de hablar de música, por ejemplo, hay una a la que se intentó identificar con la Argentina: el tango. Pero, es obvio, que el tango no da cuenta de la enorme diversidad de músicas con las que se identifican distintas poblaciones que viven lejos de Buenos Aires. Esta definición del tango como música nacional no describe una realidad, pero si el chamamé o la bailanta no son postulados como músicas nacionales y el tango sí, esto da cuenta de procesos históricos y estructurales que hablan del lugar de Buenos Aires en la política oficial de representación de la nación.

Es oportuno destacar que, más allá de la creencia de que quienes pertenecen a la misma nación deben poseer una cultura homogénea, lo cierto es que esa pretensión de

homogeneidad constituye sobre todo un instrumento de legitimación del poder estatal que una realidad.

Por lo tanto los elementos compartidos de una cultura no son supuestos rasgos objetivos, sino las experiencias históricas y las creencias y prácticas que esas experiencias generaron.

Los grupos no tienen una identidad, en el sentido de una esencia. Llegan a identificarse de un modo u otro en contextos específicos y con relaciones sociales. "El primer elemento de toda identificación es su carácter relacional: al mismo tiempo que establece un "nosotros" define un "ellos". (22). Además, el segundo elemento es su carácter histórico, la naturaleza histórica de los modos en que los hombres se piensan a sí mismos y a "los otros", es el resultado de sedimentaciones de un proceso histórico sujeto a transformaciones. Citando a Beatriz Sarlo: "somos aquello que pensamos que somos. Una cultura es un sistema de diferencias, la identidad es siempre oposicional ...todo reside en las formas que toman las oposiciones culturales".

Reconocer este carácter relacional e histórico nos conduce a un punto clave: la producción de la diferencia es constitutiva de toda relación de desigualdad. Por lo tanto, no hay "identidad" fuera de relaciones de poder.

### **Discoteca versus bailanta**

Llegó el fin de semana, que alegría que me da.  
Llegó el fin de semana, me voy a pachanguear  
Quiero vivir la vida, después de ésta no hay otra  
Por eso yo me tomo, tomo un Fernet con Coca  
Que esta noche me voy... de qué  
De pachanga, de caravana  
Quien me quita lo bailado  
Si el Fernet no es nada malo,  
Quiero vivir la vida ... al palo, bien al palo.

Carlitos "La Mona" Jiménez. Fragmentos de "Fernet con Coca" canción del CD El Agite.

## **Discotecas en los 90. Presente, juventud y discriminación**

La disco es un sistema de significaciones y sostuvo a lo largo del tiempo su pretensión de exclusividad, un significado aparentemente sin historia, siempre nuevo. Desde la mítica boîte Mau Mau, pasando por las discos top de los 80 y las de la década del 90, todas compartieron, aunque con matices, el concepto de "exclusivo", una unidad de significación, "un mundo para elegidos".

En los noventa esa idea de exclusividad es profundamente reforzada. Por un lado, lo más obvio, el ejercicio explícito y público del derecho de admisión que se convierte en el dispositivo por excelencia para conciliar la masividad de la disco con la exclusividad.

Muchos autores que estudiaron el tema consideran a las discos como sistema de significaciones que reproducen las desigualdades sociales y esta "exclusividad" es vinculada con los problemas de fin de siglo: quienes serán los excluidos del nuevo modelo. "La disco no sólo garantiza el consumo compartido entre iguales, sino que ofrece seguridad ante la amenaza de los otros, los excluidos." (23)

Para los habitués de las discotecas, el resto de las opciones de diversión nocturna son fuentes de peligro, algo desconocido a lo que se teme.

Para la exclusividad y el prestigio de cada uno de estos lugares trabajan los RRPP -sigla repetida hasta el hartazgo en revistas de la farándula o de actualidad- con la que se identifica a quienes se dedican a las relaciones públicas, hombres o mujeres que con contactos entre ricos y famosos son fundamentales para la "imagen" de la disco. Si en los ochenta, los disc-jockeys eran las figuras que llevaban a determinado público a un local bailable, en la década del noventa son los RRPP el elemento fundamental. Bien atrás quedaron los "tarjeteros" más característicos de los ochenta (jóvenes que repartían entradas gratis o con descuento en la calle a quienes podían incluirse en el target del boliche que promocionaban), una disco top de los noventa no los necesita, ellos sólo convocarían al desprestigio.

La "seguridad exclusiva" requiere de una homogeneidad absoluta en el ambiente del local, la discriminación no se cuestiona y las desigualdades se naturalizan, metáfora del orden social deseado por las clases dominantes. Por todo esto, un "puerta" como se dice en la jerga es tan importante. Para pasar esa puerta se exige borrar todas las huellas de un origen no legítimo, sea éste geográfico o social, determinados aspectos no podrán pasar. Dentro de la disco, lo distinto es únicamente objeto de decoración, un negro o

videoclips en las pantallas con aborígenes o slogans contra el racismo. Este excesivo "cuidado" en la admisión de quién ingresa lleva a que los también conocidos como "patovicas", encargados de ese control, pasen -como ocurre hasta hoy- a ocupar en forma recurrente lugares de importancia en las páginas policiales: a los golpes y con heridos de gravedad pueden terminar sus intervenciones.

Todo esto es suficiente y muy efectivo, sumado a inhibiciones y desvalorizaciones internalizadas en los sectores populares, para que sea imposible que sus integrantes se despisten hacia estos circuitos. Aún en el caso de que quieran, no podrían entrar.

Tampoco cuando sean músicos bailaneros los que alegren la velada. En varias oportunidades La Mona, o Riki Maravilla entre otros tocaron en Bull Dog de Punta del Este o en Tío Curzio de Mar del Plata pero como subrayó el escritor Vicente Battista "los fieles seguidores tendrán que aguardar, para los negritos que corean "Que tendrá el petiso", la entrada sigue prohibida. No tienen con qué pagarla y, aunque la tuvieran, el portero cancerbero seguirá repitiendo que no. Para ellos la historia no habrá cambiado". (24)

Como señala Sergio Pujol en su libro Historia del Baile, en las discotecas "se recrea la paradoja racial del Cotton Club, aquel famoso cabaret neoyorquino que no permitía el ingreso a los negros, salvo que estuviesen bailando o tocando algún instrumento sobre el escenario".

## **El espacio**

En la ciudad las discos están ubicadas en avenidas o cerca de ellas o en barrios acomodados, fundamentalmente en la zona Norte de la ciudad (en el caso de Buenos Aires). La costumbre de los sectores acomodados en la década del noventa fue recorrer boliches y luego en su interior "se encuentran representados porque todo está dispuesto para que los "mejores" sean vistos y los "indeseables" no tengan referencia".

Mientras el rechazo a lo diferente es garantía de identidad, la disco se diversifica en su interior y queda "dividida en subcircuitos que intentan diferenciarse entre sí a tal punto que se necesita acotar distintos espacios en su interior, con la expresión máxima del Salón VIP"(28), al que también se necesita pase especial para poder ingresar si uno no es un famoso.

Todas tienen en común gran cantidad de desniveles, pozos, gradas, pasarelas, depresiones, plataformas, toda una cantidad de accidentes geográficos que garantizan lo visual, mirar y ser mirado, accidentes que ofrecen muchos puntos de vista para la exhibición y la observación, esta última siempre mucho más contenida y oculta que la primera.

En general, las chicas están reunidas en grupos a los costados de la pista, mirando lo que pasa a su alrededor. Los chicos suelen caminar en círculo bordeando la pista. "El no tener adonde ir es la contrapartida de un deambular visual por las caras de los demás".

Luces, efectos especiales, imperio de lo audiovisual y del sonido. El volumen altísimo, entrar en la disco es entrar en la música, donde los registros bajos "pegan" y la música presiona el cuerpo, en tanto comunicarse a través de la palabra es un imposible, (tendencia propia de la disco a la incomunicación por medio de la palabra que se va imponiendo en los pubs y bares frecuentados por la misma clientela).

En el gran ambiente del narcisismo, el contacto físico es mínimo, al menos donde hay luz y está reglado, tiene un lugar específico, en este caso, lejos de las miradas.

### **Mostrando lo joven**

Así como la disco es presente, se vive sólo en el presente; también es el mito de la eterna juventud al alcance de la mano. El imperativo de la disco es ser joven o aparentarlo; pero no es joven quien quiere sino quien puede.

Más allá de la categoría estadística joven, la juventud no es una condición natural sino una construcción vinculada los recursos materiales y simbólicos. La distribución social de estos recursos es asimétrica.

Tal vez en ninguna otra década como en los noventa se ensalzó esta idea de juventud. Todo "lo viejo" debía dejarse de lado: desde el Estado que dejaba de intervenir para que reine el libre mercado hasta el pasado que había que olvidar para pensar en el futuro, con el indulto presidencial a los militares genocidas presos y al ex dirigente montonero Firmenich. Eterno presente y eterna juventud que encontraron en la discoteca el lugar ideal donde brillar.

Los signos de juventud constituyen características vinculadas con el cuerpo, la vestimenta, el arreglo, el habla, modales, etc que son presentados ante la sociedad como el paradigma de todo lo que es deseable.

Esta simbolización de la juventud, se puede transformar en producto o en objeto de una estética y puede ser adquirido por adultos que mantienen su capacidad de portación del signo "juventud". La juventud signo es una mercancía, se compra y se vende e interviene en el mercado del deseo como vehículo de distinción y legitimidad.

Es en este sentido, en que en las discos top de los noventa, sólo ingresan "los jóvenes".

(21). Grimson, Alejandro. Interculturalidad y Comunicación. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Dirigida por Aníbal Ford. Editorial Norma, Buenos Aires, Setiembre 2000.

(22) Sarlo, Beatriz. Nota de opinión Diario Clarín. 14 de setiembre 2.001.

(23) Battista, Vicente. "Qué tendrá la bailanta". Suplemento Cultura y Nación. Diario Clarín. 14 de marzo 1.991

(24) Chmiel Silvina . La disco: vivir el presente en La Cultura de la noche, compilado por Mario Margulis

(25). Ileana Gutiérrez. La discoteca en Buenos Aires. en La Cultura de la noche" compilado por Mario Margulis.

(26) Urresti Marcelo. La disco como sistema de exclusión en La Cultura de la noche compilado por Mario Margulis.

## **7. BAILABLE TROPICAL. LA FIESTA DE LOS SECTORES POPULARES.**

Pero,  
si contemplo ese cuerpo  
desnudo, y puedo  
conservar la conciencia  
también desnuda, de palabras  
y eludo la tensión  
que me exige ya, ya  
identificar lo que veo  
ya, yo  
sigo consciente de mi ver  
de mi ver sin objeto,  
de este ver tan vacío como nosotros  
dos horas antes de la fiesta  
donde más, aún, más que antes  
mi conciencia también  
desaparecerá.

Fogwill, Rodolfo. Fragmento de "En el bosque de pinos de las máquinas".  
1997. Inédito. Extraído del sitio en Internet : literatura.org.

Los bailes populares tienen una larga tradición en el país, en general, vinculados con las migraciones internas, los nuevos habitantes de la Capital y la provincia de Buenos Aires provenientes de distintas provincias del interior. Fenómeno que se extiende especialmente en la década del 40. Según la musicóloga Alejandra Cragolini "los sentimientos de orfandad producidos por la migración encontraron su catarsis en el referente musical y en el baile del chamamé". (27)

En los noventa explotan los salones de baile de música tropical, que se ofrecen como alternativa de diversión, en muchos casos, la única para los sectores populares. En Capital y Gran Buenos Aires existían alrededor de 40 grandes locales que vendían 200 mil entradas mensuales



Si bien estos salones tienen una escenografía muy similar a las de las discotecas, una de las diferencias es que a los locales tropicales se va a escuchar grupos y solistas que actúan en vivo. Cada noche en los locales se presentan desde uno a cinco conjuntos bailaneros.

Dentro de estos locales, como dentro de las discotecas, hay prácticas, consumos y bienes que asumen una fuerza social a través de la que se disponen pertenencias e identidades grupales.

"Funcionan como etiquetas y como distintivos que dan sentido a las acciones y a las elecciones. Sentido que guía y organiza las relaciones sociales -las formas de comunicarse dentro de la bailanta- tendiendo a reproducirlas o a re-crearlas." (28)

La mayoría de estos locales en la Capital están ubicados en las cercanías de las estaciones, en Constitución con El Tropi o Maxidisco y en Once con Fantástico o Latino Once y aunque las bailantas más grandes sean las de Capital, la mayor cantidad de locales está en el Gran Buenos Aires: Isidro Casanova, San Martín, Moreno, Merlo y además, existen gran cantidad de locales chicos que no compiten con los grandes. En general los principales boliches están ubicados en zonas populares, donde en los alrededores hay pizzerías, bares, prostíbulos y salones de juegos electrónicos. Son zonas geográficas donde los bailaneros no corren riesgos de ser segregados o excluidos.

La disposición de las bailantas en la ciudad marca también su inserción social y su ubicación en el proceso -siempre irregular y discontinuo- de constitución de identidades sociales, para las cuales es cada vez más importante la pertenencia a determinados grupos de referencia.

En la entrada de los locales es común la presencia de encargados de seguridad, aunque su función es bien distinta a la de los "patovicas" de las discotecas ya que su función no es exactamente seleccionar quienes van a entrar sino más bien controlar a los que ingresan y palparlos de armas. Así cuando hechos de violencia en lugares de diversión nocturna ocupan las páginas de las policiales, en el caso de las bailantas se producen entre los que concurren al lugar y difícilmente estén involucrados los que se dedican a la seguridad; por el contrario, en las discos los "patovicas" suelen ser los protagonistas. También, en las bailantas suele haber policías uniformados dentro de los locales, lo que es tomado con naturalidad por los que participan de la fiesta; algo que sería impensable en cualquier discoteca.

Difícilmente alguien sea rechazado en la entrada de un boliche bailanero por su aspecto, aún cuando sea muy evidente su no pertenencia al lugar; exactamente lo contrario de lo que ocurre en una disco.

Largas colas se van formando en el acceso a los locales, primero de mujeres que aprovechan la estrategia comercial característica destinada a seducirlas: entrada gratis o a precio promocional antes de determinada hora. Después será la hora de los hombres, que suelen ingresar a los locales cuando hay una cantidad tentadora de mujeres: si aumentan las mujeres, aumentan las posibilidades.

### **Juventud, divino tesoro**

Otra particularidad de los boliches bailaneros es la presencia de familias en los locales y las grandes distancias generacionales que conviven en el baile, algo que no es común ver en lugares de diversión nocturna, excepto en los viejos bailes de clubes o de carnaval. Mientras en las discotecas se pavonea la encarnación del paradigma de lo joven, tan caro a la década del noventa; en las bailantas se divierte gente de muy variadas edades, tal vez porque en los sectores populares los jóvenes no son tan jóvenes. Este amplio amparo que brinda la bailanta a gente de toda edad está vinculado con la corta duración que, en general, tiene la juventud para los sectores populares.

Es común que por necesidad comiencen a trabajar antes que sus pares pertenecientes a sectores medios o altos, cuyos padres pueden elegir privilegiar la educación de sus hijos. A esto se suma que suelen ser padres, convivir o casarse, mucho antes los integrantes de clases que tienen mayores recursos económicos. Las percepciones de unos y otros sobre "lo joven" son a veces contrapuestas. Tal como señala Jorge Elbaum "el modelo de juventud imperante choca parcialmente con la concepción de lo joven adulto de los sectores populares...cuando miran a los sectores medios y altos, llegan a la siguiente conclusión: si lo joven es el estado anterior a la inserción laboral, los sectores medios y altos tienen una juventud más larga". Se da por sentado que los jóvenes de esos sectores si trabajan es porque lo desean y no para satisfacer necesidades básicas.

Una vez que empezó el baile hay muchas características que son propias del boliche tropical.

En todos los locales hay escenarios donde actúan grupos o solistas de música tropical, a veces más de uno. Los grupos de mayor convocatoria suelen hacer cinco y hasta seis shows lo que hace que en algunos casos se presenten bien entrada la madrugada. Pero podría decirse que casi no hay fiesta si no hay número en vivo. Como en los programas de TV del género, es indispensable un presentador que anima el baile y "calienta" el ambiente, acompañan a los músicos y ponen ritmo.

Muchas veces visten esmoquin, son una figura característica y son respetados y reconocidos por los habitués de estos boliches. Además elogian al local y a los músicos que se presentan apelando a la fama y el éxito que tienen; en algunos casos haciendo comparaciones con las discotecas. "En Terremoto hay más ritmo que en cualquier discoteca de moda", dice, convencido y en tono alto el presentador.

Suelen ubicarse mesas alrededor de la pista, que son atendidas por mozos que exigen cobrar en el acto los grupos de mujeres, familias y jóvenes -no tanto parejas- que son los habitués de estas mesas. Mientras los hombres solos caminan alrededor de la pista y ocupan la barra del bar, las mujeres invaden los baños donde permanecen tiempo charlando, retocándose el maquillaje o el peinado, una práctica que es extendida en otros ámbitos de diversión nocturna. Tal vez sea por ser ésta una costumbre tan femenina que los hombres que concurren a la bailanta, pertenecientes a sectores que tienen una idea rígida sobre la masculinidad, hacen hincapié en que es cosa de mujeres. Como señala Jorge Elbaum "la exigencia que la cultura popular hace al varón: hay que ser hombre y parecer como tal, lo que implica rasgos autoritarios que son asumidos como un capital simbólico irrenunciable. De hecho una de las formas de descalificación que más se utiliza entre estos hombres es la referencia a la homosexualidad, afirmación propia de un habitus de clase que clasifica los cuerpos según códigos estrictos que diferencia con rigor los roles de cada sexo".

A la hora de bailar, si bien son muchas las parejas que bailan separadas como en las discotecas, es común el baile en contacto. Es muy raro que alguien ingrese solo a bailar en la pista de baile de un boliche bailantero. La forma tradicional del baile en una bailanta es heredada de la cumbia y el chamamé (como lo es su música): las parejas se balancean tomados de la cintura y el brazo y giran hacia la izquierda, en un movimiento contrario a las agujas del reloj. Cada pareja gira en sí misma y, a su vez, alrededor de la

pista. También, en algunos casos el hombre separa a la mujer para hacerla girar debajo de su brazo en alto, para luego atraerla hacia su cuerpo y continuar el baile. Baile en el que también se mezclan parejas tomadas de las manos que mueven cintura y caderas al estilo de las danzas afrolatinas. Del híbrido musical del que deriva existe su correlato a la hora de hablar de una coreografía pero, aunque no se respeta estrictamente un modo de bailar en los locales bailaneros, (como ocurre con el tango, por ejemplo) en todos los casos hay más contacto entre el hombre y la mujer que el que puede haber con la variedad musical de cualquier discoteca, donde sólo dos excéntricos pueden bailar abrazados o tomados de las manos. Más aún, un baile como el típico de una bailanta sería visto como "grasa".

Hacia el final, la hora de "los lentos" ofrece las últimas posibilidades de la noche a quienes hasta ese momento no "engancharon", según coinciden en destacar los disc jockeys de distintos locales, como una pauta más de la cultura dentro del boliche. Aunque la música va cambiando hacia el final de fiesta en una discoteca, es impensable que se esperen temas lentos con el sentido en que se lo hace en una bailanta.

Los temas lentos antes de la despedida son el modo en que en estos locales cobra forma real la fantasía erótica que suele movilizar a quienes concurren a cualquier lugar de diversión nocturna, sea ésta una bailanta o una disco. Es un modo simple, directo y claro (tal como los bailaneros se definen a sí mismos para comunicarse y como las letras tropicales) de, en los últimos minutos, iniciar una aventura - opción que señalan los hombres, como deseo- o, "conocer a alguien" -según la versión femenina-.

Si lo logran apenas tendrán tiempo de visitar los "reservados", que pueden ser similares a los de una discoteca si el boliche bailanero imita a una disco, o simples bancos ubicados en la parte oscura del salón en el caso de que sean grandes galpones acondicionados para la fiesta. Las parejas se adueñan de estos lugares, aunque el contacto entre los cuerpos se puede ver en todo momento en cualquier espacio de la bailanta, algo que en una discoteca es la excepción.

Si bien la discriminación hacia quienes no pertenecen al lugar no suele tomar la forma violenta que asume en las discotecas, eso no significa que no exista. En especial "se les nota por cómo hablan. Ahora que está de moda bailar música tropical viene mucha gente, si no son de acá se nota porque son charlatanes, no son directos y usan palabras rebuscadas". (29)

Según Pablo Lescano, líder de Damas Gratis, "es cierto que alguien que tiene plata discrimina siempre, como un negro discrimina a un cheto. Es lo mismo, pero en distinto sentido". (30)

(27) Pujol, Sergio Historia del Baile, de la milonga a la disco. Editorial Emecé, Buenos Aires 1999

(28) Elbaum, Jorge Norberto "Los bailaneros. La fiesta urbana de los sectores populares", en La Cultura de la noche, compilado por Mario Margulis. Editorial Espasa Calpe, Buenos Aires, 1998

(29) Elbaum, Jorge Norberto "Las distancias lingüísticas, en La Cultura de la Noche, compilado por Mario Margulis.

(30) Rial Ungaro, Santiago. El milagro argentino. Suplemento Radar. Página 12. 5/5/2002.

## **8. LA INSTITUCION DEL CUERPO**

*"Hay que descartar la tesis muy extendida según la cual el poder en nuestras sociedades burguesas y capitalistas habría negado la realidad del cuerpo en provecho del alma. En efecto, nada es más material, más físico, más corporal que el ejercicio del poder".*

*Michel Foucault (31)*

*Pues bien, este baile popular, hecho por el pueblo, para el pueblo, del pueblo, esta suerte de danza que suelta a los negros mientras mueve a los blancos...no sólo tuvo la desgracia de coincidir con el nacimiento de la dictadura de Batista, sino que tuvo su apogeo brillante en los tiempos en que Batista brillaba todavía.*

*Guillermo Cabrera Infante (32)*

Un gran rigor en la diferenciación de los roles sexuales es la característica principal dentro de los locales de música tropical: las mujeres serán tanto más mujeres cuanto más atributos las diferencien de los hombres y viceversa. Exactamente lo contrario de lo que sucede en una disco.

La idea y lo que se hace con el cuerpo produce formas de relación específicas entre los bailaneros y formas de relación con el mundo.

En lo que respecta a los hombres la afirmación permanente de virilidad es lo que rige la conducta abrazándose casi siempre con el autoritarismo. No importa, hay que ser hombre y aparecer como tal, para esto hay deberes corporales que son el mandato, la exigencia que la cultura popular hace al varón. En el baile hay rituales claros que los hombres reproducen: proteger el cuerpo de la mujer, acodarse en la barra, mostrar los pectorales detrás de una camisa abierta, caminar endurecido con los brazos separados del cuerpo, en un desplazamiento "trabado", o tomar de las manos a la mujer a la hora de sacarla a bailar.

Según Jorge Elbaum "la necesidad de afirmación de la propia hombría es un capital simbólico irrenunciable que permite distinguirse de otras características que pueden conducir a la calificación de "maricón"...siendo que una de las formas de descalificación que más se utiliza en los sectores populares es la referencia a la homosexualidad, afirmación propia de un habitus de clase que clasifica las posturas del cuerpo según un estricto código de propiedades que definen los deberes corporales de cada sexo". Como se ve este despliegue masculino de coraje, valentía, "aguante", este cuerpo preparado para el conflicto corporal, tiene mensajes no sólo para las mujeres sino también para los otros hombres. Este cuerpo masculino está preparado para defender lo suyo, las "conquistas" se defienden con la fuerza física y deberá exhibir en su actitud que no soportará ni una mirada insistente sobre la mujer que esté con él, por parte de un eventual competidor.

De acuerdo a Pierre Bordieu "la importancia que posee la virilidad en la representación que los miembros de las clases populares hacen de su identidad,...entendida la virilidad también como potencia sexual, resulta inteligible si lo relacionamos con el hecho de que estas clases no tienen otras armas,...que la fuerza del trabajo".

Como contrapartida de esta masculinidad, a las mujeres se les exigirá debilidad y sumisión en su actitud, pero exuberancia física. "En un tiempo de cultura diet, con cuerpos delgados hasta la anorexia..., la bailanta sigue celebrando la exuberancia corporal. Las "minas que están buenas" se asemejan más a Moria Casán que a las chicas de Pancho Dotto", nos recuerda Sergio Pujol. (33).

Si bien el gusto popular masculino no coincide con el modelo hegemónico de belleza femenina, las mujeres que concurren a la bailanta dicen preferir o mirarse en ese modelo: quieren ante todo ser delgadas. Aunque los hombres bailaneros quieren "una mujer con curvas, con buenas piernas, con pechuga".

Sí coinciden cuando se trata del cabello. Difícilmente se encontrará a una mujer con pelo corto en una bailanta. El pelo largo es, por excelencia, el emblema de lo femenino.

"Las mujeres con pelo corto no parecen mujeres. Parecen hombres. El pelo largo es lo más femenino...a los hombres les gusta largo" señala una mujer a la entrada de Fantástico.

Dentro del baile, los hombres privilegian su encuentro con amigos y una aventura con una mujer; por su parte ellas dicen que van más que nada a bailar y también, pero en segundo término "conocer a alguien".

Además, desde fuera del circuito de quienes pertenecen a la movida tropical, y de la mano de la extendida y, tal vez, errada idea que vincula a los sectores populares con una sexualidad desprejuiciada y salvaje, muchos jóvenes varones de clase media y media alta realizan excursiones a los locales de baile tropical con el objeto de develar el mito. "Se les nota por cómo hablan, vienen acá porque creen que se consiguen minitas más fáciles que en otro lado", repiten los encargados de cortar entradas en un local de Once. Y si no lo logran, al menos, conocen un lugar al que difícilmente lleguen sus novias, tal como ocurría a principios del Siglo XX con los hijos de familias aristocráticas que frecuentaban los piringundines donde se bailaba tango.

Las letras de muchas canciones de la música tropical se refieren a la sexualidad, el baile, la alegría. El discurso de las canciones parte de un enfoque costumbrista, con soportes grotescos, humorísticos y picarescos, como así también letras románticas.

"Muchas letras hablan de un erotismo "de roce", más directo, menos represivo, marcado por la precariedad de la vivienda del asentamiento periférico y por una sensibilidad femenina que prescinde de las promesas" (34) Los cambios en la sexualidad saltan a la vista: para muchos el cortejo se disuelve: sexo rápido, de hotel alojamiento, con suerte.

Sobre el final de la década del noventa, apareció fechado el debut sexual con embarazo a los quince años, en una canción de Rodrigo, fecha que luego fue superada por el catamarqueño Walter Olmos, considerado heredero de Rodrigo, que en su hit "Amor de adolescentes" lo ubicó a los doce años. ("Tan sólo con doce años/ era una niña y le faltaba crecer/ el tenía dieciséis").

Las cosas llegaron al punto que alguna voz, aunque muy aislada vale aclararlo, de la Iglesia Católica, como el Obispo de Tucumán, Bernardo Witte, pidió la "urgente clausura" de los locales tropicales, por considerarlos "centros de perversión sexual" ya que "las prácticas escandalosas de las bailantas acarrear la fuerza destructora de toda ética y moral de nuestra juventud".(35)

Los protagonistas, los músicos de la movida tropical no se quedan afuera.: como señala Sergio Pujol en su libro Historia del baile, "con sus camisas con lentejuelas, pantalones ajustadísimos y zapatos blancos puntiagudos, los solistas tropicales son la



expresión sexual más directa en la música popular argentina desde los tiempos de Sandro".

Además, muchos músicos de la movida suelen tener consideraciones para con esas chicas que permanecen paradas toda la noche al lado del escenario donde se presentarán los grupos, para arrojarles en algún momento un oso de peluche, un corpiño o vivir algunos minutos de fama bailando sobre el escenario o alguna otra relación, una especie de grupies tropicales. "En la movida tropical, cada vez que el cantante de un grupo se pone de novio, el grupo se va para abajo, asegura en tono confidente el líder de Ráfaga, Ariel Puchetta, por eso yo no me animaba a decirlo, pero se supo y no pasó nada. Quebré la racha, rompí el mito. Igual, mantengo mi noviazgo alejado de mi carrera. Las fans saben que tenés novia, pero mostrarla ya es una falta de respeto". (36)

(31) Foucault Michel, Microfísica del Poder. Ediciones de La Piqueta. 1994

(32) Cabrera Infante, Guillermo. Delito por bailar el cha cha chá. Editorial Alfaguara, Bogotá, Colombia. 1997

(33) Pujol ,Sergio Historia del baile. Editorial Emecé. Buenos Aires. 1999

(34) Moreno, Liliana .Suplemento Zona Diario Clarín, 11/2/2001.

(35) Diario Clarín, mayo, 1999.

(36) Amuchástegui, Irene. Entrevista con Ariel Puchetta. Espectáculos. Diario Clarín.28/5/2001

## **9. ESA MUSICA DE LOCOS**

*Cannes 11 a.m. Plena Avenida Croisette atestada de gente. Miles de personas yendo de sala en sala. Y de golpe la voz que grita " ¡Con ustedes, Pablo Lescano y Damas Gratis! ". Créase o no la cumbia hizo su arribo en Cannes, y ponía en clima a los espectadores que entraban a ver El bonarense, de Pablo Trapero. Las canciones empezaron a retumbar desde los altoparlantes en toda la calle. Los guardias de seguridad bailoteaban en la puerta y los que hacían la cola se preguntaban qué era esa extraña combinación de reggae y música latina.*

*Diego Lerer . Cine, política y cumbia. Diario Clarín. 23/5/2002*

Música para bailar, música comercial, la verdadera música, la que se lleva en el alma, un fenómeno de marketing, una moda pasajera, música grasa, la música del "aguante", música kitsch y la lista podría ser interminable: tantas calificaciones como personas a las que se pregunte, todos tienen algo que decir del género tropical, de la bailanta, de esa música pegadiza que se consolidó en la Argentina de los noventa.

Los conceptos kitsch, camp y cursi fueron creados a fines del Siglo XIX. El alemán kitsch se refiere a objetos, viene del inglés sketch y define la copia de una obra original. La palabra española cursi denota a la persona de mal gusto, califica conductas y modos de vestir. "Camp" es una palabra inglesa que designa gestos y acciones de exagerado énfasis, a partir del pop, se utiliza para declarar el mal gusto como buen gusto. Según Lidia Santos, el adjetivo tropical "distingue el uso latinoamericano del que se hace en Europa y los Estados Unidos" (37)

Por otra parte, la musicología clásica habla de música artística y música popular, como las dos grandes divisiones. Obviamente, en este esquema la música tropical engrosaría la larga lista de estilos dentro de la música popular. Sin embargo, para muchos, como para Diego Fischerman, autor de "Efecto Beethoven. Complejidad y valor en la música de tradición popular ", el rótulo música popular no significa mucho. "Una definición donde caben Troilo, Chick Corea, Egberto Gismonti, Bandana y Los Pibes Chorros, es una calificación que no dice nada, y además, no hay prácticamente teoría sobre la música popular"(38)

Consultado sobre esto, Fischerman señala que "la música clásica y la cumbia, en un plano no son muy diferentes. Lo que se escribe sobre música en los países hispanoparlantes es sobre música clásica. Por otro lado, la música ocupa un lugar muy importante en la vida cultural de las sociedades y un porcentaje altísimo de esa música corresponde a lo que el mercado denomina música popular y que, sin embargo, está muy lejos de ser una categoría, esto ocurre porque pasan muchas cosas importantes de las cuales la teoría no está hablando".

Existe una nueva idea que agrupa a muchas músicas que es propia del Siglo XX, y que está vinculada a la aparición de los medios de comunicación y en cómo, músicos y músicas de tradiciones populares, se apropian de ideas que venían de la música escrita, la idea del arte abstracto y de una música pura como valor.

Hay algo que está en el sentido común cuando se dice por ejemplo que no hay música clásica y popular, sino buena y mala música; música de calidad y música fácil o comercial.

Pero también, inmediatamente surgen muchas preguntas de difícil respuesta, cuándo una música es buena, o que define a cierta música como fácil y si es fácil no puede ser buena?.

Fischerman intenta responder a estos interrogantes destacando que todos ellos tienen que ver con cierta idea de valor donde se originan estas dificultades. "Se debe reconocer el relativismo cultural y no hay manera de establecer un valor por fuera del sistema en que el objeto es producido". Esto significa que no hay elementos externos que señalen que los arreglos de Piazzolla son mejores que la cumbia villera. "Si cada cultura tiene sus propios valores, dentro de un sistema cultural en el que la obra de arte, se considera como obra de arte porque cumple con determinadas funciones, una función estética medida de determinada manera, que tiene que ver con esta idea de abstracción, de lenguaje, de desafío, de trabajo con la previsibilidad relativa por parte del receptor, esta coda de jugar con las reglas y nunca cumplirlas del todo y nunca romperlas del todo. Una vez que yo sitúo el campo, puedo decir dentro de esa cultura hay una manera de definir lo artístico y esta manera de definir alcanza a algunas de estas músicas y a otras no, lo que no las hace ni mejores, ni peores"

Todos los análisis de las músicas de tradición popular están vinculados al estudio de lo social, migraciones y visiones sociológicas, para Fischerman "está claro que estas músicas no son sin lo social, pero tampoco son únicamente lo social. Si se piensa la música clásica y la cumbia, sus funciones son distintas, pero ambas las

cumplen. Tanto el público de ópera como el público de la cumbia piensan que esa música es superior a otras, que en esa música pasan cosas de la vida, que se juegan algo propio en lo que saben sobre María Callas o Ráfaga."

Las diferencias o los juegos de oposición no sólo están presentes a la hora de caracterizar a quienes concurren a una discoteca y quienes lo hacen a un bailable tropical. Casi las mismas distinciones se reproducen cuando se habla de la música que se escucha. Y si bien, amplios sectores de la sociedad bailaron durante los noventa (y aún bailan) desde cuarteto cordobés hasta cumbia villera, a la hora de escuchar música tienen otras elecciones "porque esa música está bien sólo para divertirse y bailar".

Para muchos escuchar ese género musical es ser "grasa, villa, cabeza", en otros casos aparece una superioridad caritativa: "No es que los bailaneros sean grasas, tienen un gusto diferente a nosotros...es el gusto de la gente simple, que no tuvo educación." (Pablo, 24 años). Aparecen caratulaciones comprensivas que definen a los otros desde una superioridad, no se trata de una distinción que remite a algo horizontal, no sólo se hace referencia a lo que no se tiene en común, sino que apela a la superioridad de un código sobre otro, el otro no sólo es diferente, sino también o, antes que nada, inferior.(39)

Para Alejandra Cragloni del Instituto Nacional de Musicología "La tendencia musical es a homogeneizar en lo melódico para poder internacionalizar los géneros dentro de un proyecto netamente comercial". Agrega que "hasta el surgimiento de nuevos grupos que apuntan al sector social medio bajo, los estilos del género tropical estaban íntimamente ligados a las migraciones interiores. Por eso los grupos tenían invariablemente elementos identificatorios de distintas regiones del país y de países limítrofes. De esa manera los conjuntos eran una suerte de representantes musicales de los residentes provincianos y extranjeros en Buenos Aires".

Desde el punto de vista de quienes producen la música, no hay dudas de la calidad e identidad del género. Rubén López Riant es director y productor artístico del sello discográfico Leader Music, uno de los más importantes de la música tropical y cuenta "a partir de 1992 o 1993 comenzamos a aplicar más bombo y bajos, también apareció la cumbia con batucada, para la época en que Los Fabulosos Cadillacs grabaron Matador, y luego se incorporó la guitarra con distorsión, y así se fue creando un pop tropical". Y agrega que "lo que hacemos tiene su propia idiosincracia, para los colombianos esto no es cumbia, y tienen razón. En el ámbito rockero se mamó la leche de Inglaterra y Estados Unidos, pero nadie discute que el rock nacional tiene una

identidad propia. Y esto pasó con la música tropical y esto me alegra y me asombra, porque se ha logrado algo nuestro que no va a morir nunca" (40)

Para los fieles seguidores de la música tropical, que no sólo concurren a los bailables porque "va gente como nosotros", sino que es la música que escuchan porque "es la música que escucho desde chico. En casa siempre estaba la radio con la cumbia, es como que la llevo conmigo" (Coco, 21 años)

Sin embargo, el fantasma de ser consumidores de una música menor, que tiene claras implicancias en la condición social de sus escuchas, está siempre presente. Ariel Puchetta, líder de Ráfaga, uno de los grupos más exitosos, señala "por ahí la gente se ríe de la bailanta o la discrimina, en parte porque a veces no se hacen bien las cosas, antes teníamos puesta la camiseta de la música tropical, ahora tenemos puesta la de Ráfaga". El cantante, en su cupé Mistsubishi Eclipse escucha abundante salsa y las grabaciones en vivo de su grupo junto a Luciano Pereyra o Juanse Gutiérrez de Ratones Paranoicos, mientras dice que "todos nos respetan, porque buscamos sonar cada vez mejor, tener mejor4es letras, gastamos mucho en ropa, entonces, ¿qué nos pueden reprochar? ¿Qué hacemos cumbia?". (41)

Lo cierto es que el fenómeno ha llegado bien lejos. Dick el Demasiado es un artista holandés, amante de la bailanta, que visitó Argentina para sacar su CD "No nos dejamos afeitar", todo con el subsidio del gobierno de Holanda. "No soy músico, sino un artista pero quería que mi CD saliera desde aquí, que tuviera su diploma de autenticidad, ahora sí me puedo permitir mostrarlo en Europa...En Holanda hice muchos programas de radio sobre la música tropical argentina como un género de world music los europeos les impacta una imagen distinta de la pobreza. Están acostumbrados a la foto del charco de agua y niños con la cara sucia pero la música que se hace aquí es el relato de un pueblo que exige su alegría y para eso hace su propia música, esto tiene una fuerza muy dramática. Es más dramático ver a un pobre que intenta arreglar su casa que ver sólo la casa rota. Y el hecho de que esta música tenga un carácter tan alegre incomoda todavía más" (42).

"Todos los intelectuales llegan tarde a lo popular y hoy, muchos grupos bailanteros, desde el punto de vista de la elaboración técnica son muy superiores a los orígenes semicandomberos del tango elemental", subrayaba Antonio Carrizo en una entrevista, apostando además a que se debían esperar unos noventa o cien años para ver cómo evolucionaba el género, si pasaba algo similar a lo que ocurrió con el tango. (43)

Un negocio que mueve millones, música producida y consumida preferentemente por sectores populares, que invita al baile, y...¿buena o mala?...si abandonamos esas etiquetas atravesadas por la ideología que divide a la alta de la baja cultura, sólo música.

Mencionamos los cruces de la música tropical con otros géneros musicales, es momento de recordar que la literatura de los noventa se ocupó de la movida tropical. Washington Cucurto escribió "Cosa de negros", una exaltada celebración al mundo de la cumbia. Desfilan en sus páginas grupos tropicales y sus empresarios, reyes y reinas de la bailanta, doncellas cumbianteras. Cucurto hace ingresar a la literatura materiales que no le pertenecían, y que en principio habrían de ofrecerle no poca resistencia. Hay un detalle significativo en una nota al pie referida al título del relato "Noches vacías", donde se explica su procedencia: "Noches vacías es una famosa cumbia interpretada por Gilda (Santa Fe, 1964-1997)". El escritor y crítico literario Martín Kohan señala "¿Qué saberes presupone este texto de parte de su lector? ¿Qué saberes le exige, o qué falta de saberes le reprocha? Porque si la canción es, como el mismo texto dice, "famosa", la explicación podría estar sobrando; no sobra, sin embargo, en absoluto, y por eso se la agrega; pero al agregarla no se deja de afirmar lo famosa (que sería como decir: lo prescindente de explicaciones) que es la canción.

No pasa lo mismo con Manuel Puig en sus novelas, y otros escritores que usan estos materiales, y no requieren ninguna explicación. Y es que todos ellos saben que el lector sabe. No importa qué tan lejos vayan a buscar los materiales para sus relatos: saben que el lector sabe.

Washington Cucurto, en cambio, no está seguro, no puede estar seguro. Por eso la llama "famosa", pero a la vez suministra una explicación que presiente necesaria. Y esto porque sus referencias no provienen estrictamente de la cultura de masas, aunque pertenezcan también a ella, sino de la cultura popular. Tienen el sello de la cultura baja, más que de la cultura masiva. Por eso entran a los textos, y a la literatura, no tanto bajo el signo expansivo de los medios masivos, como bajo el signo restringido de los sectores relegados (el barrio "proleta" de "Noches vacías", el conventillo en "Cosa de negros").

Entonces la premisa ideológica de esta construcción narrativa, no es que las fronteras y las estratificaciones culturales han caído o se han reconvertido en préstamos y pasajes sin verticalidades jerárquicas. Su premisa es la contraria: que las tensiones

culturales entre lo alto y lo bajo perduran. Y que perduran en la misma medida y por las mismas razones por las que perduran las tensiones sociales entre lo alto y lo bajo.(44)

(37) Suplemento Cultura Diario Clarín. Abril 2002. Entrevista a Lidia Santos, autora de "Kitsch tropical: Los medios en la literatura y el arte en América Latina". Ed. Iberoamericana.

(38) Entrevista a Fischerman, Diego. Autor de Efecto Beethoven. Complejidad y valor en la música de tradición popular. Editorial Paidós. Buenos Aires, 2004

(39) Elbaum, Jorge Norberto Las distancias lingüísticas. en La juventud es más que una palabra compilado por Mario Margulis.

(40) Revista La Maga. "La música tropical tiene identidad propia". Buenos Aires, 24 /6/1998

(41) Amuchástegui, Irene. Entrevista con Ariel Puchetta. Suplemento Espectáculos. Diario Clarín. 28/5/2001

(42) Flores, Daniel. La cumbia del holandés. Diario La Nación. Junio, 2000.

(43) Suplemento Radar. Página 12. 7/4/2002

(44) Suplemento Cultura y Nación. Diario Clarín. 14/7/2003. Kohan, Martín. "Cosa de Negros".

## **10. LAS RADIOS TROPICALES DE LA REGION**

Mencionamos el rol de los medios masivos en todo lo vinculado a la difusión de la música tropical en la década del noventa, y en particular, la televisión para que esa música fuera consumida por distintos estratos sociales.

En nuestra región este proceso tuvo y tiene sus propios protagonistas: una buena oferta de radios de Frecuencia Modulada dedicadas específicamente a este rubro musical.

Si bien en la ciudad de La Plata y alrededores se reprodujo el mismo fenómeno que se daba a nivel nacional: la música tropical llegaba a todas partes, es decir, que se colaba en todas las radios y programas de TV, y paralelamente surgieron medios cuyo único objetivo era la difusión de la música bailantera.

Mientras radios comerciales y masivas como "Emisiones Platenses", conocida como "La 92", difundía dentro de su programación musical algunos hits de la música tropical, se consolidaban las propuestas de FM Sol (94.9), FM Ruta (104.3), FM Arco Iris (102.1) o CTL (Cadena Tropical Latina). Todas ellas destinadas a la movida tropical.

En líneas generales, la programación de estas emisoras está basada en lo musical, haciendo hincapié en lo nuevo de determinado grupo o cantante y en la difusión de los temas de moda. A su vez, obviamente son las elegidas a la hora de difundir la presentación de algún grupo o cantante en los locales bailables de la zona.

En todos los horarios centrales hay un locutor-animador y los oyentes participan con mensajes y pidiendo temas, ya sea a través de un llamado telefónico que sale al aire o un mensaje que reproduce el locutor. Los oyentes son de las edades más variadas y, en muchos casos, tienen una relación de cierto grado de conocimiento con el conductor radial, mayoritariamente por ser fieles escuchas que siempre "se comunican", aunque también por conocerse personalmente al concurrir a las mismas fiestas donde hay recitales.

Otro rasgo común a todos los programas es la existencia de una comunidad fiel de oyentes que se saben sintonizando determinada emisora en determinado horario: es habitual que los locutores pasen mensajes que están dirigidos de un oyente a otro. (*A Joanna que se comunique con el Chino. Para El Coco: estamos en la casa de Gabi.*) 48



Sin excepción, todos los conductores conocen muy bien la música que presentan en lo que es mucho más que un simple saber; forman parte, pertenecen al mismo mundo que sus oyentes: aman esa música. Así como un amante del tango o del jazz no podría escuchar un programa específico conducido por alguien que "tocara de oído", los seguidores de la movida tropical tampoco admiten que la música no sea presentada por "alguien del palo".

Como contrapartida, hay una característica propia, definida que no comparten con conductores de otras radios: lo sexual y el doble sentido están presentes en todo momento, ya sean los conductores hombres o mujeres, aunque esto sea más evidente cuando se trata de hombres (que además son mayoría en las radios de la región). Cuando sale al aire una oyente el conductor cambia la voz y repite un "Hola" para dar inicio a una charla donde el dato sobre si tiene novio o está en pareja es ineludible y el tono o la inclusión del doble sentido puede subir o no hasta donde la oyente quiera.

Mientras no se trate de un conductor dialogando con un oyente hombre, los oyentes pasan a ser "mi amor", "querido o querida", "cariño" o el infaltable "mi vida", en particular cuando es momento de despedirlos del aire.

En FM Ruta, el conductor con la voz en alto presenta los temas y arenga a sus oyentes, les pide de tanto en tanto "pasarla bien", "disfrutar de la vida", y "ponerse las pilas".

El formato más habitual de los mensajes de los oyentes es que luego del nombre, sigue el nombre del barrio, como un sello de gran importancia (prácticamente no hay mensajes de oyentes que no dejen en claro dónde viven, a qué lugar pertenecen; lo que evidencia un alto grado de identificación con el barrio). Después se pide un tema y, es común que el mismo sea dedicado.

- *Eusebio, de Ensenada, de Mosconi. Si podés pasar "El Peregrino" de Guachín y Aguante Cambaceres, aguante el Rojo. Saludos a mi mamá.*
- *Daiana de El Palihue. Quiero escuchar "Un amor verdadero" de Gilda, para mi mamá y mi hermanito.*

### **Todo preso es político**

No existen otras radios donde los presos ocupen el lugar que tienen, el lugar natural de un oyente más, en estas emisoras dedicadas a la movida tropical. Si bien hubo<sup>49</sup>

y hoy subsisten variadas experiencias radiofónicas especialmente pensadas para detenidos, programas donde se leen sus cartas, reflexiones o trabajos literarios, que tuvieron un lugar desde radios públicas hasta la FM Rock and Pop; nunca las personas encarceladas tuvieron el alto grado y sobre todo, el modo de participación que tienen en estas radios, en el que pareciera la condición de detenido no agrega ni quita nada: es un oyente más, forma parte naturalmente de la comunidad de escuchas, nadie se sorprende, nadie juzga, nadie muestra pena, no hay ningún trato especial, ni a favor, ni en contra.

*-Para Pachu que está en la Unidad 33 "Cómo hacer" de Sombras.*

*-Desde la Unidad 33 nos piden algo de Daniel Agostini*

Estos mensajes y otros tantos similares fueron leídos por Laura, la conductora de las noches de FM Arco Iris, y los pedidos, como los de todos los oyentes, se conceden o no, de acuerdo a variadas circunstancias, pero nunca porque hayan sido pedidos por o para alguien alojada en una Unidad carcelaria.

En FM Ruta también, se repite este fenómeno y un mensaje al aire es el de Roberto que pide un tema "para el Melli, que está privado de su libertad". De acuerdo a lo investigado por Norberto Elbaum en "Las distancias lingüísticas", los sectores populares se jactan de hablar en forma simple y directa, muchas chicas consultadas en distintas bailantas, alegan que reconocen a los hombres que no pertenecen al lugar, no sólo por la vestimenta, sino fundamentalmente por la manera de hablar. Quien se considera a sí mismo y sus pares como simple, debe hablar en forma simple y directa. La publicidad de FM Arco Iris, con un nivel de factura técnica que no tiene qué envidiarle a cualquiera de las radios más importantes, dice. "Somos simples como vos. Arco Iris. FM Tropical y latina. ¿Para qué más?". Para qué dar tantas vueltas con las palabras se preguntan las chicas de la bailanta cuando se enfrentan a algún nuevo visitante en busca de aventuras. Sin embargo, aún cuando pareciera que una gran naturalidad está vinculada con el tratamiento de los oyentes detenidos y los locutores mencionan una Unidad seguida de un número, como si fuera un barrio; en estos casos desaparece la forma directa de nombrar las cosas que caracteriza no sólo al habla de estos sectores sociales sino también a las letras de las canciones. "Privado de su

libertad" es la única caracterización escuchada entre tantos mensajes que alude a la condición de una persona detenida.

Cárcel, preso, detenido, alojado, penal son palabras que no forman parte del discurso de estos medios ni de sus oyentes; sólo se trata de una persona que está en tal o cual Unidad.

Los oyentes de estas radios, no sólo bailan un par de hits tropicales en alguna fiesta, consumen esta música como una parte importante de sus vidas y pertenecen, aunque con matices, a los sectores sociales más pobres y con menos posibilidades, a aquellos cuyos integrantes pueblan las cárceles de la provincia, con el aval de una sociedad que sintiéndose amenazada no cesa de clamar por mano dura. Unos se permiten una cumbia en una fiesta en un country con seguridad privada y comentan que fuerte es la serie "Tumberos"; otros hacen de esa música la vida misma y un amigo o vecino preso forma parte del orden natural de las cosas, si no se lo nombra, no se lo puede cuestionar. Bailan el mismo tema musical pero cuándo bailan, ¿bailan lo mismo?.

### **Todos necesitamos auspiciantes**

El funcionamiento de cualquiera de estas emisoras, como cualquier otra, tiene que ver con los ingresos que se obtienen a través de la publicidad. El formato más común es el siguiente: un tema musical, la voz del locutor y baja la música, sube la música una vez finalizado el texto publicitario.

El tema del precio es fundamental en la publicidad de cualquier rubro y en todas las emisoras, en algunos casos se publicitan ofertas o el precio de algún producto, en otros se menciona como cualidad del negocio el hecho de ofrecer calidad y precio o el mejor precio. Pero es evidente que, para los auspiciantes el hecho de ofrecer antes que cualquier otra cualidad, un buen precio es inevitable a la hora de conquistar supuestos compradores.

- *Maderera Imperio. 7 y 98. El mejor precio*

- *Prefabricadas JC. Ofertas: Prefabricadas 880 pesos. Financiamos en 24 cuotas.*

- *Volvieron los tours de compras a La Salada. Barátísimos. Reservas al TE..*

- *Escuche estas ofertas Pollajería La esquina del pollo. Tres kilos de menudo: 2,99. Un kilo de pollo, 3,70. Un kilo de alita (sigue una larga lista de precios)*

- *Peluquería Unisex. 118 esquina 95. Corte dama: 4 pesos.*
- *Depósito Don Cano. Consulte precios.*

Si bien esta selección fue hecha en la transmisión de un domingo en FM Ruta (102.1), el formato y el tipo de los avisos son muy similares en todas las demás radios tropicales. Son la excepción algunos avisos institucionales que no son hechos en la emisora, por ejemplo la publicidad sobre un 0-800 de la Municipalidad de Berisso y otro del Municipio de Ensenada.

También el de Estudios Jurídicos que ofrecen defensas penales, con una dirección de oficina y un número telefónico, pero sin mencionar los nombres de ningún abogado.

La pauta publicitaria de estas radios ofrece avisos que forman parte de cualquier otra radio y que pueden serle útiles a los más variados oyentes: remisserías, pizzerías, mercaditos, peluquerías, materiales para la construcción, entre otros tantos; sin embargo también oferta algunos productos y servicios destinados a sectores específicos: casas prefabricadas, promociones de alitas o menudos, depósitos que compran cartón o papel o estudios de abogados especializados en "defensa penal".

Todas estas radios funcionan en base a la programación musical y la relación con los oyentes. Cuando conductores y oyentes debaten o discuten lo hacen sobre temas o grupos musicales o sobre cuestiones variadas de la vida como el amor, parejas, sufrimiento, entre otros. No hay casi nada que se aproxime a un discurso político, ni en lo que dicen los locutores, ni en lo que señalan los oyentes. Si esa discusión existe, se produce en otros ámbitos, no la reflejan las radios tropicales, ni tampoco parecieran tener interés en generarlas.

### **La misma música, distintas historias**

#### **Ignacio**

*Pareciera que la sonrisa lo acompaña sin tomarse nunca descanso, y relojea de taquito a todo el que deambule por los pasillos del Concejo Deliberante de La Plata. Ignacio tiene 34 años y ayuda a su mamá que trabaja en la cocina del primer piso del Palacio Municipal. Conoce a "mangueros" habitues del lugar, concejales, empleados y*

*funcionarios porque desde hace unos años -no recuerda bien cuántos- sirve café, vende sandwiches, ensaladas, bebidas y comidas varias en el lugar. Hincha fanático de Gimnasia y Esgrima de La Plata, sigue a su club a todas partes y en todas las épocas, porque para el "si sos hincha de un club tenés que hacerle el aguante siempre". Y en este caso siempre, es realmente, siempre.*

*Es un morocho simpático y espontáneo, con un brillo en la mirada que crece si hay cerca una mujer atractiva. "Hola bombón, cómo estás hoy", le grita a una empleada que taconeá rápido por el pasillo con unos papeles en la mano y una pollera a la rodilla. Sin desacelerar el paso, ella responde con una sonrisa y una mano que se agita, mientras entra a una oficina.*

*Así como es fanático de Gimnasia, lo es de la música tropical. ¿Por qué? : "No se bien, porque me gusta nomás. Es la música que yo más siento, aunque me gusta algo de rock, sobre todo nacional. Pero la cumbia es lo más, la siento en el corazón, es mi música. Si, por eso, es la música que siento, que me pega".*

*Por eso a la hora de escuchar radio, escucha emisoras dedicadas a esa música y, cuando se trata de ir a bailar concurre a algún boliche tropical. "Cuando salgo a bailar lo hago con amigos y vamos a Latino que queda en 122 y 50 o a Escándalo, que sigue siendo lo mejor en boliches. Salimos a eso de las dos de la mañana y nos quedamos hasta la siete, más o menos. Depende lo que le pinte a cada uno". ¿Qué puede pintar? "Y, una minita, yo que sé, después cada uno hace la suya. Nos juntamos en una casa comemos unas pizzas, tomamos unas birras y después salimos. A veces también nos vamos juntos del boliche, depende... la mayoría de las veces" agrega entre risas. ¿Si? "No, por suerte no".*

*Aunque la ilusión de conocer a alguien y no salir solo del boliche pareciera ser uno de los grandes motores a la hora de salir a bailar (cualquier tipo de baile), para Ignacio también es importante la música. "A mi me gusta todo, menos la cumbia villera, me gusta todo. Lo que más me gusta son los clásicos como Gilda, El Potro Rodrigo, la Mona y también, más nuevos como La Nueva Luna, Amar Azul o Leo Mattioli. Me gusta ver grupos en vivo. La cumbia villera no porque habla de falopa, de matar gente, de cosas feas y cosas que están mal. Me cae mal que se hable bien de cosas que no están bien. La música es para divertirse, para pasarla bien y no para incentivar la violencia".*

*¿Hay violencia en los boliches? "Siempre, casi todos los sábados que voy, veo alguna pelea. La mayoría solo va a divertirse, pero siempre hay algún pesado que anda puesto o tipos que son así de pelear, se pelean por alguna mina casi siempre, o alguna*

*discusión pelotuda que termina a las trompadas. Nunca pasa a mayores, pero peleas hay siempre". ¿Siempre entre hombres? No, las minas también, menos pero también. Las Pibas chorras son las que pelean en general, por algún tipo, porque alguna encaró a un tipo que curtía otra, esas cosas".*

*Para Ignacio, a la hora de responder sobre cuáles podrían ser los motivos por los que la pelea forma parte del baile del sábado hay una explicación directa y sencilla: " porque son pobres, porque todos los que van a un boliche tropical son pobres, a otra gente no le gusta esta música o no tanto como para ir al boliche y los pobres tienen menos educación y se van a las manos enseguida".*

*Cuando le recuerdo que hay otros boliches con otro tipo de música donde las peleas son recurrentes él insiste con su posición. "Si hay otros boliches donde directamente van casi sólo marginales, ex presos, barras bravas y es lógico que haya quilombo, pero en otras discotecas más caretas creo que no hay peleas como en los boliches tropicales, porque es otra clase de gente".*

*Sus planes para el próximo sábado incluyen a Escándalo. "Tengo que aprovechar porque estoy viejo, dentro de poco voy a ir a Recordando" ¿En serio viejo? "En el boliche hay gente mucho más grande que yo y está todo bien pero yo tengo que sentar cabeza, tengo un hijo de dieciseis años, dentro de poco lo voy a encontrar en el boliche y no me gustaría. Por ahora sale a otros lugares, por eso tengo que aprovechar" y mientras se ríe le pega palmadas en la espalda a su mamá para inmediatamente pedir un cigarrillo en medio de un piropo a una cincuentona elegante que le responde en forma poco elegante ("-No hablés boludeces") y le ofrece un atado de Jockey.*

## **Patricia**

*Es una fiesta familiar, no hay dudas. Pequeños de las más variadas edades corren entre manteles bien planchados peleando o jugando, adolescentes y abuelos sentados a las mesas, cincuentones, cuarentones, los de treinta y pico. Amigos, sobrinos, hijos, padres, compañeros de trabajo, novios de las hijas. Patricia cumple 50 y ella se homenajea con una fiesta en el quincho del Club Universitario, en Gonnet, cerca de su casa. Pizzas para todo el mundo y mozos "para que nadie trabaje", dice*

*ella. Sus rulos rubios indomables se transformaron en un lacio perfecto que luce con orgullo, (en excepcionales ocasiones visita una peluquería).*

*Es una fiesta. Motivos para festejar no faltan. Desde los 19 hasta los 22 años estuvo detenida por la dictadura. Hace un par de años que comenzó a hablar de lo que vivió, que decidió declarar en el Juicio por la Verdad en Bahía Blanca y comenzó a militar en la Asociación de Ex detenidos desaparecidos. Apenas termina de soplar las velitas, empieza a sonar una versión del Feliz Cumpleaños con la entonación de la marcha peronista, sus compañeros de la Asociación cantan en voz alta, en forma coordinada, como si lo hubieran cantado miles de miles de veces, con orgullo, con una sonrisa, con una mano alzada, con los dedos índice y mayor haciendo la V. La agasajada ríe. Desde su tibio acercamiento al ERP (Ejército Revolucionario del Pueblo) en su adolescencia -de lo que no quiere hablar mucho- a un feliz cumpleaños de cincuenta cantado fervorosamente por ex militantes de Montoneros.*

*Si es una fiesta hay un disc- jockey .Mientras circulan las pizzas se escucha Joaquín Sabina, Juan Luis Guerra, Ruben Blades, Jaime Ross. Luego, de a poco, se anima el baile, un poco de salsa, Los Fabulosos Cadillacs y la improvisada pista se va ocupando. Se ensancha corriendo mesas y sillas cuando llegan Gilda, Ráfaga, Rodrigo y cuando Ricki Maravilla se pregunta "Qué tendrá el petiso". Todos bailan al compás del seleccionado de cumbias enganchadas. Todos bailan y todos conocen los temas, al menos pueden corear los estribillos.*

*Alejandro tiene 29 años y estudia Analista de Sistemas. Cuenta que la música le gusta desde siempre y que ya en las primeras reuniones que recuerda era el quien se ocupaba de seleccionar los temas. Sin saberlo, sus primeras fiestas las pasó como disc -jockey.*

*Con el tiempo se transformó en profesional. "Los temas clásicos de música bailantera funcionan siempre, después podés agregar algo de la música de los setenta Palito Ortega, La Joven Guardia, otros que todos conocen".*

*Además, dice que "hay que saber más o menos qué quieren y qué no los dueños de la fiesta, pero en general cuando se trata de reuniones donde se juntan varias generaciones esta música es la que funciona. A veces te piden música específica o de determinada década, pero aunque no le guste al de la fiesta cuando ven que la gente sale a bailar con una cumbia lo aceptan, porque todos quieren hacer una fiesta divertida y eso es sinónimo de baile, así que terminan cediendo".*

*Tiene prolijamente ordenados decenas de compacts; de los que tiene más a mano, conoce de memoria no sólo cómo están ubicados, sino el orden de los temas. "Yo trabajo más que nada en fiestas de este tipo, más bien familiares, así que hay una base de temas que son siempre los mismos para que la gente baile, y ahí todos los temas famosos de la bailanta están".*

## **Julieta**

*"Mi papá escucha folklore pero a mi vieja y a mí nos gusta todo tropical", asegura Julieta, quince años recién cumplidos. Vive en el Barrio Campamento de Ensenada, en una construcción típica, casa chorizo de madera y zinc y una galería prolija con macetas que desbordan de malvones y geranios multicolores. Las paredes están recién pintadas, de un gris plomizo y brillante, seguramente para disimular en todo lo posible, las partículas negras y grasientas que sobrevuelan en el barrio y se depositan en pisos, ropas, mesas, paredes y pulmones. Hacia el fondo de la casa, detrás de un paredón humilde se alza una chimenea de varios metros de altura de cuya boca sale una gran llamarada de fuego naranja. Es la fábrica Copetro, planta de carbón de coque, que contamina la zona desde hace más de quince años.*

*La galería fue pintada para que Julieta festeje sus quince años. La pintó su madre que es ama de casa. Su padre es conductor de taxi, aunque desde los 18 años trabajó en la Destilería YPF hasta su privatización en los noventa. Por entonces, "La Ventanita" de Sombras, sonaba sin descanso en todas las radios..."Tengo el alma en pedazos, ya no aguanto esta pena. Desde que me dejaste ". "Yo soy de los pocos que nunca creyó ese verso que los laburantes nos íbamos a volver empresarios con las indemnizaciones por despidos, parece mentira que pudieran creer eso. Acá estamos con kioscos fundidos y taxis viejos que no dan ni para comer", dice el padre de Julieta, detrás del humo de un cigarrillo negro.*

*"Yo quería una fiesta para divertirme con mis amigos y mi familia y así fue. A mí me gusta Gilda mucho (porque mi mamá siempre la escuchó) y Rodrigo. También Leo Mattioli y algo de cumbia villera para bailar también. Por suerte, la noche estuvo linda y bailamos acá afuera, adentro todos no hubiéramos entrado. Pusimos tan fuerte la música que se rompió un parlante, menos mal que ya eran las seis de la mañana",*



*dice Julieta mientras no deja de enroscarse parte de un flequillo largo, con una pequeña mano con muchos anillos plateados y un bordó oscuro sobre sus cortas uñas.*

## ***11. APUNTES FINALES***

Es evidente que cuando recorremos sin prejuicios las distintas alternativas que rodean al fenómeno de la bailanta nos encontramos con una realidad verdaderamente compleja.

Un género musical que forma parte de la cultura masiva, gracias a la peculiar relación de los medios con esa música durante los noventa pero que, a su vez, de algún modo pertenece a los sectores populares de una manera profunda. Hay códigos, percepciones, valores vinculados al género musical y las prácticas de sus consumidores que forman parte únicamente de su cultura.

Como describimos a lo largo del trabajo, las particularidades de la década analizada en Argentina produjeron transformaciones estructurales en diversos órdenes: económico, político, social y cultural. Crecimiento de la pobreza, concentración de la riqueza y, mientras las diferencias entre ricos y pobres se profundizaban de un modo nunca visto, ricos y pobres bailaban la misma música y veían con simpatía la figura de Menem y sus políticas. Es pertinente destacar la especificidad de la década estudiada ya que, como quedó demostrado, esa unión de sectores opuestos consumiendo el mismo género musical (aunque sea de modos distintos) no se produjo nunca antes con esa fuerza y cesa, justamente a fines de los noventa con la aparición de la cumbia villera.

Estos sectores que pertenecen a mundos distintos comparten un amplio campo en común: están atravesados por la cultura de los medios masivos de comunicación.

Luego de esto, las producciones dentro del género tropical son consumidas exclusivamente por sus seguidores. Los sectores medios y altos de la sociedad ni siquiera conocen los temas o nombres de cantantes que surgieron después de aquel auge. Más aún, hoy en día en sus fiestas o reuniones suele haber un disc jockey que ameniza la velada con lo que ya se conoce como clásicos de la bailanta; esos temas ampliamente difundidos en los noventa.

Paralelamente, en lo que respecta a los sectores populares, también hoy consumen aquellos temas, aunque siguen atentos al desarrollo y las novedades de la música tropical.

Gran parte de la maquinaria comercial descrita en el capítulo referido a los inicios de la música tropical: dueños de locales bailables, representantes de grupos, dueños de compañías discográficas, de radios especializadas y de espacios en televisión<sup>58</sup>

abierta, aunque con matices sigue hoy funcionando de un modo similar. También hoy, como en los noventa, los principales consumidores siguen siendo los que eligieron como su música al género tropical.

Como señalamos, el grado de participación en los medios sigue siendo alto, no sólo hay muchas radios dedicadas a la difusión de esta música, sino también hay dos canales de aire (América y Canal 7) que tienen programas semanales de varias horas dedicados al género, con el formato tradicional de este tipo de emisiones.

La pregunta es entonces qué hubo de distinto en los medios en la década del noventa que produjo el fenómeno que "unió" en un consumo cultural a sectores opuestos.

La gran diferencia no es el grado de difusión del género musical y sus representantes en los medios, sino fundamentalmente, el modo en que participaron en los medios durante los noventa.

La masiva aceptación de este género musical no estuvo dada por su simple aparición en los medios masivos. Por ese entonces, como hoy son los fans los consumidores de los programas tropicales. La verdadera explosión se da cuando los medios muestran cómo los "ricos y famosos" adoptan esa música e invitan a sus fiestas a estrellas de la bailanta. No tiene mayor importancia las horas de programas de música tropical que se difundieran, lo que define la entusiasta aceptación de los sectores medios y altos es la legitimación que este tipo de música obtiene de las figuras paradigmáticas de la época: los ricos (no importa cómo) y famosos (no importa cómo). Esto se dio a través de la presencia de los popes tropicales en programas tradicionales conducidos por Mirta Legrand, Gerardo Sofovich, Marcelo Tinelli, entre otros. De ahí a los boliches top de Buenos Aires y Punta del Este, las modelos de moda junto a los bailaneros, tapas de revistas como Caras o Gente y toda la farándula celebrando la diversión tropical. Gran parte de esos sectores medios que con pudor movían los pies al ritmo de alguna cumbia, se maravillaron cuando los más ricos -con cuyas conductas se identifican e imitan- les dieron la bienvenida, aunque "sólo para bailar" a la movida tropical.

A partir de entonces el fenómeno no se detiene y se retroalimenta: los mismos programas peleaban por los ídolos de la cumbia porque garantizaban puntos de rating. No por casualidad, este fenómeno se produce durante una etapa del país que muchos calificaron como "la fiesta menemista". En la fiesta todos bailaban la misma música, aunque de modos muy distintos y opuestos. Mientras los datos estadísticos hablaban de la profundización de las diferencias entre ricos y pobres, los dos se divertían con la

misma música. Sin embargo, detrás de esa aparente armonía, en verdad las diferencias se hacían más evidentes que nunca: los ricos la bailaban con una pose snob y los pobres no podían ni acercarse a un boliche top donde tocara un ídolo bailanero. De todos modos, tampoco puede hablarse de una apropiación de los sectores acomodados, porque más allá del baile, el modo de vincularse con el género musical es absolutamente distinto, incluso en la manera de bailar. Son los sectores populares los que saben cómo se baila y para los que la música tropical forma parte de su vida cotidiana y de una percepción del mundo.

## **INDICE**

<b>1. Introducción</b>	2
<b>2. Bailanta y bailaneros. Cultura y sectores populares en la Argentina de los noventa.</b>	4
<b>3. Detrás de los orígenes</b>	8
<b>4. Los noventa en Argentina. El menemismo en el poder</b>	13
Década del 90. La evaporación de otro espejismo	15
Importancia estratégica del programa privatizador	17
Otras transformaciones	19
<b>5. La movida tropical llega a los medios</b>	23
<b>6. Bailanta versus Discoteca. Un proceso comunicativo</b>	28
La cultura comunica	28
Discoteca versus bailanta	30
Discotecas en los 90. Presente, juventud y discriminación	31
El espacio	32
Mostrando lo joven	33
<b>7. Bailable Tropical. La fiesta de los sectores populares</b>	35
Juventud, divino tesoro	37
En la fiesta	38
<b>8. La institución del cuerpo</b>	41
<b>9. Esa música de locos</b>	45
<b>10. Las radios tropicales de la región</b>	51
Todo preso es político	53
Todos necesitamos auspiciantes	54
La misma música, distintas historias	56
Ignacio	56
Patricia	58
Julieta	59
<b>11. Apuntes finales</b>	61

## ***BIBLIOGRAFIA***

- Ares, Carlos. Los días contados, años de Menem. Homo Sapiens Ediciones y Editorial TEA. Buenos Aires, 2000.
- Basualdo, Eduardo y Aspiazu Daniel. El Proceso de Privatización en la Argentina. Editorial Universidad Nacional de Quilmes 1999
- Basualdo Eduardo y Aspiazu Daniel. Cara y contraca de los grupos económicos. Cántaro Editores. 1989
- Basualdo Eduardo. Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década del noventa. Ediciones Universidad Nacional de Quilmes, 2004.
- Bourdie, Pierre. Sobre la televisión. Editorial Anagrama. Barcelona, 1998
- Cabrera Infante, Guillermo. Delito por bailar el cha cha chá. Editorial Alfaguara, Bogotá, Colombia. 1997
- Caparrós, Martín. La Patria capicúa. Editorial Altamira. Buenos Aires, 1995.
- Colombres, Adolfo. Sobre la cultura y el arte popular. Ediciones del Sol. Buenos Aires 1987.
- Cucurto Washington. Cosa de negros.
- Fernández Cicco, Emilio. Rodrigo Superstar. Editorial Planeta. Buenos Aires, 2002.
- Fischerman, Diego Efecto Beethoven. Complejidad y valor en la música de tradición popular. Editorial Paidós. Buenos Aires, 2004
- Foucault Michel, Microfísica del Poder. Ediciones de La Piqueta. 1994
- Freud, Sigmund. Obras Completas. El malestar en la cultura y otras obras. Tomo XXI. Amorrortu Editores. Buenos Aires, 1996.
- García Canclini, Néstor. Las culturas populares en el capitalismo. Nueva Imagen. México, 1994.
- Galbraith, John Kenneth. La cultura de la satisfacción. Emecé Editores. Buenos Aires, 1994.
- Guiddens, Anthony. Política, Sociedad y Teoría Social. Paidós. Barcelona, 1995.
- Gorbatto, Viviana. Noche tras noche. Editorial Atlántida Buenos Aires

- Grimson Alejandro. Interculturalidad y comunicación. Enciclopedia de sociocultura y comunicación. Editorial Norma. Buenos Aires, 2000.
- Hobsbawn, Eric. Historia del Siglo XX , Editorial Grijalbo Mondadori, Buenos Aires, 1998
- Jameson, Fredric. El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado. Editorial Paidós. Buenos Aires 1993
- Landi, Oscar. Devórame otra vez. Editorial Planeta. Buenos Aires 1992.
- Lipovetsky, Gilles. La era del vacío. Anagrama. Colección Argumentos. Barcelona, 1995.
- Marcuse Herbert. Ensayos sobre política y cultura. Editorial. Planeta Agostini. Buenos Aires, 1987
- Margulis, Mario y otros. La Cultura de la noche, Editorial Espasa Calpe. Buenos Aires. 1996
- Muraro, Heriberto. Invasión cultural, economía y comunicación. Editorial Legasa. Buenos Aires, 1988.
- Portantiero, Juan Carlos. El Tiempo de la Política. Construcción de mayorías en la evolución de la democracia argentina 1983-2000. Temas Grupo Editorial, Buenos Aires, 2001
- Pujol, Sergio Historia del Baile, de la milonga a la disco. Editorial Emecé, Buenos Aires 1999
- Reguillo Cruz, Rossana. Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto. Editorial Norma. Buenos Aires, 2000.
- Romero, Luis Alberto. Los sectores populares urbanos como sujeto histórico
- Sarlo, Beatriz. Escenas de la vida posmoderna. Editorial Ariel. Buenos Aires, 1994.
- Sontag, Susan. Contra la interpretación. Editorial Alfaguara. Buenos Aires, 1996.
- Verón Eliseo y Escudero Chauvel, Lucrecia. Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales. Editorial Gedisa. Barcelona, 1997.-

Vicente, Ricardo. Instituto de Investigaciones de Historia Social y Económica. La Gaceta Económica. Publicación de la Facultad de Ciencias Económicas de Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 1999

## **Diarios, revistas, Internet**

### **Diarios**

Diario Clarín

Diario Crónica

Diario La Nación

Diario Página 12

### **Revistas**

Revista Tres Puntos

Revista La Maga

Revista Noticias

### **En Internet**

[www. tropicalisima.com.ar](http://www.tropicalisima.com.ar)

[gallup.com](http://gallup.com)

[gourmetmusical.com](http://gourmetmusical.com)

[mueva-mueva.com](http://mueva-mueva.com)

[magentadiscos.com](http://magentadiscos.com)

[sedici.unlp.edu.ar](http://sedici.unlp.edu.ar)

[literatura.org](http://literatura.org)