

Las tontas culturales: consumo musical y paradojas del feminismo¹

The *silly cultural*: musical consume and paradoxes of feminism

Carolina Spataro

Resumen

"¿Sobre Arjona trabajás? Pobre, te compadezco, ¡Qué tortura!"; "¿Vos crees que esas mujeres tienen la misma capacidad que vos para entender las letras de Arjona?"; fueron algunos de los comentarios que surgieron en diferentes ámbitos académicos en los que puse a consideración mi investigación doctoral. En ella me propuse indagar sobre la configuración de feminidades en el cruce con la música a partir de un trabajo de campo con el club de *fans* en la Argentina del cantautor guatemalteco Ricardo Arjona.

Este artículo analizará los modos en los que algunos objetos de las industrias culturales resultan incómodos para ciertas posturas feministas y cómo, a partir de allí, se los subestima como posibles disparadores de placeres, fantasías y juegos identitarios diversos para muchas mujeres. Asimismo, pondremos en cuestión automatismos analíticos que surgen de esas posiciones y que obturan la posibilidad de entenderlos como objetos sociológicamente relevantes para el estudio de feminidades contemporáneas.

Palabras claves: mujeres - canciones - feminismos - sumisión - resistencia.

Abstract

"Working on Ricardo Arjona? Poor you, some ordeal!"; "Do you believe those women have your same capacity to understand his lyrics?". These are just a few of the comments made by academics from different settings when they considered my doctoral thesis proposal.

It is the aim of my research to inquire into the configuration of femininities across music by carrying out fieldwork in the Guatemalan singer and songwriter fan club in Argentina.

This article will analyze the ways in which some objects of the culture industries become uncomfortable for some feminist positions and, from there, how they are underrated as potential

Fecha de recepción: 6 de mayo de 2012

Fecha de aprobación: 2 de mayo de 2013

¹ Doctora en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura, Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires). Becaria Posdoctoral del CONICET, docente del Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA) y Co-coordinadora del Área de Comunicación, Géneros y Sexualidades de la misma carrera.
carolinaspataro@yahoo.com.ar

triggers of many women's pleasures, fantasies and identitarian games. The analytical automatism that arise from these positions and preclude the possibility of understanding them as sociologically relevant objects to the study of contemporary femininities will also be questioned.

Key words: women - songs - feminisms - submission - resistance.

INTRODUCCIÓN

Gráfico 1 ALBERTO MONTT



Fuente: <http://www.dosisdiarias.com>

"¿Sobre Arjona trabajás? Pobre, te compadezco", "¿En serio? Mirá que raro", "¿Y tenés que escuchar todos sus discos? ¡Qué tortura!" fueron comentarios que surgieron en diferentes ámbitos académicos –como seminarios de doctorado, grupos de estudio, conversaciones informales con colegas e incluso en congresos– en los que puse a consideración mi investigación doctoral. En ella me propuse indagar sobre la configuración de feminidades en el cruce con la música, la edad y la generación. Para ello realicé un trabajo de campo durante tres años con el club de *fans* oficial de Ricardo Arjona en Argentina, un grupo integrado por alrededor de 40 personas de diferentes edades, en su mayoría mujeres, que se reúnen hace más de 15 años los primeros sábados de cada mes en un bar céntrico de la Ciudad de Buenos Aires. Ricardo Arjona es un cantante y compositor guatemalteco de gran éxito en la industria discográfica

hispanohablante hace más de una década. Su producción hibrida retóricas diversas provenientes del bolero, la balada, la canción de protesta y el pop, por lo que no es fácilmente catalogable como perteneciente al mundo de la música romántica, por más que muchas de sus canciones narren historias sobre vínculos erótico-afectivos.

Las críticas estéticas y políticas que este producto cultural recibe, así como el impacto que ha tenido este trabajo en los ámbitos académicos en los que circuló, implicó una continua reflexión que fue acompañando el desarrollo de la investigación y habilitó consideraciones que entendemos comportan relevancia para pensar desde qué lugar y con qué objetivos analíticos y políticos se mira a determinados objetos. A continuación proponemos una reflexión epistemológica al respecto deteniéndonos en el análisis de los modos en el que las críticas estéticas a un producto musical se conjugan con críticas feministas a quienes lo escuchan, y el modo en el que, desde allí, se producen esquematismos que impiden entender el vínculo de las mujeres con las industrias culturales más allá de lo que denominamos manipulación erótica (Spataro, 2012).

En primer lugar (1), indagaremos sobre los modos en los que un suplemento periodístico feminista analiza el vínculo entre la música de Ricardo Arjona y su público. En segundo lugar (2), estudiaremos algunas de las críticas que recibió la investigación en la que este trabajo se sustenta desde diferentes posiciones feministas. En tercer lugar (3), pondremos en diálogo dichos análisis con trabajos académicos que han indagado el cruce de mujeres e industrias culturales para, finalmente (4), proponer puntos de partida analíticos que permitan poner en cuestión automatismos vigentes en el estudio de objetos que resultan incómodos para ciertas posiciones feministas.

1. PERIODISMO ASOMBRADO

En marzo de 2010 el músico argentino Fito Páez afirmó, en relación con las pocas localidades vendidas para los shows de ese año de su colega Charly García, una frase que sirvió de disparador para una serie de enunciados sobre los que trabajaremos en este apartado:

“Si la ciudad le da 35 Luna Parks a Ricardo Arjona y a Charly García le da dos, tenés que pensar qué significan la política, los diarios, en esa ciudad, en la que hay valores que fueron aniquilados (...) soy un tipo que ama este lugar (Buenos Aires), que defiende sus cosas más auténticas y brutales, pero nunca la aniquilación cultural y el vaciamiento de ideas” (Diario Clarín, 23/3/2010).

En esta declaración pueden identificarse algunos supuestos estéticos que sirven para dar cuenta de los modos en los que se organizan los imaginarios alrededor de la música: del lado de García queda la autenticidad y la identidad nacional o, por lo menos, porteña. Del lado de Arjona lo comercial y lo foráneo. A su vez, el cantautor guatemalteco implicaría “vaciamiento de ideas” y de política, en contraposición al “llenado” intelectual que produciría García. Lo que allí se construye es un cuadro de honor, en términos de Fischerman (2004), que pone a García en la cima y a Arjona

en el último peldaño. ¿Cuál es la razón de esta minusvaloración? Escuchar a Arjona implica, según este supuesto, la aniquilación cultural de un sujeto, la incapacidad de vincularse con otros productos culturales que enriquezcan su intelecto.

Gráfico 2



Fuente: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-5617-2010-04-06.html>

Es a partir de este comentario que el Suplemento Las 12 de *Página 12*² decidió publicar en su tapa una serie de notas tituladas “Por qué nos gusta tanto Arjona”, utilizando la crítica estética como puntapié para realizar una crítica respecto del machismo que encontraban en sus letras. Tal como se observa, en su portada aparece el rostro de una mujer con un tampón en un oído, indicando un primer sentido que luego será enfatizado en las notas: allí se representa a una mujer que tiene su audición obstruida o, por lo menos, dificultades para escuchar adecuadamente. Ahora bien, ¿qué sentido agrega el tampón? En un primer análisis, se podría decir que es justamente un elemento que se vincula con su femineidad –con la parte más relacionada a la biología

² Las 12 es un suplemento semanal que se publica con el diario argentino *Página 12*, que fue pensado como un espacio para la discusión de cuestiones de género y en particular de mujeres. Allí aparecen notas que, en términos generales, tienen como protagonistas a mujeres y en donde se retoman demandas diversas como derechos reproductivos y sexuales, laborales, debates en torno al feminicidio, la prostitución, entre otras temáticas. A su vez, el mismo periódico publica otro suplemento llamado Soy dedicado a temas de diversidad sexual.

de su cuerpo— el que le impide escuchar. Todo un dato para un suplemento que periódicamente publica, desde una perspectiva feminista crítica, cuestionamientos a la vinculación entre mujeres y naturaleza. En la bajada de la misma puede leerse:

“La polémica entre Fito Páez y Ricardo Arjona que ocupó horas de reflexiones mediáticas la semana pasada, puso en escena una cuestión que no por marketinera es menos filosófica. ¿Qué es lo que hace que un artista merezca el fervor de las masas? ¿El concepto de calidad es totalmente independiente de los gustos del público? Si admitimos que este último a veces se equivoca, ¿podemos precisar en qué?

En este contexto, Las 12, más que avivar el fuego o aclarar algo, propone agregar una incógnita más: ¿Cómo es posible que alguien que le canta a la mujer sin sortear ni uno de los prejuicios más remanidos, los clichés más machistas y retrógrados, cuente con la admiración de un público mayoritariamente femenino? Los atentados al género cobran rima en casi todas sus canciones. Parece que Arjona se ocupara de señalar los presupuestos más denigrantes para luego lamer las heridas de lo que él mismo acaba de poner en verso. ¿Cómo lo hace? En una canción se vanagloria de haberse enamorado de la fea, la inteligente, a la que ni le hacen lugar en el colectivo (?), en otra confiesa de que a pesar de que tuvo sexo mil veces, recién “hace el amor” cuando consigue llevarse una virgen a la cama mientras que en otra arenga a no abortar porque el mundo se pueda quedar sin un trovador como él. Arjona arrasa presentándose como el candidato ideal para agregarle vida a los años de la señora de las cuatro décadas, y como todo currículum ofrece, que es “un diez años menor”. Conquistar la admiración de las mujeres rimando sobre las manchas de su menstruación, su condición de vientre gestante, insistiendo con aquello de que salieron de una costilla, haciendo un panegírico de su histeria pidiendo que le digan que no y que lo acompañen a estar solo, parece una tarea descabellada o anacrónica. Sin embargo 30 estadios dicen que no lo es.

Para tratar de aclarar el panorama, elegimos nuestras canciones favoritas y tratamos de explicar por qué” (Las 12, Página 12, 6/4/2010).

Las preguntas aquí formuladas van en dos sentidos: el primero tiene que ver con el vínculo entre masividad y calidad del producto Arjona y el segundo con la relación entre las mujeres y sus canciones. Tanto el comentario de Páez como la primera parte de este texto esgrimen sus críticas a Arjona intentado mensurar el vínculo entre calidad y gusto. Es por ello que allí aparece el interrogante que desvela a más de un crítico cultural: ¿qué es lo que hace que un artista merezca el “fervor de las masas”? Páez no ofrece una respuesta sino una hipótesis que cuestionaría ese fervor: Arjona no es auténtico y su éxito implica una “aniquilación cultural”. ¿Pero qué significa esta afirmación? Uno de los artículos publicado en Las 12 suma elementos para analizar el modo en el que se construyen los supuestos de dicho juicio estético:

“[Arjona] es un terrorista métrico-sintáctico. Sus rimas y metáforas son un mamarracho indescriptible, hasta el punto de parecer una estructura cómica, ridícula ex profeso, que usaría para reírse de sí mismo o a fin de mofarse de las chongadas románticas (...). Y el resto lo haría que el tipo está fuerte y esa cosa de algunos públicos masivos, capaces de sentir que el cantante dedica los temas al oído y sentimientos particulares de cada quien (...) No cabe en ninguna categoría de calidad mínima, en nada de

nada. Supongo, también, que su caso se relaciona con la devaluación que sufre el buen gusto a nivel de este tipo de masividad. Y más específicamente, el crecimiento del desprecio por el buen lenguaje³ (...) ¿Cuál es el raciocinio que puede aplicarse a las barbaridades que escribe y compone Arjona? Ninguno, como no sea (...) que el tipo encontró un código de lo raro o, mejor, de lo escatológico (...) Y que entre él y su público lo retroalimentan, al código, porque hallaron una suerte de símbolo de pertenencia, de identificación, a través de lo horrible (...)” (Aliverti, 2010)⁴.

Lo que allí se asegura es que la masividad de un producto implica una devaluación del buen gusto. Mismo argumento de Páez: los 30 Luna Parks hablarían para él de la devaluación cultural porteña. Asimismo, en ambos casos, al definir las características del producto evalúan, por acción transitiva, las capacidades de su público: este no tiene las competencias suficientes para advertir que dicho producto no pasa la barrera de lo aceptable para ser escuchado según el criterio de calidad y buen gusto del suplemento. Y allí se evidencian un primer problema epistemológico: la conjunción de un análisis que se nutre de la irritación –estética en este caso, feminista más adelante–, y le da rienda suelta a la misma, sumado a la falta de puesta en cuestión del fundamento de la irritación, conduce a una forma de percepción que es ciega respecto de su propia historicidad y, en ese acto, confunde su gusto con un supuesto parámetro universal.

La segunda parte de la bajada de Las 12 suma otra “incógnita”, tal como dice el texto, que introduce el clivaje de género: ¿cuál es el vínculo entre Arjona y las mujeres de su público? Si bien la crítica central a la producción de este cantautor es referida a la calidad artística y/o poética de sus letras, este suplemento se va a detener en una especificidad en la que Páez no reparó: la mayor parte del público de Arjona está compuesto por mujeres. Y será, entonces, sobre esta cuestión que surge el interrogante central de Las 12: ¿cómo puede ser que un repertorio repleto de “clichés machistas” conquiste a un número importante de mujeres? De esta manera, la crítica dominocéntrica –que estudia al otro a partir de los parámetros de la propia cultura (Grignon y Passeron, 1991)– de Páez y de la bajada del suplemento se complejiza aquí y se traspolo al problema de las feminidades y sus gustos. En el fragmento citado aparece una primera hipótesis: “el resto lo haría que el tipo está fuerte”, dando cuenta de un argumento con el que suele explicarse la relación entre las mujeres y la cultura de masas, en donde el epicentro estaría en la atracción de orden sexual que a ellas les generaría el artista. Lo que supone dicho argumento es exactamente el reverso de lo

³ Sobre Sandro, un cantante argentino muy popular durante más de cuatro décadas, se han formulado críticas de similar calibre. Respecto de su figura hoy aún pesan juicios de valor negativos que conviven con la exaltación de su figura existente después de su muerte. Ejemplo de ello es lo escrito por un periodista argentino después de su muerte:

“El señor Sandro la pegó con unas cuantas canciones hace cuarenta años y que, desde entonces, las repetía para un público acotado de señoras cada vez mayores. Y había sido, también, el protagonista de algunas de las peores películas del peor cine argentino (...). “Sandro no inventó nada” y “su aporte a la música consistió en un puñado de temas muy primarios”, que “sus letras son cimas, picos, cúspides de la cursilería” (Martín Caparrós, diario *Crítica*, 7/1/10).

El vínculo entre las mujeres y la cultura de masas estaría dado, también en este caso, por la incapacidad de estas de advertir que las canciones de Sandro son “primarias”, “cursis” y poco originales.

⁴ Eduardo Aliverti es un periodista argentino de política nacional que no trabaja temas vinculados al género que, sin embargo, fue convocado por el suplemento, ya que es un conocido detractor de la producción musical de Arjona.

que a primera vista pretende cuestionar, en la medida que subestima a las mujeres que escuchan a Arjona al percibirlas manipulables y atrapadas en una especie de manipulación erótica (Spataro, 2012). El tono de los restantes cinco artículos del suplemento puede representarse con la frase “de solo pensar en mujeres cantando esta letra en el Luna Park colmado dan ganas de tirarse abajo del 151”⁵ (Enríquez, 2010).

Ahora bien, uno de ellos se detiene en una de las canciones más conocidas de Arjona y, asimismo, una de las más reivindicadas por las mujeres de su público, “Señora de las cuatro décadas”:

*Señora de las cuatro décadas/ Y pisadas de fuego al andar
Su figura ya no es la de los quince/ Pero el tiempo no sabe marchitar
Ese toque sensual/ Y esa fuerza volcánica de su mirar.
Señora de las cuatro décadas/ Permítame descubrir
Qué hay detrás de esos hilos de plata/ Y esa grasa abdominal
Que los aeróbicos no saben quitar.
Señora, no le quite años a su vida/ Póngale vida a los años que es mejor (...)
Su figura detrás de un escote/ Su talento está en manejar
Con más cuidado el arte de amar.
Señora de las cuatro décadas/ No insista en regresar a los 30
Con sus 40 y tantos encima/ Deja huellas por donde camina
Que la hacen dueña de cualquier lugar (...).
Disco: Historias (año 1994).*

En dicha nota se describe la incomodidad que siente una mujer cuando le cantan esta canción en su cumpleaños número cuarenta: “Que no exista la más remota posibilidad de cumplir cuarenta años sin que te canten de memoria o en *karaoke* ‘Señora de las cuatro décadas’, ya es razón suficiente para querer pasar a los 50 sin escala”; “le regalan un eufemismo que es peor que la enfermedad. Sí, su edad ya puede desgranarse en decenios, que no son dos ni son tres”; “Que vaya sabiendo la dama que a partir de hoy, si algo la va a definir en esta vida, son las cosas de su edad”; “trascartón, lo evidente: ‘Su figura ya no es la de los quince’ (...) Pero Ricardo necesita recordárselo ahora, si no cómo entra él en esta historia a valorarla y quererla a pesar de todo”; “esa grasa abdominal que los aeróbicos no saben quitar’. ¡Carne sobrante y colgante! Se sorprende ella gritándose a sí misma en su propio cumpleaños mientras imagina al explorador manoteando tripas buscando quién sabe qué escatológico tesoro” (Viola, 2010)⁶. Estas son algunas de las frases del artículo que indican lo inadecuado de la canción para hacer sentir bien a una mujer.

Sin embargo, esta es una de las líricas más significativas desde hace casi dos décadas para muchas –no todas– de sus seguidoras, quienes encuentran allí la reivindicación de la capacidad de seducción y goce de una mujer que ya no está ubicada en la franja etaria más codiciada en términos eróticos –la juventud–, así como de un cuerpo que

⁵ El 151 es una línea de buses de la Ciudad de Buenos Aires.

⁶ Liliana Viola es una escritora argentina que se desempeña como periodista en temáticas vinculadas al género y guionista de documentales para televisión.

no corresponde a los cánones de la belleza hegemónica. En los recitales Arjona elige a una “señora” del público, la invita a subir al escenario y le canta esta canción frente a un estadio repleto de gente. Muchas de las asistentes que añoran participar de ese momento del show llevan carteles con diferentes consignas que le posibiliten ser elegidas por él: desde la más literal “Yo tengo cuatro décadas”, pasando por “Lo único bueno de cumplir cuarenta es que vos me cantes al oído” o “Con tal de que me mires un segundo hoy me encantaría tener más de 40”. La mención a la capacidad de seducción de una mujer que ya pasó su dorada juventud es un tema valorado por muchas y no siempre, como indica la nota, una incomodidad que deja a “la señora con defensas bajas”. Más bien todo lo contrario, muchas de sus *fans* leen allí una resignificación de un momento vital que no es reconocido públicamente de esa manera, sino como decadencia. A su vez, si bien no todas creen que “si algo la va a definir en esta vida, son las cosas de su edad”, sí consideran que la tematización de las consecuencias del paso del tiempo, ya sea en los cuerpos como en las relaciones erótico-afectivas, es una característica que celebran de las canciones de Arjona. La perspectiva de dicho artículo, entonces, impide ver el vínculo placentero de esas mujeres con dicha canción y, a su vez, produce un cuestionamiento de las feminidades que no encajan con un mandato que se erige señalando lo que debe y no debe gustar a las mujeres.

Ahora bien, el análisis de este suplemento periodístico es traído aquí en la medida que permite escenificar dos cuestiones: por un lado, las maneras en las que un producto cultural es criticado en tanto sus propiedades no responderían a un canon de música de calidad, comprometida políticamente, de “buen gusto”⁷ y “respeto por el buen lenguaje” y cómo, a partir de allí, se produce una subvaloración de las capacidades intelectuales de su público. Por el otro, para poner en escena el modo en el que se monta sobre dicho juicio estético una crítica feminista que se sorprende por el éxito de Arjona en un público mayoritariamente compuesto por mujeres. De esta manera, tanto las canciones de Arjona como el gusto de su público estarían por fuera de lo aceptable para los cánones estéticos, morales y políticos enunciados en estos textos. Y esta expulsión es posible a partir de dos operaciones: por un lado, porque sus consumidores/as serán entendidos, en términos de Hall, como “tontos culturales” (1984:99) en tanto su actitud pasiva que no les permitiría advertir la mala calidad de lo que eligen⁸. Por el otro, porque este consumo habilitaría un “escapismo absurdo o patético” (Giddens, 2008) que les impediría –sobre todo a las mujeres– ver los “*clichés machistas*” de estas canciones. Ambas posiciones se tocan en un punto en común: el dominocentrismo de sus afirmaciones, esto es, ambas ven solo lo que su posición les permite sin interrogar otros modos posibles de interpretar los mismos objetos.

⁷ Si bien el problema del gusto excede los propósitos de este artículo, para una discusión al respecto hemos trabajado –en la investigación en la que este artículo se inserta– sobre el concepto de gusto de Bourdieu (1998) y sobre la dimensión estética de la cultura popular con Grignon y Passeron (1991).

⁸ Martín Barbero (2003) señala, por ejemplo, que es necesario estudiar a la cultura de masas desde el modelo popular para poder indagar desde otra perspectiva los usos populares de lo masivo. Así, propone investigar qué hacen los sujetos con lo que compran, con lo que leen, con lo que escuchan; en definitiva, con lo que consumen. Esta línea de indagación permite estudiar los mecanismos por los cuales la cultura de masas opera como mediación en los procesos de configuración de identidades diversas, complejizando así el análisis del vínculo entre las industrias culturales y los públicos.

Lo que allí aparece es la construcción de un único paradigma legítimo tanto para la música como para el vínculo entre mujeres y cultura de masas: de un lado, Arjona se construye como lo opuesto a consumo musical de buen gusto y comprometido políticamente; y, del otro, su público es configurado en los textos de Las 12 en oposición a una feminidad que denuncia a cada paso los embates del discurso patriarcal. Este tipo de análisis observa solo lo que a la producción de Arjona le falta para ser, en un caso, buena música y, en otro, una fuente de denuncia de “atentados al género”.

La investigación en la que este trabajo se inscribe discutió con los presupuestos de estas críticas: consideramos que los textos de las industrias culturales no son homogéneos, que los sujetos que los eligen traman sentidos diversos en sus consumos y que los procesos de generización no son unívocos sino complejos. Esto es que, por ejemplo, que la configuración de feminidades no ocurre solo como emancipación o subordinación: la música habilita otros procesos más allá de la reproducción de la cultura sexista o su denuncia.

Asimismo, entendemos que otro problema que aparece en los textos periodísticos analizados es que transforman una irritación estética y/o feminista en una descripción sociológica de un fenómeno que desconocen. La música de Ricardo Arjona es masiva, elegida por personas de diferentes países latinoamericanos desde hace más de dos décadas y promueve diversos tipos de emoción en las personas que lo escucha que son, principalmente, mujeres. La pregunta, entonces, podría formularse al revés: ¿Por qué no les debería gustar Arjona? Por un lado, el público de este cantautor no encuentra en su consumo un sinónimo de decadencia cultural ni un “mamarracho métrico-sintáctico”. Por el otro, las mujeres que mayoritariamente lo componen no hallan en sus líricas “chongadas románticas” ni un machismo retrógrado. A partir de allí sospechamos, entonces, que el vínculo entre dicha pauta estética y las personas que la consumen podía tener que ver con otras significaciones⁹, y que interrogar sobre las mismas nos permitiría estudiar procesos de generización heterogéneos.

2. RESONANCIAS EN LA ACADEMIA

En el transcurso de la investigación emergieron comentarios críticos que pueden funcionar, en continuidad con lo analizado en el apartado anterior, como arena para indagar desde qué punto de partida se interpreta el vínculo entre mujeres e industrias culturales. A continuación proponemos una reflexión al respecto deteniéndonos en el análisis de tres comentarios recibidos respecto del trabajo con el club de *fans* de Arjona desde diferentes posiciones que podríamos llamar feministas.

⁹ Una de las perspectivas que alimentó lo formulado en este artículo es la trabajada por Frtih (2003), quien señala –entre otras cuestiones– que la música construye una experiencia estética que permite configurar identidades tanto subjetivas como colectivas. El autor afirma, por ejemplo, que no es que los grupos sociales coinciden en valores que luego se expresan en sus actividades culturales, sino que “solo consiguen reconocerse a sí mismo como grupos (...) por medio de la actividad cultural, por medio del juicio estético. Hacer música no es una forma de expresar ideas; es una forma de vivirlas” (*Idem*: 187).

Avanzado el trabajo de campo presenté una ponencia en un Congreso sobre Historia de las Mujeres y Género. Allí ponía en cuestión el modo en el que el Suplemento Las 12 analizado hablaba del machismo incuestionado presente en las letras de Arjona haciendo un contrapunto con algunos datos de la etnografía con sus *fans*. Allí afirmaba que esta escucha musical podía ser pensada no solo como reproducción del sexismo, sino también como un espacio de agencia para las mujeres en la medida que les permitía, entre otras cosas, tomar distancia de las demandas de su entorno familiar y construir un espacio de socialización propio. Ello provocó que varias de las investigadoras presentes –muchas de ellas conjugaban su actividad académica con la militancia feminista– se incomodaran con la perspectiva del trabajo. Uno de los ejes que cuestionaron fue el concepto de heterogeneidad que utilicé para describir a las mujeres que integraban el club de *fans*, ya que el trabajo indicaba que el grupo era heterogéneo en cuanto a cuestiones etarias, de clase y de ocupación. Una de ellas indicó que eso no significaba que el grupo fuera heterogéneo porque allí no había *“una mujer feminista como nosotras a las que Arjona nos causa repugnancia”*. Asimismo, otra de ellas subió el tono de su voz para preguntar, indignada: *“¿vos crees que esas mujeres tienen la misma capacidad que vos para entender las letras de Arjona?”*.

Un segundo acontecimiento, que plantea ciertas continuidades, es lo que sucedió cuando una agrupación feminista, de la que han participado y participan algunas académicas, me invitó a unas jornadas feministas a partir de un trabajo que circula en la web sobre la representación sexista de las mujeres en las letras de cumbia villera realizado en 2005¹⁰. Cuando les aclaré que hacía unos años había sumado otros interrogantes a las indagaciones con el objetivo de estudiar qué es lo que hacen las mujeres con los objetos que consumen y que estaba realizando un trabajo de campo de mujeres que pertenecen al club de *fans* de Ricardo Arjona, las organizadoras de las jornadas declinaron su invitación a partir de los siguientes argumentos:

“Las mujeres, en eso coincido, nos reapropiamos de muchas cosas y podemos resignificar sentidos pero los intentos de los mensajes mediáticos así como los musicales, a través de las letras, son también un permanente intento de que incorporemos como parte de nuestra vida toda la violencia hacia nosotras, aceptándola, a fin de construirnos como la industria cultural propone. Analizar y desarticular estas propuestas, la incidencia de ciertas letras en la construcción de la subjetividad y en la justificación de la violencia son los temas que nos hemos propuesto para esta jornada. Si para vos ese análisis es contradictorio con tu actual línea de trabajo y te impediría participar de la mesa no vemos cómo compatibilizarlo con nuestra propuesta para los paneles de este año”.

¹⁰ En mi tesina de grado (Spataro, 2005) analicé el programa televisivo argentino llamado *Pasión de sábado* en el que bandas de cumbia hacían breves shows. Desde un análisis textual concluí que la representación de las mujeres que dicho programa y las letras de cumbia villera realizaba las anclaba, entre otras cuestiones, en una posición de objeto sexual para ser mirado por varones heterosexuales, reproduciendo así la hegemonía patriarcal existente en la cultural contemporánea. Estas afirmaciones fueron puestas en cuestión luego de entrevistar a mujeres que consumían esa música y que encontraban otros sentidos en dichas canciones, así como al conocer trabajos etnográficos en bailes de cumbia de Buenos Aires (para ampliar ver Silba, 2011). A partir de allí la investigación de posgrado sumó otros interrogantes que permitieron reinterrogar dichos textos e indagar sobre los modos en los que estos circulan entre las mujeres que los consumen.

En ambos sucesos aparecen cuestiones relevantes que dan cuenta de puntos de partida problemáticos. Por un lado, la homogeneización con la que se lee a los productos de las industrias culturales: parece ser que todo es sexista y violento, sin advertir las contradicciones propias de este tipo de objetos, en donde las regulaciones normativas en torno al género se rigidizan y flexibilizan a la vez, incluso en un mismo producto cultural. Por otro lado, allí aparece evidenciada la poca capacidad de agencia que se les otorgan a las mujeres frente a unas industrias culturales que aparecen como todopoderosas y, asimismo, la imposibilidad de que exista una interpretación diferente a la informada por cierto feminismo. Un tercer tema es la inclusión del concepto de violencia: en uno de esos eventos se afirma de manera contundente que el objetivo de los mensajes mediáticos es introducir la violencia en la vida de las mujeres y "*construirnos*" a su imagen y semejanza. La víctima es, claro está, la mujer que termina "*incorporando*" y "*justificando*" el maltrato que recibe de sus objetos culturales elegidos. O sea, una doble victimización: es maltratada y no se da cuenta de ello porque las industrias culturales le introducen una falsa conciencia (Hall, 1984) a partir de sus propios gustos que, para colmo, les generan placer. Por último, y como consecuencia de los anteriores supuestos, se construye una jerarquización entre dos tipos de mujeres: las que no pueden ver cómo las industrias culturales introyectan en ellas la justificación de la violencia de género, y las que sí lo advierten y trabajan sobre ello iluminando al resto.

Esta toma de distancia e irritación provoca la descalificación del otro –o de la otra, en este caso– es la consecuencia palpable de una forma de posicionarse en la que el/la analista se siente superior en tanto, en este caso, la carrera académica y/o la militancia feminista aparecen como las únicas herramientas legítimas para advertir al sexismo incuestionado que allí leen. Por más que el planteo surgido desde el trabajo de campo señalaba que a partir una pauta musical las mujeres de un club de *fans* conforman un grupo de pertenencia, realizan diversas actividades en el espacio público, elaboran ciclos vitales de manera colectiva, activan ciertas zonas de su sexualidad y erotismo vedadas en otros escenarios, así como construyen un lugar de placer y libertad lejos de las demandas domésticas y familiares –temas algunos que pueden leerse en continuidad con las reivindicaciones del feminismo por la autonomía de las mujeres–, los comentarios quedaron anclados en una diferenciación de tipos de mujeres: las que no tienen "nuestra" capacidad crítica frente al sexismo de la cultura masiva, y las que sí la tienen.

Un tercer comentario que ponemos a consideración es lo que sucedió en unas jornadas académicas sobre consumos culturales, en donde una investigadora de mediana edad, después de escuchar el análisis sobre las dos personas que fundaron el club de *fans* –ambas mujeres de más de 50 años– dijo, en tono irónico: "*¡Ay, pero a estas mujeres la revolución sexual de los 60 les pasó por el costado! ¿Dónde vivían, en Marte?*". Esta pregunta estaba dirigida a cuestionar la continuidad de ciertos patrones de género en la vida de estas mujeres: una educación diferente a la que recibían sus hermanos varones, las limitaciones que les imponían sus padres para salir en su adolescencia, la dificultad para hablar con ellos sobre cuestiones vinculadas a la sexualidad, haberse

casado jóvenes –y, en algún caso, con su primer novio–, la preeminencia en la adultez de las ocupaciones domésticas y familiares por sobre las profesionales, entre otras cuestiones que aparecieron en el trabajo de campo.

Lo que estaba fuera de lugar para la investigadora era que estas mujeres habían nacido en una década que ella entiende como una ruptura radical con viejos parámetros de enseñanza y crianza: los sesenta. Es probable que en este comentario hayan funcionado algunas características de dicha década sobre las que hay cierto consenso: por ejemplo, que el placer sexual comenzó a escindirse de la reproducción, a partir de una idea de mayor libertad y autoconocimiento; el papel de la píldora anticonceptiva en la reconfiguración de la moral sexual de las mujeres, entre otras cuestiones ya analizadas. Estos puntos significaron la redefinición de algunas costumbres, la construcción de nuevas legitimidades y reconfiguración de las relaciones intergeneracionales (Feijoo y De Nari, 1994) aunque, claro está, las mismas fueron diversas de acuerdo con el origen social, cultural y geográfico de sus agentes. Sin embargo, es necesario no sobreestimar el alcance de dichas transformaciones, ya que no implicaron una ruptura radical con las costumbres de épocas anteriores. Tal como señala Cosse con el concepto de “revolución discreta” (2010:17), nos hallamos frente a rupturas que señalaban tanto la existencia de ciertos cambios como de continuidades más profundas. Y es este el punto que olvida el comentario crítico de la investigadora: no tener en cuenta las posibilidades que habilitaron las transformaciones surgidas a partir de esta década en términos de acceso a cierta autonomía, como las limitantes que aún estaban vigentes, implicaría un análisis sesgado de sus relatos. Su pregunta alarmada “¿Dónde vivían, en Marte?”, indica la supuesta inadecuación de estas mujeres a las nuevas pautas sexogenéricas.

Este modo de entender los recorridos vitales de algunas mujeres (en este caso las del club de *fans*) pone en evidencia la construcción de un “nosotras que sí interpretamos –y experimentamos realmente– la vanguardia sesentista” y las otras que se quedaron viviendo con viejas pautas culturales “en Marte”. Y, en relación con este planteo, muestra el modo en el que algunas mujeres de clase media ilustradas interpretan la continuidad de ciertos patrones de pareja, profesión y vida familiar (en la vida de las otras, claro, nunca en la propia) como una imposibilidad personal de otras mujeres de sumarse a un proceso revolucionario, y no como señales de que las rupturas con viejos paradigmas no hayan sido tan radicales ni universales como ellas creían o deseaban. Aquí la irrupción de la crítica feminista en el discurso académico y, por qué no, cotidiano, sumada a una construcción de la década del 60 como homogénea y absolutamente rupturista respecto de épocas pasadas en cuanto a las normativas de género, son las condiciones de producción de dicho enunciado. A partir de allí se construye una valoración positiva de las mujeres modernas y una subvaloración de aquellas que no lo son. Nuevamente aquí se repite la misma operación señalada anteriormente: la construcción de dicotomías jerárquicas entre modelos de feminidad que se construyen como diferentes y excluyentes.

En síntesis, las tres críticas realizadas desde ciertas posiciones feministas al vínculo entre un grupo de mujeres y la música que escuchan son recuperadas aquí para

ejemplificar algunos supuestos que guían este tipo de análisis. Los mismos son problemáticos en la medida que se construyen a partir de un alto grado de prejuicio y etnocentrismo presente en algunos espacios intelectuales y/o políticos. En ellos aparece la/el analista ubicada/o en una posición superior funcionando como una especie de lo que llamaremos *policía del feminismo* –que no está encarnada necesariamente en sujetos que se definan feministas– que establece una diferenciación entre tipos de mujeres: las que no tienen “nuestra” capacidad crítica frente al sexismo de la cultura masiva, y las que sí la tienen, lo advierten, señalan y denuncian a cada paso; juzgando en ese mismo movimiento los gustos y prácticas de otras mujeres. Estas formas de reflexión académicas y políticas en torno al vínculo entre las mujeres y la cultura de masas no solo ignoran y/o subestiman otros modos de configuración de feminidades posibles, sino que, a su vez, encuentran lo que supone el punto de partida de sus análisis: que algunos textos de las industrias culturales efectivamente retoman “*clichés machistas*”, obturando la posibilidad de que estos textos sean un disparador de fantasías, placeres y juegos identitarios diversos para muchas mujeres y, a su vez, un espacio de visibilización de cambios –y claro está, también continuidades– de las feminidades contemporáneas.

3. ELVIS Y LAS CREDENCIALES FEMINISTAS

Diversos trabajos han indagado el vínculo entre mujeres e industrias culturales (Ang, 1989; Radway, 1991; McRobbie 1991, 1984, 1998, 1999; Hinerman, 1992; Abu-Lughod, 2005; Ehrenreic, Hess, Jacobs, 1992; entre otros) y se han propuesto, entre diferentes objetivos, cuestionar el sentido común desde el que se mira dicha relación¹¹. El artículo de Wise (2006), en donde indaga en términos epistemológicos qué significó haber sido fanática de Elvis en su adolescencia y haber devenido, años después, feminista, permite observar el modo en el que funciona lo que hemos denominado *policía del feminismo* sobre los consumos culturales de las mujeres.

“¿De quién son esos discos de Elvis? ¡Argh!” es una pregunta escuchada comúnmente en mi casa, y más aún desde que es frecuentada con regularidad por feministas. Yo usualmente respondía: “Bueno, actualmente, er um, son míos... pero nunca los volví a escuchar!”. “¿Pero cómo pudiste ser alguna vez fan de Elvis?”, era la siguiente pregunta. “Era muy joven”, me excusaba, y usualmente era suficiente para salir del tema. Ahora sé que si la verdad fuera conocida –que yo tengo un profundo cariño por la memoria de Elvis, que amo los discos, que conservo una carpeta con fotos– mi credibilidad como feminista sería puesta en cuestión (...)” (Wise, 2006: 390).

¿A qué se debe la negación de que el vínculo entre ella y Elvis existe aún después de definirse como feminista? La autora señala que cuando “se hizo feminista” (*idem*: 394) se sintió nueva, recién nacida, ya que pudo configurar su identidad como mujer lesbiana y rodearse de amigas feministas. Su vida pasó a estar integrada en un todo y el rechazo de su antiguo gusto por Elvis se explicaba en tanto el mismo era parte de las

¹¹ Para un estudio desde la crítica musical sobre el vínculo entre mujeres cantantes, público femenino y música ver Reynolds (2010).

reliquias de un pasado de “falsa conciencia” (*idem*: 394). Esta nueva mujer dejaba atrás aquel consumo que suponía una contradicción con el paradigma ideológico y político al que comenzaba a adscribir dando lugar a una operación: el ocultamiento del analista como sujeto. Esto es: es probable que muchas/os investigadoras/es –no todas/os, claro está– tengan consumos culturales que, en algunas de sus dimensiones, se parezcan a aquellos objetos que cuestionan ideológicamente. Sin embargo, en determinados contextos estas/os se construyen como sujetos subdimensionados y sin contradicciones, posición que genera la ceguera sobre aquello que irrita o causa vergüenza.

Asimismo, las dicotomías entre lo que debe hacer una feminista y lo que le gusta a una feminista produce, en términos de McRobbie (1999), placeres culpables, evidente en el testimonio de Wise: el rechazo al vínculo entre el placer y el consumo de productos culturales políticamente “incorrectos” para el feminismo produjo, siguiendo a McRobbie, una cultura del puritanismo que dio lugar solamente a los placeres culpables mediante los cuales se pudo, en algunos casos, reinterrogar los sentidos de estas prácticas más que meramente interpretarlas como un sitio de falsa conciencia. McRobbie señala que, por ejemplo, el placer de leer revistas vulgarmente catalogadas como “para mujeres” rompe con la barrera entre mujeres feministas y las que no lo son, afirmando la importancia de trabajos que interroguen al respecto en la medida que el hecho de que la razón y el análisis político nos digan que esto es malo “*mientras que el inconsciente sigue produciendo fascinaciones y placeres culpables, indica, como mínimo, una complejidad en el proceso de consumo de dichas imágenes*” (McRobbie, 1998:266). Por su parte, los prejuicios que provocan este tipo de consumos culturales generaron, dato evidente en las investigaciones contemporáneas en ciencias sociales, que rara vez fueran puestos en el campo empírico de la investigación, subestimándolos en los análisis (Radway, 1991; McRobbie, *idem*).

El sujeto coherente construido desde ciertas perspectivas feministas como único horizonte político fue puesto en cuestión por Wise cuando murió Elvis, en la medida que dicho suceso no solo la conmovió, sino que generó una gran cantidad de artículos académicos que fueron un estímulo para revisar su propio lugar como analista y el de algunos posicionamientos epistemológicos. Allí advirtió que en los estudios sobre Elvis está tan extendida y aceptada que su figura era parte central del patriarcado, “un fenómeno social que degrada a la mujer y eleva al macho masculino como héroe” (*idem*: 394), que resultaba difícil cuestionarla e introducir otras variables que considera relevantes: por un lado, que Elvis era importante para sus *fans* no solo por el atractivo de orden sexual que podía generarle a algunas, sino en tanto compañía frente a soledades y angustias vitales; por otro, que su figura ha tenido impacto también en varones, por ejemplo en aquellos que se han identificado con él (*idem*: 392). Sin embargo, la ausencia de problematizaciones que fueran más allá de la atracción de orden sexual (hetero) y romántico la llevaron a concluir que lo que allí se pone en evidencia es que las personas involucradas en la producción de conocimiento de este tipo de objetos encuentran exactamente lo que van a buscar: indagan en lugares selectivos, hacen solo algunas preguntas e ignoran, o fallan para ver, información que es incómoda o inadecuada para sus hipótesis. Dichas investigaciones, dice Wise, construyen conocimiento

dentro de sus propios intereses –que son, según ella, familiares al feminismo– y de su propia imagen, y “después llaman a eso una explicación objetiva del mundo tal como una verdad” (*idem*: 396). De esta manera, el paradigma normativo presente en algunas posiciones académicas y políticas contribuyen a simplificar y dicotomizar los procesos de generización en general y, en particular, en su cruce con la cultura de masas.

4. REFLEXIONES FINALES

Tanto los planteos de las autoras revisados en el apartado anterior como las críticas analizadas respecto del vínculo entre las mujeres y las canciones de Arjona nos permiten elaborar, en principio, algunos recaudos epistemológicos para estudiar la relación entre las mujeres y las industrias culturales:

- a. Para indagar “¿qué es lo que hace que un artista merezca el fervor de las masas?”, tal como se pregunta el suplemento periodístico *Las 12*, es necesario construir una herramienta de análisis compleja que tenga en cuenta que no solo es una gran difusión mediática lo que lo permite, ya que de ser así toda mercancía que contara con importante publicidad tendría el mismo éxito y produciría el mismo efecto en todas las personas. Es pertinente interrogar ¿qué es lo que interpela productos como estos? Y ello no quiere decir celebrar acríticamente lo que “las masas” consumen, porque “si a ellas les gusta está bien”, sino saber distinguir dos momentos analíticos distintos: por un lado estudiar al artista en cuestión –Ricardo Arjona en este caso– en tanto producto de la industria cultural, con sus letras, tradiciones musicales y configuraciones estéticas. Por otro lado, reflexionar sobre qué significa dicho producto cultural en la vida de las personas que los escuchan, qué habilitaciones genera así como con qué tramas de la experiencia –generacional, etaria y de género, por nombrar solo algunas– se conecta.
- b. Asimismo, es necesario elaborar un análisis que no confunda la denuncia de las desigualdades de género con la descripción e interpretación de los modos en los que se configuran las identidades de género en un contexto determinado. Las realidades generizadas existen y comportan asimetrías, pero ello no implica suponer a las mujeres en una perpetua lucha colectiva ni, en contraposición, en una situación de continuo avallasamiento de sus derechos. Entendemos que la relación de fuerza es mucho más compleja y se da en términos específicos en cada contexto y que, en el caso del estudio del consumo cultural, la dimensión del placer es un eje ineludible para hacer más complejas las indagaciones.
- c. Por otro lado, es preciso tener en cuenta que suponer un ideal de autonomía total o un único ideal de autonomía posible para las mujeres –como si ese colectivo fuera homogéneo y coherente en sus fines¹²– es un punto de partida

¹² Este punto ha sido ampliamente trabajado por el feminismo de la tercera ola o el feminismo tercermundista –representado por mujeres negras, indias, no heterosexuales, etc.– que puso en cuestión el modo en el que el

problemático. Tal como hemos señalado, en las críticas analizadas se construyó una dicotomía entre aquellas mujeres que tendrían la capacidad de advertir los postulados patriarcales de la producción de Arjona, y las que estarían subsumidas bajo las sentencias que las ubican "*incorporando*" y "*justificando*" la violencia de la cultura de masas o "*viviendo en Marte*". En contraste con este tipo de afirmaciones, a lo largo de la investigación observamos que algunas mujeres que integran el club de *fans* de Arjona erosionaban expectativas con las que fueron educadas tanto respecto del género, en la medida que tomaban distancias de ciertos mandatos y demandas del entorno familiar; y respecto de lo etario, ya que lo hacían a una edad en la que pertenecer a un club de *fans* es entendido como una ruptura respecto de la pretendida coherencia entre edad y conducta. Y esa agencia fue posible no por ser feministas.

- d. Por último, y en relación con el punto anterior, es necesario mantener cierta vigilancia epistemológica para no catalogar espacios de agencia de las mujeres como lugares de resistencia feminista. De hecho, afirmar que el club de *fans* de Arjona es un espacio feminista sería inadecuado, porque, por un lado, significaría otorgarle una nominación con la que ellas no se definen. Por el otro, porque indicaría una propuesta de redireccionamiento de los sentidos de autonomía, placer y libertad que se configuran en este grupo hacia un posicionamiento político con el que nos identificamos como analistas. A su vez, porque implicaría caer en una postura populista, en términos de Grignon y Passeron (1991), ya que supondría entender todas las experiencias que allí se producen como "resistencia cultural" (*idem*: 75), mutilando y censurando de esta manera el análisis al subsumir toda práctica bajo una coherente etiqueta de liberación o sumisión. Las piezas del complejo rompecabezas que representan las diversas experiencias de mujeres en relación con las industrias culturales no pueden reducirse a una definición taxonómica de sus feminidades, en la medida que las mismas pueden ser por momentos impugnadoras del orden, en ocasiones celebratorias del mismo y la mayoría de las veces ni una ni otra cosa.

Tal como señaló Hall, interpretar que lo sujetos que consumen y disfrutan de los productos de las industrias culturales son "tontos culturales" es una posición "profundamente no socialista" (1984:99). En continuidad con dicho planteo, la construcción de feminidades dicotómicas y excluyentes entre las mujeres que advierten el sexismo de los mass media y quienes no tendrían la capacidad de hacerlo es una posición poco feminista. Puede que la salida al espacio público de mujeres que conforman un club de *fans* de un cantante masivo simpatice menos que el que realiza un grupo de mujeres feministas que reclama por la ampliación de sus derechos civiles y la destrucción del patriarcado. Pero ellas también construyen un espacio de reivindicaciones diversas; su disputa por poder decidir en qué usar su tiempo es una demanda que se da en

feminismo blanco, burgués y heterocentrado propuso modos únicos de autonomía para las mujeres obturando las diferentes experiencias vitales existentes en el movimiento de mujeres. Para ampliar ver Alzaldúa, 1987, 2007; Bel Hooks, 1990, 1996; Curiel, 2005, Lourde, 2003; entre otras.

sus propios términos y que puede inscribirse en la ya clásica frase del feminismo que entendió que también "lo personal es político". El modo en el que estudiemos dichas dimensiones de las experiencias de las mujeres dependerá de la posibilidad de cuestionar el sentido común que habita también en las Ciencias Sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Abu-Lughod, Lila (2005): "La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión", en *Etnografías Contemporáneas*, Año 1 N° 1, pp 57-90. Buenos Aires: UNSAM.
- Aliverti, Eduardo (2010, abril 6): "Los pingüinos y otras metáforas frías". *Las 12, Página 12*, Argentina. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/subnotas/5617-597-2010-04-06.html> [Recuperado el 30 de marzo de 2012].
- Alzaldúa, Gloria (1987): *Borderlands/La frontera. The new mestiz*. San Francisco: Aunt Lute.
- (2007): "Tiranía cultural", en el sitio *Mujer Palabra* [on lines] Disponible en: http://www.mujerpalabra.net/pensamiento/analisisfeministabis/gloriaanzaldua_tirania-cultural.html [Recuperado abril de 2008].
- Ang, Ien (1989): *Watching Dallas*. London & New York: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1998): *La distinción. Criterio bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Curiel, Ochy (2005): *Mujeres Desencadenantes. Los Estudios de Género en la República Dominicana al inicio del tercer Milenio*. República Dominicana: INTE.
- Cosse, Isabella (2010): *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Ehrenreich, Barbara; Hess, Elizabeth; Jacobs, Gloria (1992): "Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun", en Lewis, Lisa (ed.): *The Adoring Audience. Fan cultura and popular media*. Pp. 84-106. New York: Routledge.
- Enríquez, Mariana (2010, abril 6): "Dime que no", *Las 12, Página 12*, Argentina. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/subnotas/5617-595-2010-04-06.html> [Recuperado el 30 de marzo de 2012].
- Feijoó, María del Carmen y de Nari, Marcela (1994): "Los 60 de las Mujeres", en *Todo es historia*, N° 321.
- Fischerman, Diego (2004): *Efecto Beethoven*. Buenos Aires: Paidós.
- Frith, Simon (2003): "Música e identidad", en Hall Stuart y Du Gay, Paul (comps.) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

Giddens, Anthony (2008): *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra.

Grignon, Claude y Passeron, Jean Claude (1991): *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Hall, Stuart (1984): "Notas sobre la deconstrucción de lo popular", en Samuels, R. (ed.): *Historia popular y teoría socialista*. Pp. 93-109. Barcelona: Crítica.

Hinerman, Stepehn (1992): "I'll Be Here With You: Fans, Fantasy and the Figure of Elvis", en Lewis, Lisa (ed.): *The Adoring Audience. Fan cultura and popular media*. Pp. 107-134. New York: Routledge.

Hooks, Bell (1990): "Devorar al otro: deseo y resistencia". México: Debate Feminista. Año 7, vol. 13.

----- (1996): *Race, Gender and Cultural Politics*. Boston: South End Press.

Lourde, Audre (2003): *La hermana, la extranjera*. Madrid: horas y horas.

Martín Barbero, Jesús (2003): *De los medios a las mediaciones*, Bogotá: Convenia Andrés Bello.

McRobbie, Angela (1991): *Feminism and Youth Culture. From 'Jackie' to 'Just Seventeen'*. London: Youth Questions

----- (1994): *Posmodernism and popular culture*. Estados Unidos: Routledge.

----- (1998): "More!: nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres", en Curran, James; Morley, David y Walkerdine, Valkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, pp. 57-90. Buenos Aires: Paidós.

----- (1999): *In the culture society. Art, fashion and popular music*. London: Routledge.

Radway, Janice (1991): *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*, Chapel Hill and London: University of North Carolina Press.

Reynolds, Simon (2010): "Wath a drag! Postfeminismo y pop", en *Después del rock. Psicodelia, postpunk, electrónica y otras revoluciones inconclusas*. Buenos Aires: Caja Negra.

Silba, Malvina (2011): *Vidas Plebeyas: cumbia, baile y aguante en jóvenes del Conurbano Bonaerense*. Tesis (Doctorado en Ciencias Sociales). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Spataro, Carolina (2005): *Pasión de sábado: entre la corrección política y la incorrección machista*. Tesis (Licenciatura en Ciencias de la Comunicación). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

----- (2012): “¿A dónde había estado yo?: configuración de feminidades en un club de fans de Ricardo Arjona”. Tesis (Doctorado en Ciencias Sociales). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Viola, Liliana (2010, abril 06): “Señora de las cuatro décadas”, *Las 12, Página 12*, Argentina. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/subnotas/5617-594-2010-04-06.html> [Recuperado 30 de marzo de 2012].

Wise, Sue (2006): “Sexing Elvis”, en Frith, Simon y Goodwin, Andrew (eds.) *On Record. Rock, Pop, The Written Word*. Pp. 391-398. London: Routledge.

