

3 de octubre de 2013

**DIVULGACIÓN CIENTÍFICA****La música y la configuración identitaria**

---

Estudios permiten reconocer cómo las mujeres cuestionan mandatos sociales y reconstruyen su identidad a partir de la música.

¿Puede la letra de una canción ser el disparador para que un ama de casa se anime a repensar lo que se considera un mandato social sobre el rol que ocupan en la cultura?

La becaria pos-doctoral del CONICET en la Universidad Nacional de San Martín, Carolina Spataro realizó un estudio sobre la conformación de un club de fans del cantautor guatemalteco Ricardo Arjona en Buenos Aires para estudiar qué elementos colaboran en la configuración de feminidades.

Desde un enfoque sociológico, Pablo Semán, investigador adjunto del CONICET en el Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES), y director de la beca de Spataro, analiza el rol actual de la música como elemento omnipresente en la vida cotidiana de las personas y como vector que interviene en la configuración de identidades.

Para el investigador, los clubes de fans en particular se escapan de la narración caricaturizada que nos muestra al admirador como un ser pobre y unidimensional. “Tienen mucho de agrupamiento autónomo y creativo en el que, bajo el paraguas de un gusto musical, se despliegan varias actitudes y posibilidades. Entre ellas las de un activismo cultural que trasciende tanto los mandatos micro – al estilo quedate en casa, no salgas, etc- como los macro – ‘esto no es cultura’ -“.

“La música como objeto cultural hace inteligibles los sentimientos y brinda narrativas para la configuración de identidades colectivas e individuales. Algunas canciones pueden acompañarte a lo largo de la vida y vincularse para siempre con momentos particulares: la adolescencia, el casamiento, un viaje”, afirma Spataro.

La becaria y comunicadora estudió a un grupo conformado aproximadamente por treinta personas, mayormente mujeres de diferentes edades, que componen el club de fan oficial de Ricardo Arjona y desde el año 1995 se reúnen los primeros sábados de cada mes.

“Conocí a un grupo de mujeres que se juntaban a partir de un objeto cultural pero en el transcurso del trabajo de campo me dí cuenta que hacían muchas más cosas además de hablar de Arjona. Promocionaban su producción musical, realizaban tareas solidarias, creaban lazos de amistad y compañerismo y procesaban colectivamente sus ciclos vitales. A su vez, conformaban un grupo de pertenencia y un espacio de socialización complejo al que reconocían como un lugar propio”, asegura.

De acuerdo con su trabajo, éstas fanáticas, como cualquier otra/o, encuentran en el objeto de su admiración una singularidad y algunos elementos que les permiten sentirse identificadas por lo cual lo eligen por sobre otras opciones. En este caso particular, tanto las canciones de Arjona como el club de fans habilitaron reflexiones que pusieron en cuestión ciertos mandatos

aprehendidos en su juventud sobre lo que una mujer podía o no hacer con su tiempo; así como procesarla timidez, salir de sus casas, reencontrarse con el cuerpo y los deseos propios.

Al respecto Semán comenta: “La música más que incidir unilateralmente participa, junto a otros elementos en múltiples situaciones de identificación: las escenas amorosas, las de diversión, las de reflexión, entre otras. Ayuda a construir distintas figuras en un mismo sujeto a través de la combinación de diversos géneros y canciones que toman significaciones cada vez más plurales”.

En este sentido, uno de los datos que aparecía de manera recurrente en el trabajo de campo de Spataro es que muchas de estas mujeres se acercan al club de fans después de haber sufrido un momento vital doloroso: una separación, la muerte del cónyuge, la pérdida de un trabajo, etc.

“Allí encuentran un motivo para replantearse el lugar social que ocupan. Mi tesis se llama ‘Dónde había estado yo’. Este título surge a partir del comentario de una fanática que al escuchar la canción ‘Señora de las cuatro décadas’, se mira al espejo y se pregunta en qué lugar había quedado ella luego de años de maternidad, matrimonio y trabajo; dónde fueron a parar sus deseos, sus expectativas, con su cuerpo y su sexualidad”, comenta la comunicadora.

Según Spataro, estas mujeres tuvieron que soportar al menos dos estigmas sociales por pertenecer a este espacio. En primer lugar por la dificultad para hacer uso del tiempo de su vida cotidiana para el ocio propio y el placer fuera del hogar. “Me pregunto si un varón de 50 años que decidía ir un sábado a la tarde a jugar a las cartas o al fútbol debía tener que dar las mismas explicaciones que una mujer para ir al club de fans. Imaginé que no”, afirma. El cruce entre género, generación y dimensión etaria de algunas de las mujeres del grupo las ubicaba en un lugar desventajoso a la hora de decidir en qué, dónde y con quién utilizar su tiempo libre.

En segundo lugar por elegir un objeto cultural degradado, tanto por la crítica musical que no lo considera un buen producto, como desde un sector del feminismo que sospecha que las canciones de Arjona ponen en escena cierto sexismo.

Para Semán lo que sucede es algo que tiene que ver con la polisemia del lenguaje: las letras “machistas” en ese contexto no solo adoctrinan, sino que también habilitan posibilidades impensadas de cuestionar lo que aparece como evidente o unívoco para un observador externo.

“No es válido suponer que un lenguaje cualquiera es universal y dice lo mismo para todos. Por ejemplo: para las mujeres de clase media alta, educadas, laicizadas y liberales, las letras de Arjona suenan insultantes. Para mujeres de otras inserciones sociales y culturales esa música representa el placer estético de la metáfora, del juego con la palabra y el cuestionamiento de las relaciones preestablecidas entre edad y seducción. Si en un lugar opera como esclavizante, en otro, como habilitador de cuestionamientos que de otra manera no aparecen. De algún modo esas palabras ponen “el sexo” allí donde era un tema prohibido”, concluye.

## **Acerca del CONICET**

### **Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)**

Con 55 años de existencia, el CONICET trabaja junto al Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación en la transferencia de conocimientos y de tecnología a los diferentes actores que componen la sociedad y que se expresan en ella.

Su presencia nacional se materializa en:

**Presupuesto:** con un crecimiento de 12 veces para el período 2003 - 2013, pasó de \$236.000.000 a \$2.889.000.000.

**Obras:** el Plan de Obras para la Ciencia y la Tecnología contempla la construcción de 90 mil m<sup>2</sup> en nuevos institutos, laboratorios y la modernización de instalaciones en diferentes puntos del país.

**Crecimiento:** en poco más de 5 años se duplicó el número de investigadores y cuadruplicó el de becarios, con una marcada mejoría de los estipendios de las becas y los niveles salariales del personal científico y técnico, en sus diferentes categorías.

**Carrera de Investigador:** actualmente cuenta con 7.485 investigadores, donde el 49% son mujeres y el 51% hombres. Este crecimiento favoreció el retorno de científicos argentinos radicados en el exterior.

**Becas:** se pasó de 2.378 becarios, en 2003, a 9.076 en 2012. El 80% del Programa de Formación se destina a financiar becas de postgrado para la obtención de doctorados en todas las disciplinas. El 20% restante a fortalecer la capacidad de investigación de jóvenes doctores con becas post-doctorales, que experimentó un crecimiento del 500% en la última década.

Para más información de prensa comuníquese con:  
prensa@conicet.gov.ar  
(+ 54 11) 5983-1214/16

Contacto de prensa  
prensa@conicet.gov.ar  
+ 54 11 5983-1214/16

Estemos en contacto  
[www.conicet.gov.ar](http://www.conicet.gov.ar)  
[www.twitter.com/conicetdialoga](https://www.twitter.com/conicetdialoga)  
[www.facebook.com/ConicetDialoga](https://www.facebook.com/ConicetDialoga)  
[www.youtube.com/user/ConicetDialoga](https://www.youtube.com/user/ConicetDialoga)



Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas  
Av. Rivadavia 1917 (C1033AAJ) República Argentina Tel. + 54 115983 1420