

Tengo el cuerpo muy mal pero una gran vida Social

Representaciones, pop, música y mercado

Rodrigo Bazán Bonfil
José Hernández Riwes Cruz
(Coordinadores)



Ya a finales del siglo XVIII, el visionario poeta William Blake advertía el error de los códigos sagrados en separar la existencia humana en dos principios, Cuerpo y Alma, cuando desde su punto de vista: “Cuerpo es un trozo del Alma percibido por los cinco Sentidos, las principales puertas de Alma en este período de la vida.” Qué distante parece la cosmovisión religiosa de un poeta prerromántico de la afirmación en la canción de Alaska y los Pegamoides que sugiere el título de este compendio de reflexiones en torno al cuerpo en la cultura pop. Y, sin embargo, la conclusión de Blake no suena ajena: “Energía es la única vida, y nace del Cuerpo”.

El conjunto de perspectivas que se reúnen en este volumen, materialización de una serie de investigaciones expuestas en un coloquio de 2023, invita a pensar desde el ritmo a estar *en y con* el mundo, nos coloca frente al gesto rompedor de las Flans y su propuesta de *new wave* a la mexicana, plantea la dinámica de autoficción en el personaje de Gloria Trevi, considera la incidencia del cuerpo en la manera de interpretar una canción de reguetón, describe minuciosamente la noción del cuerpo-marca en el mercado de la cultura, ofrece una mirada fresca ante la idea de “sabrosecar güeros” en el *hair metal*, discurre sobre los albures en una canción de Chava Flores y finaliza con un rap.

La discusión que se expone en esta nueva entrega del seminario *Entreveramientos: Semiótica, Literatura y Música*, parte desde diferentes coordenadas teóricas y metodológicas para dar sentido al tema transversal: la corporeidad. Ante todo, nos dicen en la presentación los coordinadores del volumen: “El cuerpo nos (pre)ocupa porque nos (re)presenta (ante) el mundo de muchas maneras y, por lo mismo, necesitamos tomar postura: ponerlo y tocarlo como música, cultura pop y representaciones, como objeto de reflexión o vehículo de la memoria.”

Ahora queda en ti, que lees esta invitación, sumergirte en las páginas de estas provocaciones que sitúan al diablo en el cuerpo, y extraviarte por sus caminos hasta dar con tus propias conclusiones y, si fuera el caso, responder desde tu punto de vista para continuar el diálogo.

Jesús Nieto Rueda

**Tengo el cuerpo muy mal
/pero una gran vida social.
Representaciones, pop,
música y mercado**

COLECCIÓN ENTREVERAMIENTOS



**Tengo el cuerpo muy mal
/pero una gran vida social.
Representaciones, pop, música y mercado**

Rodrigo Bazán Bonfil
José Hernández Riwes Cruz
(coordinadores)

Universidad Autónoma Metropolitana

Rector General

Dr. José Antonio de los Reyes Heredia

Secretaria General

Dra. Norma Rondero López

Unidad Azcapotzalco

Rectora

Dra. Yadira Zavala Osorio

Secretario

Mtro. Salvador Ulises Islas Barajas

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Director

Dr. Jesús Manuel Ramos García

Secretario Académico

Lic. Gilberto Mendoza Martínez

Jefa del Departamento de Humanidades

Dra. Katia Irina Ibarra Guerrero

Coordinador de Difusión y Publicaciones

Dr. César Daniel Alvarado Gutiérrez

Primera edición, 2025

© Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Azcapotzalco

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Coordinación de Difusión y Publicaciones

Av. San Pablo 420, Edif. E, Salón 004, Col. Nueva El Rosario,

Alcaldía Azcapotzalco, C.P. 02128,

Ciudad de México. Tel. 55 53189109

www.publicacionesdesh.azc.uam.mx

ISBN de la obra:

ISBN de la PDF: 978-607-28-3444-6

ISBN de la Epub: 978-607-28-3443-9

Imagen de portada y diseño de logo Entreveramientos: Gerardo Pérez Barradas

Se prohíbe la reproducción por cualquier medio sin el consentimiento del titular de los derechos patrimoniales de la obra.

Impreso en México / Printed in México

ÍNDICE

Presentación	11
Vacilación, oscilación, vibración. Presencia de dimensiones de la corporeidad <i>Adriana Guzmán</i>	17
Corre, corre, corre, sin mirar atrás. Flans 1985: la nueva corporalidad juvenil mediática en México <i>José Hernández Riwes Cruz</i>	39
Me gusta andar de cuerpo suelto. (Construcción del personaje Gloria Trevi) <i>Alfredo Carlos Guzmán Tinajero</i>	71
CuerPop & Rappert: mujeres en las <i>BZRP Music Sessions</i> <i>Rodrigo Bazán Bonfil</i>	93
Cuerpo-marca: música, consumo y corporalidad <i>Fernando Lameda</i>	127
Sabroseando güeros: corporalidad física y lírica en el <i>hair metal</i> <i>Helena Torres Montes García</i>	147
El albur y lo corporal en <i>La tienda de mi pueblo</i> , de Chava Flores <i>Ingrid Naomi Mora Valdez</i>	179
Smallest hits <i>Nora Castrejón & Fabián Ávila E.</i>	195

Presentación

Rodrigo Bazán Bonfil
José Hernández Riwes Cruz

“Yo sé que el alma se entrega a través del cuerpo”.
Las Ultrasónicas, “No quiero un novio”.

“Aquí está la cabeza sin cuerpo.
Sólo existe la cabeza, más allá no hay nada:
no tiene cuerpo... es algo fantástico e irreal...
admire el espectáculo que lo llevará
por los caminos de la fantasía y la ilusión”.
Santa Sabina, “Yo te ando buscando”.

EPIDERMIS

Entregarse “en cuerpo y alma” a alguna actividad supone, porque la metáfora lo determina, que no se dejan espacios libres para otros intereses y que, por lo mismo, el resultado sea deslumbrante... incluso si nadie sabe si lo será porque se hizo “poniendo el alma” o porque, al contrario, esta vez *se ha puesto el cuerpo*, y eso implica poner(nos con) cuanto somos: esternón e ideas, conocimiento, secreciones y recuerdos, tejidos, edad y lugar de nacimiento, preferencias estético-político-sexuales, órganos y vísceras a los que sumamos conteni-

dos de la conciencia representados (otra vez) con metáforas corpóreas, como un corazón desbocado, el hígado hecho moño, los ojos inundados o el estómago en un puño; construcción que, vista despacio, es casi una alegoría porque reúne dos sentidos traslaticios uno sobre otro.

Luego, porque mucho más que una cárcel para el alma —o un vehículo para el cráneo que sería el *cage* del cerebro que veríamos como recipiente de la conciencia— el cuerpo es el *cómo*, el *dónde* y el *con qué* hacemos las cosas: los ojos para leer, pero igualmente el culo sobre el que nos sentamos a leer; las manos con que escribimos para que lo pensado sea accesible a otros ojos; los pulmones y los sistemas digestivo, circulatorio y respiratorio que nos mantienen la vida y permiten que vayamos a presentaciones de libros; las uñas que se entierran en los primeros dedos de los pies todos los meses; la piel del antebrazo que alguien toca con las yemas (desde el asiento de al lado durante una conferencia) o las papilas que distinguen besos de té y cerveza, debemos concluir que, en realidad, “el cuerpo” **ES** *nosotros*

E inmediatamente dejar de referirlo en tercera persona porque

ningún cuerpo es “el cuerpo”; no hay un “yo” que pueda separarse de la carne y el aliento que me permiten escribir esto; y aunque después de perder un brazo si me caigo de la moto seguiré siendo Rodrigo, ese brazo no lo perdería mi cuerpo y se diría “Bazán se quedó manco”, no “Bazán tiene un cuerpo al que le falta un brazo”

La borradura de la letra 28, intervenido (bit.ly/lpyg-pdf)

El problema —o mejor: el asunto en torno al que reflexionamos 18 meses de 2022 y 2023 en el *Seminario Entreveramientos*— es que, como elemento discursivo diverso y forma de representación, es también una serie larga de cosas que condicionan nuestro acercamiento al cuerpo y al mundo y su

entendimiento. De modo que, en general, nuestra relación con ambos se hace multidimensional y compleja cuando, por ejemplo, a nuestra excitación sexual y la reacción fisiológica con que se manifiesta sumamos un cuestionamiento sobre cómo surge o nos preguntamos si el gusto por esa persona y/o imagen es real o “sólo” un oscuro condicionamiento cultural políticamente incorrecto (y no por eso menos importante para nuestra sensorialidad).

Igualmente ocurre cuando asentamos la credibilidad de un/a interlocutor/a en su lenguaje físico: en cómo se mueve o gesticula mientras explica algo, o en el hecho de que se vista de cierta forma porque decidimos identificar en ello una declaración de cualquier tipo: desde su oficio hasta el momento histórico en que vivió.

Pero también —al final, pero no menos importante— cuando nos preguntamos cómo *lo usamos* o el *abuso* que podemos sufrir o ejercer en su contra: ¿cuándo un cuerpo está en venta y cuándo es un instrumento, el mecanismo con el que “una persona” (por un momento separada de su propio cuerpo) se gana la vida porque con él construye casas o graba discos o escribe letras o vende perfumes de puerta en puerta? ¿Cuándo se pueden hacer chistes sobre él y cuándo (se nos dice que) no? ¿Cómo se vuelve una suerte de fantasma que está y no está, pero prestigia otras cosas con su presencia, su apariencia o su aparición?

El cuerpo nos (pre)ocupa porque nos (re)presenta (ante) el mundo de muchas maneras y, por lo mismo, necesitamos tomar postura: ponerlo y tocarlo como música, cultura *pop* y representaciones, como objeto de reflexión o vehículo de la memoria, y para eso es que hicimos, por segunda vez, un coloquio¹ en el que obtuvimos parte del material y muchas de las reflexiones que cobran cuerpo en este libro mediante

¹ II Coloquio Entreveramientos: *Poner y tocar el cuerpo: música, cultura pop y representaciones*, del 5 al 7 de julio de 2023.

acercamientos *distintos* porque los nuestros —sexos, edades, experiencias de vida y formaciones teórico-disciplinarias incluidas— lo son. Y pensamos que es urgente e importante reconocerlo y asumirlo así, de modo que serán las lecturas que Ustedes hagan de nuestro trabajo las que validen (o no) estas reflexiones críticas y determinen si sus objetos son intereses analíticos genuinos.

Y según dónde, cuándo y cómo se tejan estas ocho reflexiones, si puede sacudirse el sentido mismo del término, identificar los ejercicios de poder que condicionan sus representaciones (tanto como la construcción de imaginarios sociales y personales en torno suyo), o ver si, a final de cuentas, al cuestionar las prácticas que se le tejen y han tejido alrededor, lo que hacemos es construir (con los nuestros) campos de estudio más amplios donde acuerpar un entendimiento profundo de nuestro estar siendo en el mundo.

HIPODERMIS

Si hubiéramos podido entregar los ocho textos con una nota mínima, como quisimos en primera instancia, el resto del párrafo sería una lista poco útil de temas y autores: a Helena le interesa la corporalidad físico-lírica del *hair metal*; Alfredo revisa la construcción del *personaje* Gloria Trevi; Ingrid discute el albur como juego de apropiación corporal; Nora y Fabián entregaron la guía vocal de una *performance* a dos voces que publicamos por lo que sugiere, mientras el texto de Adriana está incluido por lo que discute; José muestra que, cuando son mediáticas, ignoramos las rupturas en la corporalidad de una época; Fernando expone la necesidad de discutir si el cuerpo es bien de consumo, instrumento de trabajo o, como propone Rodrigo, una identidad construida en ambas direcciones.

Los temas se hubieran enunciado, entonces, sin que se alcanzara a mostrar el tejido con que se ordenan los capítulos; un poco por no condicionar su lectura y otro tanto porque no siguen ejes metodológicos estrictamente compartidos. Y, sin embargo, sus afinidades temáticas existen y nos guiaron (aconsejados tras una lectura generosa hecha por alguien ajeno al Seminario) para ampliar la nota original introductoria tras disponer el material de forma mucho más orgánica. Es decir:

- abriendo con el texto “Vacilación, oscilación, vibración. Presencia de dimensiones de la corporeidad”, porque de alguna forma establece un marco teórico y subraya la importancia del cuerpo en la cultura y la urgencia con la que deberíamos reflexionar en torno suyo;
- siguiendo con tres reflexiones en que los cuerpos de mujer —Flans, Gloria Trevi, las MC de las BZRP sessions— son el vehículo (¿soporte, producto?) con que se difunde la música pop; y uno más que critica esta lógica corporal/industrial/cultural discutiendo con amplitud el *cuerpo-marca* como concepto previamente esbozado;
- y cerrando con tres más en que el cuerpo (ajeno) es, primero, objeto de deseo y gozo vicario a través de las fotos y portadas de discos; después, espacio de combate simbólico cuando el albur deviene poética de una canción popular; y, finalmente, pretexto y razón suficiente para hilar una crítica a las industrias culturales y sus estructuras a partir de imágenes poéticas e ideas libremente asociadas dentro del mismo imaginario *pop* que le da origen y cuyo sentido cuestiona

Nota editorial: en dos textos se usa *x* en sustantivos, adjetivos o pronombres para señalar simultáneamente género femenino y masculino, aun cuando sabemos que puede ser

un inconveniente al oralizarlos, pero asumimos que era difícil sustituirlas sin desdibujar la intensión de lxs autorxs. Así pues, no recurrimos a un femenino exclusivo (en oposición al más patriarcal que “neutro” masculino normativo) ni abundan formas agotadas en discursos de campaña (“las y los cantantes” en vez de “lxs cantantes”), porque no creemos necesario aclarar el sentido de un estilema escritural que hoy se reconoce como un gesto de compromiso con la pluralidad. Y porque es nuestra convicción que si alguna vez un libro de investigación no logra ser modelo de convenciones lingüísticas está, en cambio, siempre obligado a ofrecer un contexto adecuado (literario, político y académico) para el debate más amplio y plural del que seamos capaces. Disculpen, pues, las molestias que esta decisión ocasione: ha sido tomada con nuestra mejor intención de conversar entre todxs.

Vacilación, oscilación, vibración. Presencia de dimensiones de la corporeidad

Adriana Guzmán¹

“Algo que está “presente” se supone tangible [...] lo que implica que puede tener impacto inmediato en los cuerpos humanos”.

Hans Gumbrecht, *Producción de presencia*.

INICIO

Una vía que expande sustantivamente los estudios del cuerpo consiste en observar qué cosas hace, cómo las hace, qué efectos tiene, qué transformaciones posibilita, para lo cual es indispensable reparar en la importancia de la presencia del cuerpo y el peso de su materialidad. Para dar cuenta de lo anterior, en el presente texto se revisan, en un primer momento, reflexiones paradigmáticas dentro de la actual comprensión de la presencia signadas por autores como Heidegger, Derrida, Deleuze o Jean-Luc Nancy, que revelan la dignidad de la materialidad del cuerpo que, en seguida, se aborda a partir de dimensiones de la corporeidad, entre las que se comentan vitales potencialidades del cuerpo, como el ritmo, la mimesis y la percepción.

¹ Escuela Nacional de Antropología e Historia.

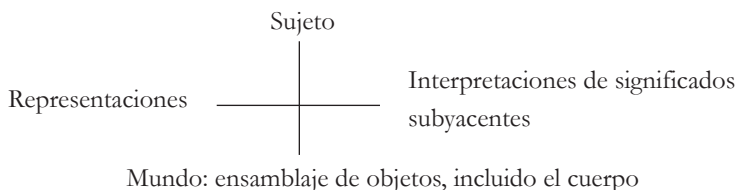
SOBRE LA PRESENCIA

Fascinante. El cuerpo es la constatación más inmediata de que nada en el humano es sencillo; en efecto, “nadie sabe lo que puede un cuerpo”, frase recuperada por una genealogía de autores —Spinoza, Nietzsche, Deleuze...— que han sucumbido ante el encanto de saber que no es posible conocerlo todo, pero en el camino desvelan secretos, complicidades y complicaciones.²

Una de ellas es que “somos cuerpo”, lo que quiere decir que el cuerpo habla de sí mismo —no hay diferencia radical entre objeto conocido y sujeto de conocimiento—, por lo tanto, los discursos —entramados argumentales y políticas conceptuales— implican una toma de posición. La de la metafísica construida desde la modernidad, aún predominante, introduce fuertemente las nociones de tiempo, espacio, signo y representación, tanto en la comprensión del ser como en la forma en la que el ser llega a la comprensión y en su estar en el mundo. En esta perspectiva, *grasso modo*, se define la relación entre la humanidad y el mundo como la intersección de dos ejes: uno horizontal que opone el sujeto como observador, excéntrico y descorporizado, y al mundo como un ensamblaje de objetos, incluido el cuerpo humano; el eje vertical representa el acto de interpretación a través del cual el sujeto penetra la superficie del mundo, a efectos de extraer el conocimiento y la verdad como sus significados subyacentes (véase Gumbrecht, *Producción de presencia* 41). Este paradigma es cuestionado en el giro epistemológico desarrollado por pensadores como Friedrich Nietzsche (1844-1900), Martin Heidegger (1889-1976), Jacques Derrida (1930-2004), Gilles Deleuze (1925-1995) o Jean-Luc Nancy (1940). Cuestionar la preeminencia de la me-

² El presente texto vincula temáticas trabajadas con antelación, cuyo detallado tratamiento se encuentra en Guzmán 2016 (sobre dimensiones de la corporeidad), 2017 (sobre mimesis), 2021 (sobre ritmo) y 2023 (sobre presencia).

Figura 1
Esquema simplificado de la relación entre el sujeto
y el mundo según la metafísica



Fuente: Elaboración propia.

tafísica conlleva dislocar el lugar central de la representación, que al ser entendida como “algo que está en lugar de otra cosa”, ha desplazado a la presencia. Heidegger (*Introduction to Metaphysics* 70-72) observa que la presencia se ha comprendido como “permanecer en sí mismo”, emerger a la luz y, con ello, al mundo de la visibilidad. Sin embargo, para este autor la existencia humana no es una presencia continua, un vivir perpetuo en el momento, sino más bien una duración. Estar en el tiempo significa estar inmerso en un intervalo cuyos horizontes temporales se extienden hacia el pasado y el futuro, por lo que la presencia es una situación u horizonte de una fase del tiempo humano y no el estricto ahora o presente temporal;³

³ “La idea de Heidegger es que el ser (*Sein*) se nos da temporalmente [...] en la forma de una presencia o esencia en el tiempo, por la que las cosas adquieren la objetivación que las constituye en entes. El ser se nos da en el tiempo como ente, o se nos presenta según un modo que toca al método fenomenológico dilucidar. Esta presencia (*Praesenz, Anwesenheit*) es una situación u horizonte esenciador de una fase del tiempo humano y no el estricto ahora o presente temporal (*Jetzt, Gegenwart*), y es el sentido primordial del término en Heidegger. Ella se entiende bien en la dialéctica de presencia-absencia con que él asume y corrige el método fenomenológico de Husserl. Tal presencia supone la comprensión del ser dentro de cierto horizonte” (Sanguineti, “Presencia y temporalidad: Aristóteles, Heidegger, Polo” 111-112).

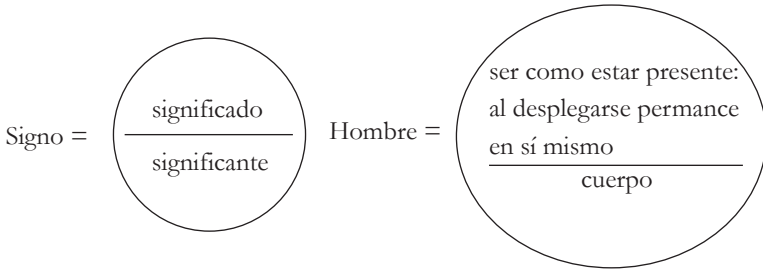
por ende, para que cualquier ontología sea realizable, primero tiene que iniciar una crítica de sus hipótesis sobre las relaciones directas entre presencia, estabilidad, visibilidad y unidad, ya que no puede basarse en un ser que es “sencillamente lo existente”, sino una presencia enormemente compleja que ostensiblemente no es estática y que incluye la ausencia. No hay unidad del sujeto, pues el ente oscila, entonces, entre ausencia y presencia, ocultación y revelación, visibilidad e invisibilidad, unidad y multiplicidad.

Así, únicamente estas especiales cualidades de movimiento garantizan la plena aparición del ser como presencia: vacilación, oscilación, vibración, que hacen referencia ya a una difuminación fundamental de la unidad del ente, ya a una perturbación constitucional de su “ser para la visión”. También son la manera de Heidegger (*Introduction to Metaphysics* 28) de revelar la ambigua naturaleza del ser respecto a su propia presencia, pues el ser es siempre y simultáneamente “a medias siendo y a medias no siendo”. Es a la vez presente y ausente en y por sí mismo, por ello “no podemos pertenecer enteramente a ninguna cosa, ni siquiera a nosotros mismos” (28).

Siguiendo este orden de ideas, para Jacques Derrida (*Writing and Difference* 249) la presencia, para ser presencia y autopresencia, desde siempre ha sido penetrada por la representación: el hombre como signo que tiene su significante —el cuerpo— inmutable, por lo que toda la historia de la metafísica occidental ha girado en torno a un centro fijo: el ser como estar presente, como aquello que al desplegarse permanece en sí mismo (279).

Derrida problematiza la idea de ser como presencia en todos los sentidos de la palabra y señala que ha sido sólo con Nietzsche, Freud y Heidegger como esa presencia como Verdad, como Sujeto y como Ser, respectivamente, dejaron de ocupar una posición central fundamental; promueve, entonces, la ruptura de la metafísica occidental como sistema de

Figura 2
Esquema simplificado del hombre
como signo según la metafísica



Fuente: Elaboración propia.

presencia que asegura su centro, al proponer la *diferancia* que desestabiliza el centro al introducir la movilidad fundamental del diferir y la demora (Derrida, *Writing and Difference*).

Diferancia es un neologismo que combina *diferencia* y el participio presente del verbo *diferir*, y es la clave de la estrategia que Derrida denomina deconstrucción, una nueva práctica de lectura para comprender la relación entre texto y significado. La deconstrucción investiga las condiciones de posibilidad de los sistemas conceptuales de la filosofía —que no debe ser confundida con una búsqueda de las condiciones trascendentales de la posibilidad del conocimiento—; en otras palabras, es una estrategia cuya premisa es que las diferentes significaciones de un discurso escrito pueden ser descubiertas descomponiendo la estructura del lenguaje con la que está escrito. A partir de ello señala que la escritura es un discurso diferido, puesto que hay un retraso entre el pensamiento y la inscripción de las palabras. Escribir es no estar presente. Al respecto, señala que las ideas tampoco están siempre presentes, puesto que toman forma a partir de ideas y recuerdos anteriores, se revuelven, se resuelven, se materializan y se transforman en ideas diferentes. Las ideas tienen historia y trayectoria al igual

que las vidas humanas. El momento presente es sólo un rastro de duración temporal a medida que pasa del pasado al futuro.

Asimismo, establece que la metafísica occidental de la presencia no es sólo temporal, también es espacial porque presupone la presencia directa de verdades eternas en la mente; pero para los humanos, estar es estar en el mundo en su extensión, y en la existencia terrenal no puede haber trascendencia de materialidad, de encarnación, de lugar. A partir de lo anterior, señala que las verdades, en lugar de estar siempre presentes en la mente, se mueven a través del espacio y el tiempo; son dinámicas y toman forma no sólo en lo inmutable y atemporal, sino también en el juego de diferencias a través del espacio y del tiempo. Además, el pensamiento humano depende de la memoria, el rastro de momentos pasados, por lo que, en cierto sentido, incluso la memoria es exterior a la inmediatez del pensamiento. Del mismo modo, los significantes del lenguaje están inscritos en la memoria, por lo que el habla depende del retraso temporal entre el aprendizaje del lenguaje y su uso. Así pues, es necesario considerar que hay diferencias irreductibles entre idea y palabra, palabra y escritura, palabra y habla, hablar y oír.

También Gilles Deleuze, influido por la crítica radical que Friedrich Nietzsche le hiciera a la filosofía y a la cultura occidental, se hace cargo del asunto, y en su reformulación de la filosofía, cuyo carácter distintivo postula, replantea los problemas ontológicos centrales; por ejemplo, qué es la realidad, por qué hay realidad pudiendo no haberla y qué es y cómo se da el sentido; y centra su reflexión en la noción de *acontecimiento*, cuyo tratamiento se vincula estrechamente a las nociones de *diferencia*, *contingencia*, *inmanencia* y *devenir*. Con este criterio moviliza categorías que se han tornado centrales no sólo para la filosofía, sino para las ciencias sociales y las humanidades: en lugar de *identidad* propone *alteridad* o *diferencia*; en vez de *eternidad*, sugiere *novedad histórica*; a cambio de *universalidad*, aboga

por la *unicidad del singular* y por el *universal situado*. Este giro epistémico se ancla en la compleja idea de que el acontecimiento es irrupción novedosa, acontecer temporal en su devenir, emerge a partir de la diferencia, pero se muestra como la relación inmanente a la diferencia misma que la hace real, es instancia última de sentido, pero también abismo sin fondo.

Este entramado conceptual centrado en el acontecimiento también descoloca los problemas ontológicos que convergen en la noción de “ser”, pues establece que el presente no equivale al ahora, sino que se extiende en actividad, afectos y efectos: “el pasado y el futuro no designan los instantes distintos de un instante supuestamente presente, sino las dimensiones del presente como tal, en tanto que contrae los instantes. El presente no tiene que salir de sí para ir del pasado al futuro” (Deleuze, *Diferencia y repetición* 71). Por lo tanto, hay una expansión del presente y también su multiplicación gracias a su vivir. El vivir ya no implica ni revela el presente, sino presentes: “dos presentes sucesivos pueden ser contemporáneos de un mismo tercero” (77).

Es, entonces, cuestión de identificar con el cuerpo cada modo de subjetivación como modos de contraer el espacio y la temporalidad, de crear y multiplicar síntesis, es decir, de crear, multiplicar e identificar el vivir como fundamentalmente constituido por una multiplicidad de presentes que se extienden hacia el pasado y el futuro de diferentes modos, según diferentes lectores, intensidades y afectos.

Es también cuestión de otorgarle a la materialidad de la presencia la capacidad de decir, por sí misma, sin que tenga que depender de representaciones, del lenguaje o de significaciones ocultas. Las fuerzas o energías presentes en toda materia, en todo cuerpo, son suficientes, como lo observa Deleuze sobre Miguel Ángel, de quien dice que contorsiona las figuras y las hace adoptar actitudes muy artificiales debido a que no trata de pintar cosas visibles, sino cosas invisibles,

es decir, fuerzas que se ejercen sobre las cosas visibles; es en las fuerzas, en las disposiciones y las energías que se entrecruzan como se construye la obra; de hecho, la pintura es volver visible lo invisible, como *La sagrada familia* de ese autor, de la que dice:

hay tres cuerpos. El pequeño Jesús está como sobre el hombro de la Virgen. Las tres figuras están tomadas en una especie de movimiento de serpentina [...] Un movimiento como si las tres figuras estuvieran literalmente derramadas en un chorro continuo [...] Ese movimiento de serpentina va a ser en efecto prodigioso, porque da al niño Jesús una posición absolutamente dominante que desde entonces va a fijar completamente la expresión de la figura. [...] Y los tres cuerpos se derraman por tanto en una sola y misma figura. Una misma figura para tres cuerpos. Es eso, no hay historia (Deleuze, *El concepto de diagrama* 67).

Figura 3
Miguel Ángel. La sagrada familia (Tondo Doni), ca. 1506.
Galería de los Uffizi, Florencia, Italia



Las materialidades, entonces, no son obligadamente representaciones ni dependen de significaciones trascendentes u ocultas, es más, no siempre ni necesariamente son significaciones, sino tensiones de fuerza que coinciden, se tornan acontecimiento en una multitud de presentes. Las materialidades, como las personas, son seres en devenir en múltiples presentes.

Por su parte Jean-Luc Nancy, en las primeras líneas de un libro programático *El nacimiento de la presencia* (1993), señala que la época de la representación es tan antigua como Occidente y, puesto que la representación es lo que se determina a sí mismo por su propio límite, es la delimitación para un sujeto y por este sujeto, de lo que “en sí mismo” no sería ni representado ni representable. Sin embargo, la presencia irrepresentable pura, o pura ausencia, es también efecto de la representación. El sujeto de la representación se representa incluso a sí mismo como el puro objeto de conocimiento y deseo que necesariamente sería la Presencia absolutamente dada; pero la presencia en su totalidad es algo que está viniendo: lo que significa, no “habiendo venido”, sino una venida, la acción de venir, de llegar. La presencia es lo que nace y no deja de nacer.

Así, la presencia o un acto de presencia no es algo determinado, pues los presentes son un “*continuum* de (estados de) cosas y eventos, tal y como se hallan presentes sensiblemente en el entorno de un ser humano. En él es relevante el modo como están dadas las cosas y los eventos. La mera existencia de objetos o el simple transcurso de los acontecimientos no bastan por sí solos para configurar un presente” (Seel, *Estética del aparecer* 7), pues es presente aquello que se aparece como presencia, misma que es disponibilidad para la percepción y el pensamiento (Noë, *Varieties of Presence*). Pero la presencia no viene dada gratuitamente; la presencia siempre es frágil, es algo que se logra, que se actúa de varias maneras, es decir, hay

variedades de presencia que son las diferentes maneras en las que se va logrando el acceso a lo que hay: el mundo.

“La presencia está en hacer y deshacer el presente, en entrar y salir de las lindes de lo definido, formado y constituido rebotado contra lo irreprimible, difícil de definir y siempre constituyente” (Ghosh, “Epilogue: Presence Continuous” 187), donde el presente “es el más estrecho, el más apretado, el más instantáneo, el más puntual [...], siempre todavía futuro y ya pasado [...]: permanece en el instante, para actuar algo que no cesa de adelantar y retrasar, de esperar y recordar” (Didi-Huberman, *El bailar de soledades* 119).

DIMENSIONES DE LA CORPOREIDAD

Al no haber unidad del sujeto ni estar caracterizado por la representación, lo que se tiene en la presencia es el devenir de la inmanente materialidad de los cuerpos en su multiplicidad; porque sí, el cuerpo es materialidad; ciertamente no se limita a ello, pero es una cualidad que no puede, no debe, negarse. Una de las principales consecuencias metafísicas del olvido, negación o soslayo del cuerpo —reconocible en algunos discursos religiosos o en el guiño de Descartes— ha sido negar la extensión y profundidad de la materialidad del cuerpo, que ahora es posible observar a partir de la consideración de algunas de sus distintas dimensiones.⁴

La más inmediata, la que normalmente se atiende, es el cuerpo interpretado, que apela a esa condición intrínseca del *homo sapiens* de significarlo todo o, cuando menos, de dotarlo de sentido, es decir, de ser simbólico; alude a la interpretación que el otro hace del cuerpo que se es, lo que a la vez condiciona la interpretación propia, tanto de sí como del cuerpo del otro; es el espacio del signo por excelencia y, por ende, donde

⁴ El tratamiento detallado de las dimensiones del cuerpo y su articulación se encuentra en Guzmán, 2016.

se hace evidente la mayoría de los discursos sobre el cuerpo; en esta dimensión lo más sobresaliente es la claridad que se tiene de que otro interpreta, es decir, “sé que soy en la medida en que soy para algún otro”.

El cuerpo interpretado está directamente relacionado con la postura corporal, que es el resultado, en términos de colocación postural y movilidad, de todo lo que influye en la permanente construcción del cuerpo: propiocepción, emociones, sensaciones, sentimientos, pensamientos, conceptualizaciones, discursos, imágenes, representaciones, acciones, etc.; corresponde a la parte más notoria del cuerpo, es decir, a las actitudes corporales como la construcción muscular y de colocación ósea debido a las posturas al estar parados, caminar o sentados, así como a las modificaciones por tensiones en ciertas áreas del cuerpo; todo ello determina las dinámicas gestuales de cada persona. Cuerpo interpretado y postura corporal son la parte más notoria del cuerpo.

Pero existe el hábito según el cual “cada elemento se convierte en un significante al que se le pueden atribuir significados. Así [...] no hay nada más allá de la relación entre significante y significado” (Fischer-Lichte, *Estética de lo performativo* 35); pero el cuerpo debe ser comprendido como integrante de un proceso continuo en el que la conceptualización del mundo no lo precede, sino que está enraizado en su misma materialidad, que no es pasiva, no es una simple *res extensa* dispuesta a ser llenada de contenidos, algo que deba quitarse para encontrar los significados, simbolismos o contenidos ocultos, y su presencia no es lugar de lo superficial, la apariencia o el engaño. La presencia no es representación, no remite a una referencia última, preexistente, fundante de la vida humana, no reclama una interpretación última, no necesita ser remplazada o sustituida por signos; no se trata de significados depositados en la carne, inscripciones grabadas en el cuerpo, sino que designa su carácter dúctil, contingente, inmanente. Además, ningún discurso puede capturar enteramente la materialidad.

Es, entonces, cuestión de otorgarle a la materialidad de la presencia la capacidad de decir, por sí misma, sin que tenga que depender de representaciones, del lenguaje o de significaciones ocultas, sino como tensiones de fuerza que coinciden y se tornan acontecimiento en una multitud de presentes. Las materialidades, como las personas, son seres en devenir en múltiples presentes. El cuerpo es presencia, la plenitud de un aparecer que llega directamente a la percepción,⁵ que es piel, sensación y acción, la articulación de todo lo que la persona es y es en el mundo; es el cuerpo percibido, que alude a la forma en la que se percibe el cuerpo de sí siempre en correspondencia con el cuerpo otro; es decir, en la conformación de la percepción de sí, se involucra la forma en la que el otro “me percibe”.

Para asomarse a la capacidad del cuerpo percibido es valioso recuperar algunas de sus potencialidades más vitales: ritmo y mimesis. El ritmo⁶ está en la base de toda actividad humana; es la condición de posibilidad de estar vivos, de ser humanos, pues todo en el hombre es o contiene un sustrato rítmico, desde la respiración, los latidos del corazón, la cines-

⁵ La percepción es un complejo proceso, acto cognitivo que implica abstracción, síntesis, comparación, selección, discriminación (sin que en ello medie palabra alguna); estos actos, considerados de la más elevada reflexión, son ya propios de la percepción, facultad que es del cuerpo. La percepción es el modo de estar del sujeto consigo mismo y con el mundo. Percepción es articulación, vinculación, poner en relación las sensaciones, pero también al sujeto consigo mismo y con el mundo en un ámbito en el que no hay palabras; no es el universo de las significaciones, sino aquel donde se gestan, condición *sine qua non* de las mismas. Esta es la razón por la cual es extremadamente difícil hablar de la percepción, pues no es algo que pueda señalarse con palabras, es una dimensión donde las sensaciones, las emociones, los sentidos, los sentimientos e incluso los saberes del sujeto se ponen en marcha, pero sin que ello sea necesariamente un acto consciente. Percibir colores, formas, olores, sabores, temperaturas, temperamentos, actitudes, energías, implica un aprendizaje que no depende de la voluntad, sino que es cualidad intrínseca de la intencionalidad.

⁶ Un tratamiento detallado sobre el ritmo se encuentra en Guzmán, 2021.

tesia de estar en el mundo, hasta el aprendizaje de una lengua que empieza a ser posible por el reconocimiento de modulaciones, cortes, secuencias, entonaciones, muy lejos aún de todo posible significado. Estar en el mundo es estar entre ritmos y por el ritmo, a tal grado que incluso podría decirse que el ritmo es el mecanismo de funcionamiento que se encuentra en la base de la percepción, incluido, por supuesto, el funcionamiento del aparato intelectual entero que está sometido a los ritmos que integran a la persona, lo cual es posible, en principio, gracias a la percepción, que ya es pensamiento.

El ritmo inculca saberes, así sin más, pues el ritmo no es conceptual, de hecho, es una condición originaria que hace posible estar en contacto con el mundo. El ritmo es espacio y se extiende en tiempo; no define, más bien, “narra en múltiples dimensiones” el manejo de diferentes lenguajes, el conocimiento directo de medios diversos.

Entender el ritmo implica pensar *desde* el ritmo, pues ni los cuerpos ni el mundo son sólo carne, forma, color, materia, figura, concepto. Son todo eso a la vez que movimiento, sensorialidad, percepción, emotividad, afecciones: las energías que todo lo animan y que sólo es posible captarlas en su constante devenir, en su ritmicidad, en el tejido de relaciones que constantemente construyen, en la forma en la que constituyen la percepción y la experiencia misma.

El ritmo es estar en el mundo, lo cual también quiere decir estar *con* el mundo en su creación permanente y de sí; y es en este mundo, que es dado en principio por la percepción, donde aparecen los elementos fundadores del ritmo. Esta situación es vivida como una compleja red de interconexiones, puesto que no hay un ritmo, sino una confluencia, a cada instante, una red de ritmos siempre presentes. En cada momento, la percepción del mundo se adecua, en cada cambio se produce una reorganización integral e instantánea de todas las sinergias que están presentes en ese instante, tanto las propias

como las del mundo todo: existencia del hombre e insistencia de las cosas sobre él. El ritmo es una forma de la presencia, un existencial, una garantía de realidad, un devenir en tiempo y espacio. En el ritmo todo es posible, o es el lugar de la posibilidad, pues hay diversidad de ritmos que no siempre ni necesariamente se encuentran sincronizados entre sí y con el entorno. Si el ritmo es un devenir en tiempo y espacio, lo que hay en realidad son diversos tiempos y espacios.

¿Qué es, pues, el ritmo? Juego de contrastes, sucesión de alternancias, repeticiones diferenciadas, interacciones, frecuencias, la experiencia de lo presente y lo ausente, de lo que aparece y desaparece en la sensorialidad, en la emotividad, en la reflexión; de la desaparición y el renacimiento que proviene de la repetición y la diferencia, de la innovación en cada repetición, de lo habitual y lo imprevisto; es tránsito entre lo regular, lo irregular y lo que deja de aprehenderse en esos términos; continuidad y discontinuidad de los perceptos, de lo emotivo, de las sensaciones; continuidad de la afección, lo pasional y discontinuidad de la sensación. Flujo y reflujo de energías, de lo abierto y lo cerrado, de la opacidad y los horizontes, de los obstáculos y las perspectivas. De todo aquello que se implica entre sí y que se complica al imbricarse.

La mimesis⁷ o capacidad imitativa (tan despreciada) es una forma vital de la experiencia y de la adquisición de conocimientos; es provocativamente sencilla y poderosamente seductora, pues apela a la correspondencia uno-a-uno; es comunión, lo que hace posible dirimir la tajante división entre yo y otro, entre sujeto y objeto, entre lo que es y lo que debería ser, entre las esferas humanas de la experiencia, la acción y la producción simbólica, entre teoría y práctica; es una interpenetración mutua de esferas donde incluso lo imitado se convierte en real o en original haciendo comprensible el poder de la copia.

⁷ Un planteamiento detallado sobre la mimesis aparece en Guzmán, 2017.

La mimesis abre el universo de lo posible al establecer diálogos con el mundo, actividad en la que propiamente hablando no “desvela”, sino que, en todo caso, “revela”, puesto que no da forma a algo preexistente, no exterioriza nada interior, sino más bien descubre o encuentra algo. No formaliza, preexiste. La mimesis aprehende, comprende y reproduce, involucra la memoria a la vez que es una dinámica del acto de recordar. La mimesis “cuenta, platica” también con gestos e imágenes, por eso es rítmica. La mimesis es algo más amplio y también más difuso que el concepto, se refiere no tanto a objetos o ideas como a procesos, sucesos, actitudes, intenciones; lo cual acerca a una mayor comprensión de la empatía e incluso del contagio, esas maneras en las que hay una potente vinculación con los demás seres vivos o situaciones del mundo, pues el hecho de que se aprehendan o se comprendan las acciones realizadas por otros individuos y que se reconozcan como parte, o no, del repertorio propio, permite que surja un espacio de experiencias compartidas entre diferentes seres. La mimesis es esa compulsión de ser otro, dirá Benjamín.

Es facultad de la mimesis el aprendizaje que no necesariamente es conceptual ni pasa por *logos* alguno, por ejemplo, el que se da a partir de la percepción y el ritmo. En este caso “lo igual se conoce por lo igual”, y conocer, finalmente, consiste en un proceso por el cual se reconoce lo que hay, lo que se es, lo que se tiene en sí mediante lo otro. La mimesis es la aprehensión y comunión o rechazo de los ritmos, también emotivos, de intenciones y actitudes; es decir, del *continuum* de las cualidades sensibles del mundo cuyas variaciones son las que hacen posible su percepción: el mundo de los ritmos visuales, auditivos, cinestésicos, energéticos, táctiles, kinestésicos... de la vida misma, emotiva, vital, contundente: es el ritmomimismo.⁸

⁸ Sobre el ritmomimismo, véase Jousse, *L'Anthropologie du geste*.

Gracias a ello es posible imitar la realidad externa en términos de cómo funciona la naturaleza y en cuanto a la copia de la apariencia de las cosas (y puede incluir la representación), así como la imitación de comportamientos, modelos, conocimientos y valores que logran generar trasposición de marcos y complejas redes emocionales; un acto capaz de modificar el carácter, pues la mimesis hace posible la conexión o creación de intrincadas redes emotivas que generan placer, deseo, rivalidad, compasión, comunión, empatía, rechazo. A partir de la mimesis, también es posible que cosas, objetos, eventos o situaciones del mundo, establezcan relaciones miméticas entre sí: el poder de la agencia.

Con la mimesis se revela o expresa la realidad interna, y en este juego de aprehensión de realidades la frontera entre el interior y el exterior se hace difusa, lo cual permite que cada contacto sea siempre novedoso. La mimesis es acto en potencia y potencia del acto, es un acto de presencia y, con ella o en ella, de unión. La mimesis es un hacer confluír los ritmos de todo lo vivo: la puesta en marcha del ritmomimismo que permite comprender la indisoluble interconexión entre percepción, ritmo y mimesis.

Toda imitación produce un aprendizaje sumamente complejo, ya que implica *captación, adecuación y potenciación*, lo que conlleva *conocimiento, reconocimiento, aprendizaje y comprensión* y apela, de la misma manera, a *semejanzas, analogías o ciclos repetitivos*. La mimesis es una compleja experiencia que aparece en función del *objeto* (objetos, personas o situaciones), del *medio* (procesos de aprendizaje, adquisición o reproducción) y del *modo*, que involucra tecnologías, actitudes, desarrollo de capacidades y situaciones anímicas individuales o colectivas, lo que incluye comportamientos, modelos, conocimientos y valores.

El conocimiento y la experiencia generados por el ritmo y la mimesis cabalmente vinculados con el cuerpo percibido están en correspondencia directa con la imagen corporal, que

las más de las veces se confunde con el esquema corporal, o bien, por falta de su cabal comprensión se realiza una fusión de ambos,⁹ pero la imagen corporal es el mapa tridimensional creado a partir de imágenes visuales y motrices que cada quien tiene de sí, anclado en el esquema corporal.¹⁰ En su construcción es fundamental la vida emotiva de la persona, aunque ello no necesariamente se encuentra a simple vista, por lo que no alude a lo que se observa del cuerpo; de hecho, de la imagen corporal se perciben reflejos, insinuaciones, proyecciones. Cuerpo percibido e imagen corporal navegan en los intersticios del imaginario, donde las certezas y las fronteras siempre son difusas.

Asimismo, está el fluir de la vida, que en términos de cuerpo es fundamental, por lo que es indispensable considerar el cuerpo vivido, que se refiere a todo aquello de la experiencia que no es traducible o explicable; lo que tiene que ver con la propiocepción, la kinestesia, la cenestesia, es decir, ámbito de vivencia interior; el ejemplo privilegiado es el dolor, pues, por mucho que se intente explicar en qué consiste, en realidad sólo cada quien sabe cómo le duele su dolor.

El cuerpo vivido está directamente relacionado con el esquema corporal, el mapa tridimensional creado a partir de imágenes visuales y motrices que cada quien tiene de sí, anclado en la estructura anatomofisiológica en movimiento. En términos generales, se comparte con la mayoría de los humanos, sobre todo mientras más cercanos sean en cuanto a cultura, edad, género y actividades realizadas. Cuerpo vivido

⁹ El esquema corporal se ancla en la estructura anatomofisiológica en movimiento, mientras que la imagen corporal se ancla en el esquema corporal.

¹⁰ Una clara diferencia entre el esquema y la imagen corporales es la condición de “miembro fantasma”, en la que una alteración en el esquema corporal —la falta de un miembro— no lleva consigo la restructuración que le sería propia dentro de la imagen corporal, aun cuando este tipo de alteraciones no se limita a ello.

y esquema corporal son el universo de lo real que resulta intraducible.

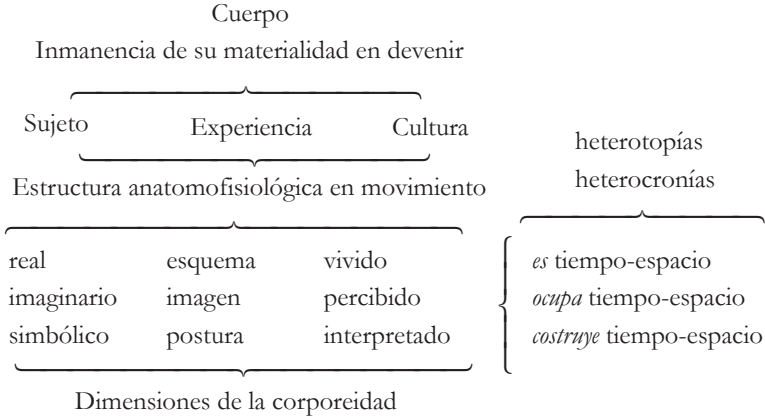
En este entramado de dimensiones de la corporeidad se evidencia que el cuerpo en sí mismo es universal y particular. Todos los *homo sapiens* están constituidos, en principio, por el “mismo” cuerpo y, por ende, las mismas potencialidades, de aquí las tremendas similitudes dentro de la infinita variedad. A la vez, los cuerpos son una construcción cultural y, aún más, absolutamente individual. El cuerpo, los cuerpos, son la muestra de que la frontera entre aquello que se ha llamado naturaleza y cultura —y los correlatos con ello emparentados—, si es que existe, es sumamente borrosa, permeable, dúctil.

También se evidencia que la materialidad del cuerpo resalta su cualidad de ser parte del mundo y de estar en contacto con las cosas del mundo y, en esa medida, también de construirlo. No hay un mundo ni un cuerpo dados de antemano, es en su contacto permanente como se construyen; en ello, las potencialidades del cuerpo, siempre ancladas en su materialidad, generan multiplicidad de opciones que dejan ver que el nacimiento constante de la presencia es también ausencia, vacilación, oscilación, vibración; se moviliza por el diferir y la demora, son tensiones de fuerza que coinciden, se tornan acontecimiento en una multitud de presentes.

Se hace igualmente evidente que, cuando se dice que hay un tiempo —el de los relojes y calendarios—, se soslaya la experiencia y con ello la cualidad del cuerpo de ser y crear tiempos. El cuerpo es tiempo, tiene tiempos y percibe tiempos de forma diferenciada; es tiempo, pues transcurre, está en devenir; tiene tiempos, los del dormir, comer y despertar, y percibe con distintas tonalidades los tiempos de espera, de urgencia, de miedo. De la misma manera es espacio; claramente su materialidad no sólo ocupa un espacio, sino que es espacio, y con su movimiento construye espacios a los que dota de cualidades diversas: fuertes, plenos, vacíos, lánguidos. En

situaciones paradigmáticas —un ritual, una danza—, los cuerpos colaboran en la creación de heterocronías y heterotopías, distintos tiempos y espacios ensamblados.

Figura 4
Esquema simplificado de las dimensiones de la corporeidad.



Fuente: Elaboración propia.

Atender la inmanente presencia de la materialidad de los cuerpos en su multiplicidad a través de las dimensiones de la corporeidad posibilita observar discursos, imágenes y acciones en su construcción y adentrarse más allá de lo que representan, ejemplifican o reflejan; permite tratar de elucidar qué cosas hacen, cómo las hacen, qué efectos tienen, qué transformaciones posibilitan, qué otredades instauran, qué magia cultivan.

FUENTES CONSULTADAS

ARTÍCULOS

- Guzmán, Adriana. “Cosas del ritmo”, *Rhythmos*. 2 de abril, 2021. <http://rhythmos.eu/spip.php?article2724>
- Sanguinetti, Juan José. “Presencia y temporalidad: Aristóteles, Heidegger, Polo”, *Studia Poliana* 3 (2001), 103-126. <https://revistas.unav.edu/index.php/studia-poliana/article/view/26115/21955>

CAPÍTULOS

- Ghosh, Ranjan. “Epilogue: Presence Continuous”. *Presence. Philosophy, History, and Cultural Theory for the Twenty-First Century*. Cornell University Press, 2013.
- Guzmán, Adriana. “El Don. Reconsideraciones sobre la mimesis”. *Dilemas de la representación: presencias, poder performance*. Universidad Autónoma Metropolitana / Instituto Nacional de Antropología e Historia / Juan Pablos, 2017.
- Guzmán, Adriana. “De la *parousía* a la presencia o de la teología a la antropología”. *Presencia: acciones estéticas y políticas*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2023.

LIBROS

- Deleuze, Gilles. *El concepto de diagrama*. Cactus, 2007.
- Deleuze, Gilles. *Diferencia y repetición*. Amorrortu, 2009.
- Derrida, Jacques. *Writing and Difference*. University of Chicago Press, 1978.
- Didi-Huberman, Georges. *El bailar de soledades*. Pre-textos, 2008.
- Fischer-Lichte, Erika. *Estética de lo performativo*. Abada Editores, 2011.

- Gumbrecht, Hans Ulrich. *Producción de presencia*. Universidad Iberoamericana, 2005.
- Guzmán, Adriana. *Revelación del cuerpo. La elocuencia del gesto*. Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2016.
- Heidegger, Martín. *Introduction to Metaphysics*. Yale University Press, 1987.
- Jousse, Marcel. *L'anthropologie du geste*. Gallimard, 1974.
- Nancy, Jean-Luc. *The Birth of Presence*. Stanford University Press, 1993.
- Noë, Alva. *Varieties of Presence*. Harvard University Press, 2012.
- Seel, Martin. *Estética del aparecer*. Katz, 2010.

Corre, corre, corre, sin mirar atrás. Flans 1985: la nueva corporalidad juvenil mediática en México

José Hernández Riwes Cruz¹

DE RUPTURAS QUE EN APARIENCIA NO DEBERÍAN ROMPER

“Hasta ahora yo no había considerado a Flans como un elemento de ruptura cultural en México”, me comentó la doctora Danna Levín un tanto sorprendida, pero con una sonrisa de aprobación después de mi presentación de un esbozo de este artículo durante las Cuartas Jornadas Académicas del Departamento de Humanidades de la UAM Azcapotzalco. “En 1985 yo tampoco lo hubiera hecho”, respondí con una mueca de complicidad. Ahora, casi cuarenta años después, cuando la distancia y las nuevas perspectivas de la crítica musical abren horizontes de análisis insospechados, encontré que más allá de que Flans fuera un producto “de laboratorio”, carente de “ideas en lo que se refiere a contenidos” (Farrías Bárcenas 290), tuvo un fuerte impacto en la construcción de una nueva corporalidad femenina adolescente en México durante la década de 1980.

Considero que es gracias a la distancia temporal como se puede vislumbrar algún valor ahí donde uno sólo veía un agente de lo superficial, del artificio, de la enajenación, del simulacro o —ya montado en un radicalismo más domingue-

¹ Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco.

ro—, del capitalismo, de lo comercial, de lo plástico... que sí, son partes fundamentales del discurso estético y crítico de la “música ligera” (denominada así por Harrison en 1984 (2005) o Torrego en 1999, pero también por Bosio y Cerati en 1990) y que, por lo mismo, invisibilizan las bondades que puede haber en ella.

Así pues, voy a emplear el término *música ligera* para referirme a aquella que se denomina peyorativamente como *pop* y que es, justamente, la que se asocia a la producida por una industria corporativa con el objetivo principal de satisfacer un mercado masivo, sin mayores pretensiones estéticas o críticas que cubrir la moda del momento. Como afirma Frith:

[una] fuente del discurso musical es el mundo de la música comercial (lo que Bourdieu llamaría cultura mayoritaria) [...]. Sus valores se crean y organizan en torno a la industria musical, en torno a los medios y posibilidades de convertir los sonidos en mercancías; por lo tanto, el valor musical y el valor monetario se equiparan, y las ventas se convierten en la medida y el símbolo de la “buena” música *pop*. El mundo de la música comercial también se organiza en torno a tipos particulares de eventos musicales (eventos como conciertos promocionales y discotecas) que ofrecen una especie de trascendencia rutinaria, que vende “diversión”. (*Performing Rites* 41)

¿Por qué no llamarla simplemente *pop*? Porque en México (como en otras geografías) entramos en una disyuntiva cuando aparece una obra musical *pop* cuya estética y discurso rompen con el sentido comercial y superficial de lo que he definido como música ligera. A eso se le suele llamar “pop inteligente” o “buen *pop*”, pero no quiero entrar en una discusión sobre la validez o la corrección política de estos tiempos en cuanto a los adjetivos “inteligente” y “buen”.

Flans, por su parte, concreta el proceso que Televisa emprende a principios de los años 80 para cambiar la imagen mediática de juventud que hasta entonces había manejado.

Durante una década (desde principios de los años 70 hasta principios de los 80) los públicos adolescente y juvenil fueron un sector abandonado por la televisora y el mundo del espectáculo mexicano o, mejor dicho, fueron arrumbados con el público infantil o el adulto, dependiendo de qué tan cerca, de acuerdo con la edad, estuviesen de ellos. Es entonces cuando se busca recuperar este sector debido a los cambios sociales, políticos, económicos y culturales que se están dando dentro y fuera del país, en donde jóvenes y adolescentes tienen una participación más significativa.

EMPEZAR DE NUEVO SIN ROMPERLO TODO

Para 1979, Televisa se había convertido en “el monopolio mediático mexicano”. No sólo contaba con cuatro canales de televisión abierta, también tenía revistas de espectáculos de distribución masiva, un estudio cinematográfico, estaciones de radio (y repetidoras en el plano nacional), dos sellos discográficos, una fundación cultural relacionada con la Universidad Nacional Autónoma de México y casi cuatro docenas de compañías de diferentes tipos. “Estas empresas se ajustaban perfectamente al nuevo objetivo de Emilio Azcárraga Milmo [dueño y presidente del emporio]: acaparar el sector juvenil [que comenzó a gestarse desde mediados de los 70]” (Fernández y Paxman, *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, 227), que no sólo estaba teniendo un cambio importante en la participación social, política y cultural en el mundo, sino que en las geografías estadounidense, inglesa, española y argentina también lo hacían a través de la música *pop*, como ya había ocurrido a finales de los años 50 y durante los 60 en Occidente.

A diferencia del desarrollo orgánico que la imagen mediática de juventud en México tuvo durante los años de transición del rocanrol al *rock*, el que tuvo lugar durante los años

70 fue muy artificial. Bajo la batuta de Televisa, muchas veces en concordancia con el Estado, por lo general caía en dos categorías: “adultos-jóvenes” (representados por jóvenes aseñorados, como José José o Manoella Torres, por poner un par de ejemplos) y “adultos-chiquitos” (representados por el Chavo del 8 o Chabelo). ¿Cuál era el punto de concordancia entre estas dos imágenes? La responsabilidad respecto de la sociedad y el proyecto de nación:

Los medios al servicio del Estado [Televisa], las instituciones, los programas y los discursos oficiales mexicanos se habían empeñado históricamente en la representación de una juventud ejemplar —útil para el modelo socioeconómico: productiva, disciplinada, ordenada y volcada al servicio del proyecto de nación— acompañada por la contención y represión que encontraba su defensa en el retrato de una juventud indigna, descarriada, extranjerizada, ociosa y proclive a la delincuencia. (Diego, “Punk was dead and now it’s found...” 126)

Para 1979, la encarnación mediática de juventud, en el ámbito de la música ligera, estaba representada por personas que tenían entre 24 y 33 años, como Emmanuel, Lupita D’Alessio, Manoella Torres, Juan Gabriel, Lila Deneken, Estela Núñez, José José, José María Napoleón, Álvaro Dávila y Sergio Esquivel. Todos ellos reflejaban un aseñoramiento y rigidez en su expresión corporal, desempeño escénico y forma de vestir, así como en entrevistas, imágenes promocionales y portadas de discos, pues, aunque en ocasiones los vestuarios podían ser casuales-formales, era habitual que los cantantes hombres aparecieran de traje y corbata, mientras que las mujeres llevaban vestido de noche. Eran el perfecto modelo a seguir para quienes anhelaban ser parte de la “juventud dorada”. Un anhelo sublimado por la música, pues “los componentes visuales son centrales en el disfrute y las relaciones sociales que se establecen por intermediación del sonido” (Granados, “Políticas de significación en el documental de rock mexica-

no” 128). Vestirse como estos intérpretes, imitar sus guiños y gestos, escuchar su música, asistir a sus presentaciones y convivir con otros concurrentes fue una práctica denominada “bohemia”, y fue una marca de estatus entre la clase media conservadora.

Ahora bien, otra parte del aseñoramiento de estos jóvenes representantes de la bohemia radica en que interpretaban baladas románticas compuestas por personalidades asentadas en la industria, como Roberto Cantoral, Armando Manzanero o Felicia Garza, quienes tenían alrededor de 45 años. Competían en un mercado en el que los baladistas consagrados, como Imelda Miller, Víctor Yturbe o Gualberto Castro, así como las alguna-vez-estrellas-del-rocanrol-que-ahora-se-habían-integrado-a-este-género-suave, como Enrique Guzmán, Johnny Laboriel, Manolo Muñoz o Luis “Vivi” Hernández, tenían entre 35 y 45 años. Los años 70 en la televisión era un mundo enfocado al adulto o a convertirse lo más pronto posible en adulto.

Sin embargo, para mediados de esa década, nuevas tendencias culturales estaban surgiendo tanto en Occidente como en Hispanoamérica, planteadas por y hacia la nueva generación de adolescentes y jóvenes. Azcárraga estaba consciente de este cambio y comenzó a buscar la manera de integrarlo a su programación y discurso de manera orgánica, que no supusiera una explosión mediática estridente como la que estaba ocurriendo en Estados Unidos e Inglaterra con las escenas musicales emergentes, ya que un cambio así podía generar situaciones incómodas tanto para Televisa como para el Estado.

Aún a finales de la década de 1970, la imagen de la juventud en México, sobre todo la que estaba relacionada con la esfera intelectual, seguía siendo incómoda. Sucesos como los de Tlatelolco en 68, el jueves de Corpus y el Festival de Avándaro en 71; los hechos relacionados con la Liga Comunista 23

de Septiembre; el desorden del concierto de la banda de *rock* Chicago en el Auditorio Nacional en 1975, y la atención mediática enfocada en los chavos banda de las zonas marginadas de la ciudad seguían generando mucha tensión, señalamiento y represión hacia ese sector, tanto por instituciones gubernamentales como por la sociedad.

Para beneplácito de Azcárraga, en 1978 y 1981, específicamente, llegaron a México dos fenómenos musicales que comenzaron a relajar la imagen mediática de juventud y, por ende, la visión general hacia los muchachos, pues no traían consigo un discurso politizado ni de rebeldía, sino simplemente de diversión.

SERÉ LA LLAMA DE TU FUEGO

El primero de estos fenómenos en llegar fue la música *disco* en 1978, que trajo una soltura corporal diferente a la que presentaban los jóvenes baladistas del momento. Mientras que el tiempo de las canciones románticas oscila entre las 80 y las 110 pulsaciones por minuto, el de la música *disco* fluctúa entre las 110 y 136, y contiene ritmos más vigorosos, pues estaba diseñada para bailar. Con ello, la juventud regresó a los salones danzantes —para ese momento denominados discotecas— y a mostrar sus mejores pasos en los foros de Televisa en el programa *Fiebre del 2*, pues las emisiones dedicadas a los públicos jóvenes y a la música moderna habían sido canceladas después del Festival de Avándaro, el 11 de septiembre de 1971.

Aunque el programa se transmitiera por uno de los canales negros de Televisa, la música disco “en México fue un signo distintivo de una élite, ya que su popularidad se concentró en las clases medias y altas capitalinas [...] quienes escuchaban música *disco* eran ‘los fresas’, ‘los popo!’” (*El Universal*). Las discotecas “se ubicaban en zonas ‘exclusivas’ de la ciudad,

como en la Zona Rosa, Las Lomas, San Ángel, el Toreo y Satélite” (*El Universal*); y reinaba la música en inglés, lo cual también marcaba una distinción de clase y estatus, ya que no mucha gente hablaba la lengua. La vestimenta era glamorosa, pero no formal; pantalones acampanados, camisas de cuello largo desabotonadas, licras brillantes, pantalones de satín, vestidos elegantes, zapatos de plataforma y accesorios. Todo esto abrió la posibilidad de que la sociedad aceptara una moda mucho menos rígida para un consumo más juvenil que maduro, y más maduro que adulto. También preparó el camino para la llegada a México del segundo fenómeno musical que relajaría aún más esta rigidez juvenil.

Para 1981, el grupo Menudo ya era el prodigio musical más grande en Hispanoamérica que despertaba pasiones en un público púber y adolescente temprano, similares a las que The Beatles generaban en sus conciertos. El conjunto originario de Puerto Rico estaba integrado por cinco muchachos de entre 10 y 15 años, de rostros bellos y personalidad carismática; realizaban coreografías sencillas, pero divertidas y reproducibles; cantaban letras que atendían a la imaginación adolescente; vestían ropa que llamaba la atención desde el primer momento, si no por ridícula o estrambótica, sí por lo diferente (*Carrizosa, La onda grupera...* 145-150); e interpretaban canciones de *rock*, *balada* y fórmula italiana. Estos elementos fueron suficientes para llenar cuatro veces el Auditorio Nacional y una el Estadio Azteca, y hay que reconocer en Menudo el origen del concepto contemporáneo de *boy band*.

Menudo estableció un nuevo estándar técnico y logístico para las presentaciones masivas en México, pero su aportación fue mucho más valiosa en cuanto a volver más relajado el cuerpo en el espacio escénico, en dar más soltura a los movimientos físicos de los intérpretes de música ligera. Aunque no consiguieron que su público se vistiera como ellos, su atuendo, sumado a sus coreografías, revelaron un discurso

erótico hasta entonces no explotado por la televisión mexicana con la gente púber y adolescente temprana. Sumado a esto, el grupo volvió a abrir la puerta a la música moderna a través de versiones de éxitos de *rock* clásico y baladas *pop* con motivos roqueros. Aunque los jóvenes bohemios mantenían una fuerte presencia en el *mainstream*, Menudo y la música disco cerraron más la brecha ente los públicos maduro y juvenil, y púber y adolescente temprano. Faltaba una pieza para terminar el puente, una buena propuesta que cubriera los públicos adolescente tardío y juvenil.

SI ES DE FRAC, ¡NO VOY!

A principios de la década de 1980, Televisa ya estaba muy metida en el proceso de cambio de imagen de la juventud, no sólo por sus intereses comerciales, sino por establecer otro punto de colaboración con el Estado y así evitar su nacionalización. México tenía de frente varios compromisos internacionales y lo que menos necesitaba eran sucesos similares a los ocurridos en años anteriores, encabezados por una juventud políticamente activa. Era necesario generar una imagen de juventud menos nociva y más saludable, inofensiva hasta cierto punto.

Por supuesto, esto no impidió que la televisora se enfocara más en tomar a la juventud como blanco comercial que como sector social integrado a la vida pública del país. La empresa de Azcárraga fijó su mirada en tendencias internacionales contemporáneas exitosas dirigidas a públicos jóvenes para integrarlas a su discurso. Así fue como el *new wave* disfrazado de *punk rock* y el *hip-hop*, a través del *break dance*, tuvieron una difusión discreta pero masiva en el país. Nueva música, arte, diseño gráfico, moda, y una expresión corporal más suelta empezaron a relevar, lenta y de manera un poco torpe tanto a Menudo y sus secuelas, como a la música *disco*.

Para ese momento, el público infantil ya era atendido por niños con programas cómico-musicales, como *Chiquilladas* (Navarro, 1981-1987), o concursos como *Juguemos a cantar* (Velasco y Del Bosque, 1982-1983); y los jóvenes finalmente tuvieron mayor visibilidad con programas cómico-musicales ¡¡*Cachún Cachún Ra Ra!!* (De Llano y Cruz, 1981-1987), o de concursos como *Xe-Tú* (Estrada, 1982-1987). No obstante, la dirección musical seguía sin poder diseñar un producto estrictamente juvenil que no tuviera rasgos de aseñoramiento o infantilización.

La nueva generación de intérpretes baladistas mantenía su tendencia atendiendo a públicos juvenil, maduro y adulto, como podía verse en los participantes del concurso musical organizado por la marca de ron Bacardí: *Valores Juveniles* (1981-1997), o con cantantes noveles como Yuri, Daniela Romo o Alondra. El aseñoramiento seguía estando presente en su *performance*, con independencia de que tuviesen algún destello dirigido a públicos jóvenes... o infantiles, como el desastre que representó para la imagen de Yuri la canción infantil “El pequeño panda de Chapultepec” (1981).

En cuanto a los intentos por generar grupos dirigidos a los públicos adolescentes temprano y tardío, aparecieron *boy bands* y grupos mixtos, pero la falta de conciencia acerca de la edad de los integrantes por parte de los productores era notable, y el resultado solía ser un *performance* penoso. Pondré dos ejemplos: Ciclón, producido por Sergio Andrade, era una *boy band* que pretendía ser la respuesta mexicana a Menudo, pero sus integrantes rebasaban por mucho los 15 años. Un par de ellos incluso llevaba bello facial, lo cual era chocante, pues para ese entonces la imagen andrógina masculina era una marca de juventud de la cultura *pop* contemporánea. Fresas con Crema, producido por Luis de Llano, era el otro lado de la moneda. Haciendo honor a la mitad de su nombre, el grupo estaba integrado por cuatro chicas y tres chicos, cuyas letras,

música y coreografías estaban enfocadas en públicos púber y adolescente temprano, mientras que su expresión corporal y vestuario se dirigían a los públicos juvenil y maduro. Los integrantes de ambos grupos se veían ridículos al tratar de irradiar una edad mucho menor a la que tenían.

Andrade y De Llano eran los dos productores de conceptos juveniles más importantes de principios de los años 80. Ambos seguían la “fórmula T” —llamada así por Luis de Llano en función de Timbiriche, su proyecto más exitoso en esta línea—, la cual consistía en “la reunión de un equipo de especialistas que actuaría como soporte de un lanzamiento musical desarrollándolo a través de una visión de mercado con base en un estudio previo de los ámbitos y públicos a los que iba dirigido” (*Expediente pop* 144). Pero, hasta entonces, ninguno de los dos había obtenido un resultado satisfactorio. Sería Mildred Villafañe quien conseguiría, siguiendo dicha fórmula, generar un concepto que no sólo rompió con el esquema del joven-adulto o joven-aniñado, sino que abriría la puerta y sería la guía para que una serie de grupos y solistas (algunos nuevos, otros ya con carrera) fortaleciera, ahora sí, una nueva imagen mediática propia de la juventud.

ENTRE CUADROS Y REVISTAS, CAMISETAS, DISCOS Y JEANS

A. ALGO CAMBIÓ, ALGUIEN LLEGÓ Y NO TIENE REMEDIO

Al contrario de sus pares productores, Mildred Villafañe consiguió hacer una buena lectura de lo que estaba ocurriendo con la música moderna en otras geografías. Hizo a un lado las convenciones establecidas por Televisa y sus productores y generó una estrategia de mercado tomando prestados elementos esenciales del discurso estético y crítico del *new wave*, sobre todo del inglés y el español, como “la inteli-

gencia, la alegría, la apertura, el bricolaje cultural de espíritu libre, la ironía apolínea y, sí, la diversión” (Groff 29).

El éxito que consiguió Villafañe con Flans, su proyecto *new wave*, fue tal que no sólo logró influir en la percepción y actitud de los públicos jóvenes respecto de la música moderna, sino también en la de Televisa. El *new wave* era una manifestación musical que atrapó masivamente a los adolescentes de principios de los años 80 por su discurso estético y crítico; algo que quedaba como anillo al dedo de la televisora pues, como dice Rimmer en su libro *Like punk never happened*: “su preocupación principal [la del *new wave*] no era manifestar rebeldía juvenil sino estar dentro del *star system* combinando arte, negocio y entretenimiento. Era una manifestación a la que le interesaba más vender mucho para generar grandes regalías y que no sentía pena por ello” (13).

Azcárraga vio en esto una mina de oro, su empresa comenzó a replicar la fórmula de Villafañe para crear nuevos productos y para rescatar alguno que otro que llevaba tiempo intentando capturar la atención juvenil para capitalizar ese sector.

No obstante, ninguno de estos proyectos desarrolló el indispensable y recién citado bricolaje cultural de espíritu libre, ni la ironía apolínea o la inteligencia, alegría, apertura, y diversión del *new wave* con la gracia del proyecto de Villafañe. Con independencia de que algunos consiguieron un éxito mayor, ninguno generó una ruptura similar a la de Flans, más bien fueron resultado de ella.

Este proyecto, integrado por Ilse María Olivo de 19 años, Ivonne Guevara de 24, e Irma Angélica Hernández, *Mimi*, de 23, vio la luz el 6 de octubre de 1985, y para diciembre de ese año había vendido medio millón de copias de su disco debut. El grupo captó de manera profunda la atención de un público adolescente y juvenil —principalmente femenino—, no sólo a través de un discurso estético y crítico —ahora sí— muy

influido por la música y moda *pop* contemporáneas representadas por el *new wave*, sino también por la cuidadosa selección de las integrantes con base en su corporeidad. Los elementos principales que se observan para obtener una idea clara de la naturaleza de la corporeidad de Flans son la *voz*, la representación gráfica del cuerpo, el género, la personalidad, sus coreografías, su vestuario y su música.

B. SI YO ENCONTRARA UN ALMA COMO LA MÍA

Flans establece uno de los primeros vínculos entre el mundo moderno contemporáneo, la vida diaria juvenil —que comenzaba a hacerse visible— y su público a través de su *voz*. Definida por Frith de la siguiente manera:

el significado del *pop* es el significado de las estrellas del *pop*, intérpretes con cuerpos y personalidad; un elemento central del placer del *pop* es el placer de la voz, del sonido como cuerpo, del sonido como persona. El núcleo del gesto *pop*, una nota cantada, se basa en la misma tensión interior/exterior del arte de *performance*: utiliza la voz como el rasgo que más presupone a la persona, el garante del sujeto coherente; y utiliza la voz como algo artificial, constituido, cuyo sonido está determinado por la música. La voz de la estrella (y, de hecho, el cuerpo de la estrella) actúa así, como una marca tanto de subjetividad como de objetividad, de libertad y restricción, de control y descontrol. Y la tecnología, la grabación eléctrica, ha exagerado este efecto al hacer que la interpretación vocal sea más íntima, más reveladora y más determinada (tecnológicamente). La autenticidad o “sinceridad” de la voz se convierte en la pregunta *pop* recurrente: ¿realmente lo dice en serio? (*Performing Rites* 210)

Como cualquier persona que escucha una canción, el público de Flans entiende que su *voz* es un constructo donde participan los autores de la letra, la letra escrita y las integrantes como intérpretes. Sin embargo, Frith sostiene que, para el

escucha, el “yo” y el “tú” poéticos de la letra están representados por sus intérpretes —en este caso Ilse, Ivonne y Mímí—, y no por sus autores:

La interpretación que hace el cantante *pop* de la estrella del *pop* es que ella (a diferencia del cantante de ópera, digamos) es también el lugar del deseo como cuerpo y como persona [...] En el acto performático, entonces, en la interpretación de las diversas partes de la canción, en lugar de “olvidar quiénes son”, los cantantes registran continuamente su presencia. (Esto es, quizás, más obvio para los intérpretes más remotos: Whitney Houston, por ejemplo). Cantar, como organización de gestos vocales, significa representar al protagonista de la canción (las emociones adecuadas para esta parte), representar la parte de la estrella (los movimientos de acuerdo con la imagen), y dando alguna idea de un ser material real: un cuerpo físico que produce un sonido físico; sudor producido por el trabajo real; una fisicalidad que desborda las limitaciones formales de la actuación. (*Performing Rites* 212)

Ahora bien, hay un segundo nivel de representación del “yo” y el “tú” poéticos, y se da entre quien interpreta y quien escucha. Quien interpreta representa un personaje dentro de una situación, pero al momento en que el escucha interpreta la canción, ya sea acompañando al grupo o sin él, se desliza dentro del personaje (Frith 184), se apropia de la situación y puede ocurrir que la letra se vuelva una representación personal de la vida del escucha-intérprete.

La voz de Flans en sus canciones tuvo una repercusión tremenda entre sus escuchas, las letras retrataban una cotidianidad y accesibilidad que hasta entonces no habían encontrado en los otros grupos enfocados al público joven. Muchas de las situaciones descritas en ellas parecerían banales, pero iban más allá del socorrido tema del anhelo o la decepción amorosa juvenil. Por ejemplo, “Bazar”, el primer sencillo de Flans. La canción habla de enamorarse de alguien en un tianguis de clase media, pero también de enamorarse de... ¡ir al tianguis!

Y, al mismo tiempo, de enamorarse de la cultura, realidad mediática, moda y música que se encuentran en ese lugar y que, para 1985, representaban ventanas a una modernidad alejada de México.²

C. ¿QUIÉN ERES TÚ?

La estrategia de mercado para el lanzamiento del grupo incluyó un novedoso arte en la portada del álbum, que rompió con la tradición de productos masivos lanzados no sólo por Televisa sino por otras disqueras acostumbradas a generar imágenes muy conservadoras. Por lo general, y hasta antes del disco debut de Flans, en las portadas aparecía un plano medio o un acercamiento del grupo o solista en cuestión; el objetivo podía estar de frente o tres cuartos, y si era algo “muy experimental”, de perfil o haciendo algún guiño con la mano, pero nunca con motivos que asemejaran movimiento. Así, mientras las composiciones fotográficas de los años 80 que trataban de empatar al grupo o solista con lo moderno, sólo alcanzaban a mostrarlos con atuendos estrambóticos, como se puede ver en *Él*, de Lucero (1982), *Yuri* de Yuri (1983), u *Okidoki* de Okidoki (1983), el diseño de la portada de *Flans* emulaba a las portadas de grupos de *rock* y *new wave* en cuanto a que se expandía la experiencia auditiva con la vi-

² Otra cosa que se debe agregar es que, a través de las letras, en trabajos posteriores de Flans, comienza un empoderamiento femenino hasta ese momento raro en el *pop* mexicano. En palabras de Rodrigo Farías Bárcenas: “No obstante pese a la estereotipación, es notable un cambio en la imagen femenina que presentan algunas canciones en las cuales es la mujer y no el hombre quien lleva la iniciativa, ampliando así una tendencia apenas vislumbrada en 20 millas (“Tímido”). Es ella la que sale a ligar en su coche (“Corre corre”). Es ella la que toma el control de su propia vida, sin depender emocionalmente del hombre (“Sin ti”). Es ella la que no se conforma con ser sólo un deseo (“Cara o cruz”). Es ella la que vence el miedo a la entrega (“Dame tiempo”). Es ella la que rechaza el convencionalismo matrimonial (“No me quiero casar”) (289).

sual (Ochs, *Classic rock covers* 7). Para el público cautivo, en este tipo de portadas se establece toda una narrativa, quizá una microficción, que hay que aprender a leer.

La imagen en la portada de *Flans* muestra en un plano abierto un foro donde se están llevando a cabo los preparativos para realizar un estudio fotográfico del grupo. Hay una pared de fondo blanca con manchones color salmón que evocan aquellos que aparecen en portadas como el *The Up Escalator* (1980) de Graham Parker; en la de *Synchronicity* (1983) de The Police, o en algunos diseños promocionales que hizo Barney Bubbles para Elvis Costello. Estos manchones en la portada de *Flans*, a su vez, enmarcan un ciclorama blanco que no sólo resalta al grupo, sino que evoca las figuras geométricas del constructivismo ruso. En el primer plano, además de cinco personajes, hay un par de unidades esclavas (lámparas *flash* con cajas de luz), una lateral y una colgada del techo; un ventilador; una maleta y un micrófono en su pedestal. Esto puede leerse como que se está preparando una representación, una puesta en escena, un ambiente artificial controlado. “Parece que no se quiere descuidar un solo detalle. La imagen es primordial” (Farías Bárcenas 287).

Todos los personajes en esta narración aparecen de cuerpo completo y de perfil. De izquierda a derecha son: una peinadora que termina de arreglar el copete de Mimí; Mimí muy erguida, con sus manos a la cintura y su pie derecho un poco levantado como para romper la rigidez corporal; Ilse, de espaldas a Mimí, parada de puntitas cantando al micrófono, sus manos hacia atrás a la altura de sus muslos, con los dedos rectos y separados, como si estuvieran en tensión por sostener la nota que entona; Ivonne, de frente a Ilse, con sus manos juntas y levantadas hacia arriba, su cabeza echada hacia atrás, pero viendo hacia arriba también, y parece que canta o grita o las dos cosas, y su pierna izquierda un poco doblada hacia

atrás; y un peinador que da los últimos toques al crepé del cabello de Ivonne.

Aunque se pueden hacer muchas lecturas sobre la portada, comentaré un par que me parece importante para mi análisis. La primera tiene que ver con que, con independencia de que la portada cuente con una imagen fija, la composición fotográfica y la posición de los cuerpos genera un efecto de movimiento de todas las personas, incluso sin necesidad de usar líneas cinéticas (esas que producen efecto de movimiento en cómics y novelas gráficas). Probablemente *Flans* es el primer disco, enfocado al público joven, que hace esto, y me atrevo a decir que es a partir de su portada cuando comienza la ruptura con la rigidez corporal performática que imperó en los baladistas e intérpretes *pop* producidos por Televisa.

La segunda lectura tiene que ver con el amor a la teatralidad y el artificio que imperó en los 80 (Bophry, “Video Killed the Record Cover?” 62), elemento importante en el discurso del *new wave*. En la portada de *Flans*, los peinadores visten suéteres de color cálido y pantalón de mezclilla azul claro; mientras que las integrantes del grupo visten ropas oscuras y casi no están iluminadas, al estar enmarcadas por la pantalla blanca dan la impresión de ser siluetas. Esta composición evoca un teatro de sombras en el que ellas son las marionetas y el equipo de producción sus titiriteros. Es como si el grupo quisiera decir al público que, aunque posen, canten y griten, son un efecto óptico, una ilusión cuidada por técnicos anónimos (¿haciendo referencia a la fórmula T?), y que este momento es su nacimiento como producto mediático.

D. SOY ALGO PROHIBIDO

Uno de los principales retos en el diseño del producto de Villafañe fue romper con una de las líneas más importantes que hasta entonces había imperado en Televisa. Para 1985, los

grupos de música ligera enfocados al público joven en México eran mixtos, como Timbiriche o Fresas con Crema; o bien *boy bands*, como Menudo o Ciclón. Como sucede en la música en general, un grupo integrado sólo por mujeres era algo extraño. Para marcar la diferencia, no sólo con los grupos masculinos sino con los mixtos, el proyecto de Villafañe tuvo que apoyarse en un desarrollo escénico novedoso que no cayera en la sexualización de las chicas.

Durante los años 80 la sexualización adolescente en el *mainstream* estaba restringida a las *boy bands* o a solistas hombres, como Miguel Bosé, Emmanuel u Oscar Athie, cuyos públicos objetivos eran el adolescente tardío y el juvenil femeninos. La sexualización de mujeres solistas jóvenes estaba permitida sólo cuando su público objetivo era el maduro o el adulto. Así pues, tanto Villafañe como Ilse, Ivonne y Mimí tenían que estar conscientes, como mujeres, de qué estaban proponiendo y cómo tenían que desarrollarlo para hacerlo perdurable.

Como dice Susan McClary, el problema de una mujer es saber cómo mantener el control de sí misma en un espacio, el escenario, patrullado por una mirada sexual cosificadora convencionalizada por cientos de años de control patriarcal. La intérprete femenina es inevitablemente mucho más consciente de sí misma que un intérprete masculino en el sentido de que tiene que seguir redefiniendo tanto su espacio escénico como su narrativa escénica si quiere hacerse cargo de su situación. (Frith, *Performing Rites* 213)

Villafañe encontró en los grupos femeninos de música *pop* estadounidense de finales de los años 50 y principios de los 60 —como The Ronettes, The Shirelles o The Angels— una vía para evitar caer en los lugares comunes del ámbito musical *pop* mexicano. Estos grupos mantuvieron un control absoluto de su espacio escénico a través de una sólida corporeidad conformada por la personalidad de sus integrantes, sus coreografías, su vestuario y su música. Con base en eso, estas

agrupaciones consiguieron separarse del halo de masculinidad que tenía cooptada la música *pop* y establecieron uno totalmente femenino en el que podían ser dueñas de su situación. Flans consiguió extrapolar esto último a través de un desarrollo sobresaliente de los elementos mencionados líneas arriba. Tanto fue así, que los convirtieron en una marca personal que perdura hasta ahora.

E. UNA CHICA COMO YO

El atractivo en la *persona* de Flans es resultado de que cada una de sus integrantes asumió un estereotipo cultural, estructurado a partir de la figura de la triada femenina que aparece en diversas obras del arte en varias de sus disciplinas a lo largo de la historia: las Erinias, las Furias, las Weird Sisters y hasta Charlie's Angels. Muchas veces esta triada está representada por una joven, una adulta o una vieja; o bien por la pelirroja que contiene en sus rasgos físicos la astucia, la pasión y el peligro; la castaña, que representa una damisela en aprietos melancólica, y la rubia, que personifica la inocencia y lo inasequible.

Quiero pensar que Villafañe retomó este modelo para construir la personalidad de cada una de las integrantes de su grupo haciendo los deslizamientos tematólogicos necesarios para adaptarlos al contexto histórico mexicano de ese momento. Así, Ivonne era “la rebelde del grupo, con personalidad fuerte y misteriosa, una belleza enigmática [que] conquistaba al público con sus muecas y gestos [...] así como con su carácter cambiante e irónico a la vez que dejaba ver en ella la intensidad de una artista” (“Ivonne (cantante)”, *Wikipedia*, s.v.). Mimi era “la romántica del grupo’ [pero también] la ‘dicharachera’, la que más hablaba en las entrevistas” (“Mimi”, *Wikipedia*, s.v.), siempre con mucha picardía. Ilse era la simpática, dinámica e inocente.

Aunque se tratara de un estereotipo asumido, el manejo que cada una le dio a su *persona* generó que, en conjunto, se les viera como mujeres fuertes e independientes, tanto en los momentos en que interpretaban sus canciones, como en los espacios no musicales frente a las cámaras. Sin embargo, Ilse sobresalía en el grupo, sí por su *persona*, pero también por un rasgo físico que la favoreció: “desde el principio es identificada rápidamente como ‘la güerita de Flans’” (“Ilse (cantante)”, *Wikipedia, s.v.*) y, como se ve, las notas de Wikipedia reflejan la opinión/percepción del público cautivo de Flans.

En el caso de Ilse, ser la “güerita” abonó en la dirección que Azcárraga Milmo dio a su televisora en cuanto a crear canales blancos y negros. Flans era el grupo de “la güerita, pero esto no quiere decir que Ivonne y Mimí quedaran relegadas, pues las tres participaban de este rasgo de “blanquitud” aun cuando ninguna de las dos fuera “güera” en sentido físico. Como ya comenté, Flans se distinguió del resto del catálogo de grupos y solistas juveniles debido a la armonía que las tres mantenían para fortalecer la corporeidad del grupo. En otras palabras, era un grupo musical “blanco” que marcaba una tendencia de vanguardia en un canal “negro”.

F. CHICA, TE TIENES QUE MOVER DE LA CABEZA HASTA LOS PIES

La ruptura más importante que Flans tuvo con la rigidez corporal de la música *pop* mexicana se dio a través de sus coreografías. Hasta entonces, las líneas de baile montadas para “enriquecer” la *performance* de los grupos enfocados en públicos jóvenes eran muy simples, acartonadas y hasta burdas. Por el contrario, las de Flans eran muy energéticas, dinámicas, llenas de gracia y muy divertido imitarlas.

Las coreografías de Flans fueron resultado del trabajo en conjunto de Jerry Evans, coreógrafo de Madonna, quien pre-

paró sus primeros movimientos (W Radio), y de Joey Doucette, coreógrafo de Olga Breeskin, Julio Iglesias, Emmanuel y Maná (“Todos queremos ver a Olga-Documental”), quien trabajó con las chicas para limpiar sus pasos (Olivo Schweinfurth, “Hace 35 años”). El objetivo fue complementar la imagen juvenil del grupo y expresar la alegría y diversión contenidos en sus letras y música, pues “cuando bailamos sometemos los movimientos de nuestro cuerpo a reglas musicales (somos menos libres que cuando caminamos) y, sin embargo, en nuestra propia conciencia parecemos revelar más claramente nuestro sentido físico; somos más autoexpresivos” (Frith, *Performing Rites* 220). El baile no sólo funciona como vaso comunicante entre el grupo y su público, sino que establece un intercambio entre el “yo” y el “tú” similar al de la *voξ* en sus dos niveles: al observar al intérprete bailar y al imitar sus pasos.

Por un lado, el público que imitaba las coreografías de las Flans no sólo hacía propio el baile, sino que llenaba su cuerpo de la energía, dinamismo y gracia que Ilse, Mimi e Ivonne emanaban a través de éste. Por otro, también había un contagio al público del sentimiento de alegría y libertad que despertaba la estética corporal del grupo. De esto eran muy conscientes tanto los productores como las integrantes, porque “los movimientos dancísticos se eligen por razones estéticas más que funcionales” (Frith, *Performing Rites* 221). La estética que Flans emanaba a través de sus coreografías era gran parte de la fuerza de su atractivo, pero ésta se solidificó mucho más gracias al acento que significó el diseño de vestuario.

G. MI FORMA DE VESTIR ES TOTAL Y
A TODO EL MUNDO ENCANTA

En reiteradas ocasiones he escuchado el desafortunado comentario que califica a Flans como las Bananarama mexicanas. Claro que hay similitudes entre ambos grupos, pero las

historias, el significado y la relevancia son particulares de cada uno de ellos y de su contexto, lo que los vuelve únicos. Una de las similitudes está en que el vestuario se convirtió en una marca distintiva en la performatividad de las inglesas y las mexicanas. Sin embargo, el impacto que el vestuario de Flans tuvo en su público fue muy profundo. Gracias a esto, Villafañe lanzó una línea de ropa basada en el estilo del grupo: Códice Flans. Su estilo en el vestir se convirtió en una marca no sólo reconocida por su público objetivo, sino por el masivo.

Otra similitud radica en que tanto las integrantes de Bananarama como Villafañe y las Flans tenían claro lo relevante que es el vestuario para el desarrollo de la corporeidad de un grupo: “Los propios cuerpos llevan la huella de la ropa. Los signos sociales, es decir, están escritos en el cuerpo mismo, en su forma, su tamaño, su textura, sus curvas y huesos y carne y cabello” (Frith, *Performing Rites* 218). A través de su vestuario, ambos grupos complementaban su discurso de jovialidad, diversión, alegría y, sobre todo, de modernidad. Pero es en este último punto donde hubo una gran diferencia entre la modernidad inglesa y la mexicana. Las Bananarama, quienes vivían en Londres, sólo debían trasladarse desde su casa hasta Camden Town para comprar la ropa que usarían en escena (BananaramaOfficial), mientras que las Flans tuvieron que esperar a que las llevaran a España a grabar su disco debut para adquirir las primeras prendas que conformarían su vestuario (“La vestimenta de Flans impuso tendencia”) bajo la guía de una megaestrella *pop* de esa geografía, Ana Torroja, vocalista del grupo español Mecano.

El atuendo de Flans era ropa de uso común entre adolescentes y jóvenes en Londres o España, pero aquí era algo que “no llegaba [o] se tardaba en llegar” (“La vestimenta de Flans impuso tendencia” 04:58-05:05). Por lo mismo, la vestimenta en Flans, tal como “la güerita”, representó otro motivo de inaccesibilidad social y económica establecida por el grupo,

pero también fue el signo de una contemporaneidad ausente en México, de la cual el público tomó conciencia.

Esta contemporaneidad se vio reflejada en *blazers* con grandes hombreras, overoles, blusones, mallones, sombreros, bonetes y muchos accesorios —también de tamaño considerable—, como aretes, collares y pulseras de goma de diversos colores llamadas “gummies”. En general, era ropa muy holgada —salvo por los mallones— que resultaba conveniente para realizar las coreografías de manera cómoda. Para ese momento, este tipo de ropa daba una imagen “fachosa” que contrastaba con la ñoñez de los otros grupos enfocados a públicos juveniles, y con la sobriedad formal de los baladistas románticos enfocados a los públicos maduro y adulto. Pero, más importante, evitaba la sexualización del grupo y, por emulación, la de su audiencia, hecho que fue muy conveniente para la imagen de modernidad juvenil que buscaba Televisa.

La suma de los elementos de corporeidad que he analizado hasta ahora fue casi todo lo que se necesitó para el impacto profundo que Flans tuvo en su momento y para hacerlo permanecer en los imaginarios colectivos *pop* de México. En realidad, el componente que cerró el círculo, el anzuelo más sólido, el que en principio no requirió de una imagen —pues llegó a todos lados sin necesidad de ella— y de todas formas capturó a la audiencia fue la música.

H. BUSQUÉ LA SINTONÍA CON MEJORES MELODÍAS

Una de las bondades del *new wave* fue haber regresado un género musical masivo relativo al *rock* a las pistas de baile. Por lo general, el *rock' n' roll* contaba, en la mayoría de sus obras, con 145 pulsaciones por minuto. Fue una música hecha para bailar en pareja y todavía alcanzó a ser parte de los géneros que se practicaban en salones de baile. Cuando el *rock* hizo su aparición, las pulsaciones en sus obras bajaron a 125 por

minuto y transformaron por completo la respuesta corporal de su audiencia. No es que esta música no se pudiese bailar, pero no era propiamente elaborada para ello. El *new wave* regresó la música a 145 pulsaciones por minuto y tuvo una influencia importante de la música *disco*, por eso volvió a ser músicaailable. A diferencia del *rock' n' roll* y la música *disco*, el *new wave* no requería de salones o discotecas para ser bailado. Cualquier club, foro, bar o sala particular era suficiente para ello.

Como ya describí, Flans era un producto *new wave*. Cada una de las 10 canciones de su disco debut pueden colocarse bajo esa etiqueta, ya que cuentan con varios de los motivos, ritmos, melodías, sonidos e instrumentos relativos a esta “nueva ola”. Sin lugar a duda, lo más relevante de estas composiciones es que se podían bailar. Mildred Villafañe comenta al respecto en el comunicado de prensa del grupo:

se debía encontrar una línea musical universal pero que funcionara en el mercado mexicano, distinguiendo al grupo y proporcionándole a cada una de ellas los elementos necesarios para su dinámica personal. De ahí la opción de un pop rock, movimiento artístico reforzado por efectos electroacústicos, cuyas letras se basan en la cotidianidad y eventualmente en temas de la juventud, siendo este estilo musical una forma típica de entretenimiento. (Farías Bárcenas 287-88)

El resultado fue tal que los sencillos de Flans fueron de las primeras canciones en español en sonar en las discotecas que, aún en 1985, sólo ponían música cantada en inglés. El número de pulsaciones por minuto de los sencillos era: “Bazar” 127, “Ay, amor” 140, “Me gusta ser sonrisa” 139, y la joya de la corona: “No controles” 141. Esta canción, con sus “demasiadas” pulsaciones por minuto y su naturaleza tecnopop es la obra que, en realidad, coloca a Flans como un hito de modernidad en México, ya que establece los discursos

estéticos y críticos del *new wave* en el *mainstream* y los vuelve masivos.

Los arreglos y dirección que Javier Lozada hizo de la composición de Nacho Cano fueron más hiperquinéticos y energéticos de lo que se había escuchado hasta entonces en un grupo *mainstream*. No era la primera vez que canciones con estética tecnopop activa habían tratado de entrar en este espacio. En 1982 una de las primeras fue “Maquillaje” (200 pulsaciones por minuto, con un respiro que baja a las 119) interpretada por Mecano y versionada por Yuri (con el mismo arreglo) en 1983. También en este último año el proyecto mixto Okidoki, producido por Sergio Andrade, intentó colocar “Pintaré te amo” (188 pulsaciones por minuto y un respiro que baja a las 185). Ninguna de las tres canciones tuvo un gran impacto. Para ese momento la audiencia media mexicana asociaba la música electrónica como muy rara, en el caso del tecnopop, o muy intelectual en el caso de músicos como Jarré, Tomita o Vangelis.

Tuvieron que darse todas las circunstancias contextuales que he mencionado para que el público aceptara una propuesta como “No controles” y se decidiera no sólo a escucharla y cantarla, sino también a bailarla imitando la coreografía de Flans o creando una propia. Quiero pensar que los lanzamientos de los sencillos de Flans contaron con una planeación muy detallada para solidificar el proyecto, no sólo en su debut, sino a lo largo de la promoción del primer disco. Supongo que Villafañe decidió comenzar con “Bazar” para no sorprender de manera excesiva a los públicos adolescente y joven mexicano en cuanto al discurso estético y crítico de Flans. Una vez establecido el perfil del grupo, ahora sí, se lanza “No controles” y abre un camino natural para canciones similares, como “Esta noche no”, “Físico”, “Corre, corre”, y “Me he enamorado de un fan”, que colocaron al grupo como punta de lanza de la música moderna mexicana.

ADIÓS

Ante los hechos que a partir de 1985 generaron un cambio en México en todas sus estructuras —el terremoto y la celebración del Año Internacional de la Juventud en 1985, el Campeonato Mundial de Fútbol, y la entrada al GATT en 1986, la huelga de la Universidad Nacional Autónoma de México en 1987, y el catastrófico proceso electoral presidencial en 1988—, Flans, como ruptura cultural fue un elemento menor, aunque importante, que sin embargo considero esencial en el ámbito mediático en cuanto a la formación de una nueva imagen juvenil. Abrió la puerta para que otros proyectos de Televisa aprovecharan este nuevo público adolescente y juvenil y encontraran un espacio próspero para su desarrollo. En este sentido, Flans también funcionó como antesala para cuerpos “más estrambóticos” de algunos grupos vocales-instrumentales *pop* o *modern rock* que integraron la campaña publicitaria “Rock en tu idioma”, como el de Ana Torroja, Alaska, Soda Stereo y Caifanes.

Aunque Flans tuvo una carrera sólida, nunca volvió a generar un impacto como el de 1985. Propuestas adolescentes-juveniles paralelas a Flans, como Timbiriche o Luis Miguel, se hicieron mucho más populares que ellas. Al momento de su separación en 1991, el medio y los gustos del público habían cambiado mucho. Propuestas femeninas que despuntaron al final de la década subieron el tono en cuanto a sonido, actitud y sexualización, como Alejandra Guzmán, Thalía y Gloria Trevi. Quizá el fenómeno mediático de esta última y la popularidad de los proyectos mencionados invisibilizaron la ruptura que Flans generó en 1985.

FUENTES CONSULTADAS

LIBROS

- Academia Mexicana de la Lengua Española. *Diccionario de Mexicanismos*. Siglo XXI, 2010.
- Carrizosa, Toño. *La onda grupera: historia del movimiento grupero*. Edamex, 1997.
- De Llano Macedo, Luis. *Expedientes pop*. Planeta, 2016.
- Farías Bárcenas, Rodrigo. *¿Quién detendrá la lluvia?: 40 años de memoria periodística en la cultura del rock*. Ediciones RFB, 2023.
- Fernández, Claudia, y Andrew Paxman. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. Grijalbo, 2013.
- Fresán, Rodrigo, Marina Garcés, Sergio del Molino et al. *Mierda de música. Un debate sobre clasismo, amor, odio y buen gusto en la música pop*. Blackie Books, 2017.
- Frith, Simon. *Performing Rites. On the Value of Popular Music*. Harvard University Press, 1996.
- Harrison, Sidney. *Cómo apreciar la música*. EDAF, 2005.
- Heidegger, Martín. *El ser y el tiempo*. Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Mèlich, Joan-Carles. *Del extraño al cómplice. La educación en la vida cotidiana*. Anthropos, 1994.
- Ochs, Michael. *Classic rock covers*. Taschen, 2001.
- Rimmer, Dave. *Like Punk Never Happened: Culture Club and the New Pop*. Faber & Faber, 2011.
- Torrego Egido, Luis Mariano. *Canción de autor y educación popular, 1960-1980*. Ediciones de la Torre, 1999.
- Wilson, Carl. *Let's Talk about Love: Why Other People Have Such Bad Taste*. A&C Black, 2014.
- Wilson, Carl. *Música de mierda. Un ensayo romántico sobre el buen gusto, el clasismo y los prejuicios en el pop*. Blackie Books, 2016.

CAPÍTULOS

- Blaubent, Andrew. "Riding a New Wave". *Reversing into the Future. New Wave Graphics 1977-1990*, editado por Andrew Krivine, Pavillion, 2021, 100-117.
- Bophry, Phili. "Video Killed the Record Cover?". *Reversing into the Future. New Wave Graphics 1977-1990*, editado por Andrew Krivine, Pavillion, 2021, 60-85.
- Diego, Jeannine. "Punk Was Dead and Now it's Found: la moda punk en México como fenomenología de refundación". *Cánones en rondó. Aproximación a la(s) música(s) en México*, editado por José Hernández Riwes Cruz y Rodrigo Bazán Bonfil, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, 2023, 119-157.
- Granados Sevilla, Alan Edmundo. "Políticas de significación en el documental de rock mexicano". *Rock mexicano. Un rompecabezas en construcción*, editado por Omar Cedillo Garnica et al., Alfaomega, 2023, 125-144.
- Groff, Pete. "What Does "New Wave" Mean?". *Reversing into the Future. New Wave Graphics 1977-1990*, editado por Andrew Krivine, Pavillion, 2021, 14-29.
- Hernández Riwes Cruz, José. "¡Sí la hicieron! Delineando el canon occidental del *rock* y su mirada en México". *Cánones en rondó. Aproximación a la(s) música(s) en México*, editado por José Hernández Riwes Cruz y Rodrigo Bazán Bonfil, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, 2023, 13-44.

SITIOS WEB

- Cedillo, Erika. "¿Raúl Velasco intentó humillar a Alaska en *Siempre en domingo*? Este es el video". *La Verdad Noticias*, 8 de marzo de 2022, <https://laverdadnoticias.com/espectaculos/Raul-Velasco-intento-humillar-a-Alaska-en->

[Siempre-en-Domingo-Este-es-el-video-20220308-0184.html](#)

El Universal. “Así se vivió la época disco en el Distrito Federal”, 4 de abril de 2020, www.eluniversal.com.mx/opinion/mochilazo-en-el-tiempo/asi-se-vivio-la-epoca-disco-en-el-distrito-federal

Guillén, Joel. “¿El término *whitexican* es racista?”. *Gooyya*, 25 de agosto de 2023, <https://puedjs.unam.mx/gooyya/el-termino-whitexican-es-racista>

Hurtado Herrera, Deibar René. “Corporeidad y motricidad: una forma de mirar los saberes del cuerpo”. *Educação & Sociedade* 29:102 (2008), 119-36. <https://doi.org/10.1590/s0101-73302008000100007>

“Ilse (cantante)”. *Wikipedia, la enciclopedia libre*, 24 de diciembre de 2023, [https://es.wikipedia.org/wiki/Ilse_\(cantante\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ilse_(cantante))

“Ivonne (cantante)”. *Wikipedia, la enciclopedia libre*, 26 de diciembre de 2023, [https://es.wikipedia.org/wiki/Ivonne_\(cantante\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ivonne_(cantante))

“La vestimenta de Flans impuso tendencia”. *De noche con Yordi Rosado*, 25 de agosto de 2022, www.facebook.com/watch/?v=601223574955125

“Mimi”. *Wikipedia, la enciclopedia libre*, 24 de diciembre de 2023, <https://es.wikipedia.org/wiki/Mimi>

Monsalvo, Sergio. “The Doors”. *Con los audífonos puestos*, 14 de mayo de 2019, sergiomonsalvoc.com/2019/05/14/the-doors

Olivo Schweinfurth, Ilse. “Hace 35 años”. *Ilse Olivo, Flans*, 8 de junio de 2020, www.facebook.com/profile/100050581955355/search/?q=Joey%20Doucette

“Todos queremos ver a Olga - Documental”. *Enlace Plus*, dirigido por Issac Cubero, 2023, www.enlace.plus/video/24cdcd6a-edac-42d1-8036-0309dedc4da2

W Radio. “*Siempre en Domingo*: Flans y Pandora”. *W Radio México*, 30 de noviembre 2023, <https://wradio.com.mx/>

programa/2022/06/22/martha_debayle/1655914627_317315.html

VIDEOS

- arturney25. 6 de diciembre de 2012. *Boquitas Pintadas*. “No puedo olvidarlo”. YouTube. www.youtube.com/watch?v=sy54UA5oj00.
- arturney25. 6 de diciembre de 2012. *Boquitas Pintadas*. “Quiero volver a ti”. YouTube. www.youtube.com/watch?v=0uNJglt1cVI.
- Bananarama Official. 25 de marzo 2021. *Bananarama: Our Fashion Story / Part One*. YouTube. www.youtube.com/watch?v=szhf1hkB2no
- Espacio de Plata. 29 de agosto 2022. *El día que un presentador llamó por0st1tut en tv a unas cantantes y se lamentó*. YouTube. www.youtube.com/watch?v=-FALj9uzKTY
- Isabel Lascuráin abre la caja de... 7 de diciembre 2023. *Entrevista con Alix Bauer | «Timbiriche marcó mi vida y hay mucho qué contar»*. YouTube. www.youtube.com/watch?v=e09DmiKM1w4
- Mosquito Bilingüe. 6 de diciembre 2016. *Flans hablan de Amparín Serrano (La integrante inicial)*. YouTube. www.youtube.com/watch?v=-WOIRs3YMWE

PELÍCULAS

- Baledón, R., *Canta Chamo*, Cinematográfica Filmex, S.A., E.M. Films CA, 1983.

SERIES Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

- De Llano, Luis y Marco Flavio Cruz (productores ejecutivos). *¡¡Cachún Cachún Ra Ra!!* [Serie de televisión], Televisa, 1981-1987.
- Estrada, Carla (productora ejecutiva). *Xe-Tú* [Programa de concursos], Televisa, 1982-1987.
- Navarro, Humberto (productor ejecutivo). *Chiquilladas* [Programa cómico-musical], Televisa, 1981-1987.
- Velasco, Raúl y Alberto del Bosque (productores ejecutivos). *Juguemos a cantar* [Festival musical], Televisa, 1982-1983.

DISCOS Y CANCIONES

- Andrade, S. “Con tan pocos años”, en *Con tan pocos años*, Musart, 1984.
- Abaroa, Mauricio y Gabriela Aguirre. “Corre, corre”, en *Luç y Sombra*. Melody Internacional. 1987
- Alaska y Dinarama. *Deseo carnal*. Hispavox.1984.
- Alaska y Dinarama. *No es pecado*. Hispavox.1986.
- Bosio, Zeta y Gustavo Cerati. “De música ligera”, en *Canción animal*. CBS. 1990.
- Cano, Ignacio. “No controles”, en *Flans*. Melody Internacional. 1985
- Cano, Ignacio. “Me he enamorado de un fan”, en *Luç y Sombra*. Melody Internacional. 1987
- Flans. *Flans*. Melody Internacional. 1985.
- Lara, Carlos y Jesús Monárrez. “Bazar”, en *Flans*. Melody Internacional. 1985.
- Lucerito. *Con tan pocos años*, Musart, 1984.
- Lucerito. *Él*, Musart, 1982.
- Mecano. “Maquillaje”, en *Mecano*. CBS. 1982.
- Okidoki. *Okidoki*. Musart. 1983.
- Parker, Graham. *The Up Escalator*. Stiff Records. 1980.

Pinilla, Pablo. “Esta noche no”, en *20 Millas*. Melody Internacional. 1986.

Pinilla, Pablo. “Físico”, en *Luz y Sombra*. Melody Internacional. 1987.

The Police. *Synchronicity*. A&M Records. 1983.

Yuri. “Maquillaje”, en *Maquillaje*. Gamma. 1983

Yuri. “El pequeño panda de Chapultepec”, en *El pequeño panda de Chapultepec*. Gamma. 1981.

Yuri. *Yuri*. Gamma. 1983.

Me gusta andar de cuerpo suelto (Construcción del personaje Gloria Trevi)¹

Alfredo Carlos Guzmán Tinajero²

Una parte del funcionamiento de la música *pop* se sustenta en la apariencia física de músicos y cantantes, en cómo se presentan ante el público y los medios (Miller, *Fashion and Music*). Esta imagen pasa ineludiblemente por el uso del cuerpo como base para volver al individuo una suerte de marca; el tipo de ropa, los gestos o el maquillaje se transforman en sellos característicos e indisolubles de la voz y la música. Los cuerpos son instrumentalizados para generar apegos y vínculos con los espectadores, que llegan incluso a situarlos como modelos a seguir y a imitar. Cada cultura y tradición musical ha producido este tipo de figuras que se insertan en la matriz social y van marcando los momentos de las tradiciones musicales. México no es la excepción y ha producido figuras emblemáticas del *pop* como Juan Gabriel, José José, Luis Miguel, Yuri, Lucerito o Paulina Rubio. Entre estas figuras, una de las que más destacó a principios de los años noventa fue Gloria Trevi.

¹ Este trabajo se realizó como parte del programa de estancias posdoctorales de CONAHCyT 2022.

² Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Gloria de los Ángeles Treviño Ruiz, Gloria Trevi, lleva años presente en los medios mexicanos e iberoamericanos desde finales de la década de 1980, tanto por su música como por los diversos escándalos en los que se ha visto involucrada. Por eso, escribir sobre ella actualmente es conflictivo; las denuncias, los procesos judiciales y las resoluciones (o la falta de ellas) a su alrededor han provocado que se cuestione y se revalúe su carrera. Se ha puesto una marca de un antes y un después de los sucesos que la llevaron a prisión en el año 2000.

Este trabajo no busca dar cuenta ni analizar los hechos precedidos y posteriores a la aprehensión que fue un parteaguas en su carrera; tampoco busca blanquear, justificar o juzgar los delitos cometidos por Sergio Andrade ni cuestionar las responsabilidades o participación de Trevi. El motivo de este texto es analizar la forma en la que Trevi confeccionó una imagen pública autoficcional, un personaje, a partir de distintos dispositivos: las canciones, los videos, los cómics, las películas y su postura pública, posicionándose como una figura de rebeldía, al punto de ser llamada la “Madona mexicana” (Castillo, “Las féminas más polémicas” 48). Para ello nos centraremos en el periodo de su carrera que va del lanzamiento de su primer disco solista, ... *¿Qué hago aquí?* (1989), hasta su retiro de los escenarios, poco después del lanzamiento de su quinto disco: *Si me llevas contigo*, en 1995, aunque cabe mencionar que tuvo un regreso televisivo en *XE-TÚ Remix* que comenzó en septiembre de 1996 y concluyó en enero de 1997. En todo caso, este ciclo fue cuando se construyó y consolidó el personaje público que impactó a la sociedad mexicana y que llevó a personalidades como Elena Poniatowska o Carlos Monsiváis a prestarle atención e, incluso, a situarla como figura emblemática del panorama nacional.

La construcción del personaje público de Gloria Trevi, que de aquí en adelante denominaremos GT para diferenciarla de la persona real, puede ser entendido como parte de un

trabajo *pop* de autor, como aquel que es creado de manera personal, en la composición de al menos alguna de las partes de las canciones. De igual forma, considero que la construcción corporal, estética y de vestuario estuvo controlada de manera importante por ella misma. Este tipo de construcciones conceptuales de una cantante o de una banda no es extraño, pero en muchos casos, sobre todo en el *pop*, se trata de una elaboración colectiva y planificada por publicistas y productores. La conceptualización de GT fue una labor compartida, sobre todo con Sergio Andrade, principal compositor musical y *mánager* de Trevi. No obstante, al ser la letrista de la mayoría de sus canciones, poner su identidad, encarnar al personaje y ser quien vivió todas las consecuencias y expresiones del personaje, considero que Trevi es la principal artífice de GT.³

Después de participar del moderado éxito de Boquitas Pintadas, “Gloria Trevi irrumpe en 1989 con el signo del escándalo” (Monsiváis, *Los rituales del caos* 171). Su primer disco, ...¿*Qué hago aquí?*, fue un éxito con más de tres millones de copias vendidas, y antes de su alejamiento de los escenarios en 1996 lanzó cuatro discos más: *Tu ángel de la guarda* (1991), *Me siento tan sola* (1992), *Más turbada que nunca* (1994) y *Si me llevas contigo* (1995). La carrera de Trevi fue ascendente desde el comienzo, lo que le permitió desarrollar amplias giras por toda Iberoamérica, presentaciones en televisión, la publicación de una revista: *Las insólitas, increíbles e inverosímiles aventuras de Gloria Trevi*, y la participación protagónica en tres películas: *Pelo suelto* (1991), *Zapatos viejos* (1993), *Una papa sin cátsup* (1995).

En esta etapa es cuando su imagen pública, el personaje GT es edificado. Abandona la figura de cantante adolescente para convertirse en “una chava aceleradísima” que canta a una juventud rebelde que no quiere seguir las normas y que provoca a los conservadores (Monsiváis, *Los rituales...* 177).

³ Esta asunción de una parte importante en la elaboración de su imagen también la inferimos de las distintas entrevistas y del libro *Gloria* (Trevi, 2002).

Del mismo modo habla de sexo que de la pobreza o de drogas y del aborto. “En la popularidad de Gloria intervienen la audacia y la franqueza y el juego erótico y la apariencia frágil y cachonda y la energía y la voz, *gruexa*, que anima un repertorio donde las ganas y relación instantánea son una misma cosa” (Monsiváis 178). El éxito de Trevi tuvo una repercusión importante en la sociedad tanto en el campo musical como en el social, apelando a las clases populares, pero también llamando la atención de los intelectuales (Núñez, “«Y todas son ellas, y ellas soy yo». Gloria Trevi: género y patriarcado antes del movimiento *Me Too*”). Su aparente rebeldía y su apoyo a las causas de las mujeres la llevó incluso a ser situada como una suerte de figura feminista. La portada y la entrevista realizada por Elvira Hernández Carballido, de la revista feminista *Fem*, en julio de 1995, son una muestra de ello.

En 1999, después de la publicación del libro *La Gloria por el infierno* (1998), de Aline Hernández, tienen lugar las denuncias en contra de Sergio Andrade y de la propia Trevi por raptó, corrupción, abuso y violación de menores, lo que deriva en su desaparición de la vida pública y su posterior huida de México, para ser aprehendidos y encarcelados en Brasil durante el año 2000. Estas situaciones marcaron el final de esta etapa y derrumbaron la imagen de Gloria Trevi como artista, y el personaje GT fue visto por el público como una figura corrompida. Después, al ser exonerada por los tribunales mexicanos en 2004, la cantante regresaría a los escenarios y recuperó muchos de los elementos de ese primer periodo, pero tratando de alejarse del personaje.

El eje central de la construcción del personaje GT durante los años en los que estuvo en la palestra fue la música. Los cinco discos producidos en esta época fueron una especie de continuo en el que se observa la creación y el establecimiento del personaje. Estos discos están conformados por 56 canciones, de las cuales 39 fueron escritas por la propia Gloria Trevi.

Las temáticas, uno de los principales motores para darle forma a esa personalidad “rebelde” y “contestaria”, se centraron en su búsqueda del amor, las consecuencias del uso de drogas, la libertad sexual, el erotismo y la pobreza.

El primer sencillo, y éxito, de su carrera fue “Dr. Psiquiatra”, en el que la cantante sitúa a una joven en búsqueda de libertad frente a la opresión de lo que se debe de hacer y ser:

Primero que me vaya y después que no salga
cuatro paredes tristes, prisión de enamoradas.
No estoy loca, no estoy loca, no estoy loca
sólo estoy desesperada

Desesperación por ser. Obligada por sus padres a ir al médico para “resolver” sus problemas de comportamiento en la escuela y en su casa. En esta canción ya está presente una de las características por las que fue señalada como una “amenaza” a las buenas costumbres, los señalamientos —si se quiere velados— a las conductas hegemónicas; aquí hay una disimulada denuncia de acoso con: “Ya no me mire más las piernas”.

Aunque esta canción aparentemente es la búsqueda de una libertad de acción, de “vivir mi propia vida”, también, como otras de sus canciones, trata de señalamientos precisos sobre las dificultades de la vida cotidiana de la juventud: la drogadicción, el sexo, los embarazos adolescentes y, sobre todo, las relaciones románticas, a las cuales la autora les da un giro que podríamos llamar sexualizado o de libertad sexual. Por ejemplo, en “Dr. Psiquiatra”, la voz que canta en un fragmento interpreta el papel de Julieta, personaje de Shakespeare, pero en vez de ser una sumisa enamorada se vuelve un animal cazador:

Yo soy Julieta
y en luna llena
me vuelvo loba
y busco a Romeo.

Éste es el primer posicionamiento de GT: una joven que busca ser ella misma pero que sólo encuentra oposiciones e incomprensión, incluso es categorizada como loca: una acusación recurrente del patriarcado contra las mujeres que no cumplen con los patrones de conducta que éste determina.

Otra canción del primer disco que destaca en esta construcción del personaje GT es “No tengo ropa”. En esta encontramos a GT “desnuda”, esperando por su pareja para ir a una comida importante a la que debe ir bien vestida. “Hoy es una fiesta importante / irán sus familiares dijo: vístete bien”. GT tiene poca ropa, apenas “tres camisetas / pantalón de mezclilla y un solo brasier” y no sabe qué hacer. Al llegar su pareja la encuentra desnuda y parece que habrá problemas; no obstante, la desnudez se transforma en un juego erótico y de aceptación. Al verla, él “dice que estoy muy buena que conmigo se queda”. En esta pieza, Trevi proyecta a su personaje como una joven con pocas posibilidades económicas. Vemos, también, un señalamiento del cuerpo como mecanismo de conquista, frente a un rechazo de los estereotipos del “buen vestir”, la desnudez como atractivo. Existe un posicionamiento del personaje en dos ejes, como alguien poco beneficiado económicamente y, por otro, una mujer de atributos admirables para los hombres.

En “Les diré, les diremos”, el personaje GT asume otra de sus características fundamentales: la desdeñada por la sociedad. Si en “Dr. Psiquiatra” quienes ejecutan la crítica son los padres, aquí se trata de los padres de su pareja:

Dicen por ahí
que tu madre habla mal de mí
que yo no soy una chica
buena y distinguida
y que no te haré feliz

Es decir, se posiciona como una mujer fuera de la norma, pero que siempre encontrará una forma de estar con su pareja, que es igualmente rechazado por la familia de ella, de modo que GT encuentra un camino para su emancipación en el enamoramiento de un “chico rebelde”:

Dile a tu mamá
que mi madre habla de ti igual
y los dos enamorados
igual de destrampados
hacemos una pareja genial

Desde un comienzo, las canciones de Trevi fueron vistas como “inmorales” e “irreverentes” por los desplantes sexuales, eróticos y de independencia que proponían (Monsiváis, *Los rituales del caos* 180). No obstante, si las vemos con mayor detalle, estas características parecen más llamativas por la manera en que fueron abordadas que por su temática real. La supuesta rebeldía de GT no está en presentar la búsqueda del amor romántico, sino en hacerlo con estridencia. En las últimas dos canciones vemos que el camino a esa libertad que se expresaba en “Dr. Psiquiatra” es la aceptación por parte de su pareja, lo que respondería a un esquema normativo del amor. En ... *¿Qué hago aquí?*, la figura de GT se construye con la necesidad de encajar en condiciones autónomas.

En *Tu ángel de la guarda* aparece una de las canciones más emblemáticas de Trevi y, por ende, de GT, “Pelo suelto”. Esta canción no fue escrita por ella, sino por Mary Morin, pero resulta emblemática, ya que representa la potencialización de una de las características más importantes de GT: su cabellera frondosa y desaliñada. “Pelo suelto” expresa la idea de la cabellera como símbolo de disidencia

A mí me gusta andar de pelo suelto
me gusta todo lo que sea misterio

me gusta ir siempre en contra del viento
si dicen blanco yo les digo negro

Esta canción se volvió emblemática porque era la personificación directa de ese rasgo que se había insinuado en los videos, como veremos más adelante, pero que con esta pieza se instaure como parámetro del personaje rebelde. Mucho se ha escrito sobre el pelo como marca de rebeldía en la historia cultural de la música; en especial en los campos contraculturales del *rock* y del *punk* (Latus, “Hairstyles and Attitudes: Hacking, Humankind, and the Development of Punk Rock”). Esta significación del cabello de GT atrae ese sentido de rebeldía. Acompañando esta configuración en “Agárrate”, el planteamiento es que el personaje realiza una suerte de amenaza a los escuchas acerca de los peligros sociales, como la policía, el VIH y la inseguridad, al tiempo que hace un juego de palabras para plantear el consentimiento sexual:

Agárrate a mi cuerpo, no ves que tengo miedo.
Agárrate tú solo, no ves que yo no quiero.

En este mismo álbum aparece “Hoy me iré de casa” que, como se intuye por el título, trata de la huida del hogar de GT por ser un “caso perdido”. En esta canción aparece de nueva cuenta la postura del personaje como alguien que no cumple con los patrones sociales de conducta y que por ello es señalada como alguien sin valor. Se propone una respuesta a las negativas de libertad en el hogar. El personaje GT deja de ser una niña y se adentra en una vida nueva: “Era niña y ya no lo soy más / No quieren que crezca, nada les parece”. Este reclamo es una protesta convencional en la adolescencia, pero es explotado para seguir configurando a GT como esa mujer que se opone a las expectativas de lo normativo y que busca evitar que la sometán:

Me pongo a pensar en lo que suelen hablar
en lo que ellos me han hecho cambiar
Que mi ropa y mi pelo y mi comportamiento
quieren regir mis sueños, matar mis pensamientos
y esta noche ya no aguanto más

En esta canción también hay una puntualización de la falta de ropa como marca del personaje: “Hoy me iré de casa corriendo descalza”. En este disco las letras y el personaje continúan en ese tono de búsqueda de libertad y disidencia, aunque siempre poniendo el amor romántico, normativo e idealizado como forma de escape.

En el tercer disco, *Me siento tan sola*, aparece otra de las canciones emblemáticas de GT, “Zapatos viejos”, que parece una extensión de la proyección del personaje como alguien poco privilegiado económicamente. Al igual que “Pelo suelto”, no está escrita por Trevi, aquí el autor es Óscar Mancilla, pero del mismo modo se asume como distintivo, incluso ambas dieron nombre a dos de sus películas. En esta canción la prenda de vestir se vuelve un símbolo de desobediencia, no es una mujer buscando una zapatilla especial, sino que se trata de una chica que quiere mostrar cómo esos zapatos viejos son parte de su ser: “Ellos son mi historia, mi pena y mi gloria, son mi personalidad”. Los zapatos no normativos se volverán otra de las características del personaje, esto también indica, en cierta medida, una apropiación cultural de las botas como objeto de insubordinación instaurado por el *punk* (Weiner, “«Put on your boots and Harrington!»...”).

Acompañando esta canción aparece “Carcajada”, y en ella la figura excluida socialmente que es GT:

Hay algunos que quieren deshacerse de mí
porque digo lo que ellos no quieren oír

A partir de aquí ya no sólo es la rechazada, sino también se asume como la voz desobediente que expresa eso que los demás no quieren escuchar. Además, se agrega la motivación de otras canciones que hablan sobre la muerte o de las drogas, ejemplos de eso que no se quiere escuchar y de lo que GT se asume como vocera. Lo mismo se repite en “Hoy no voy a gritar”, donde canta

Abrazaré a ese niño
que tanto han maltratado
y le daré el cariño
que tanto ha necesitado

Coincidentemente con este disco aparece la película *Zapatos viejos*, en la que el personaje principal, Gloria, ayuda a los niños huérfanos. Así, GT no sólo rompe con las reglas, sino que también se vuelve en cierta medida una defensora de los marginados.

Para el lanzamiento de *Más turbada que nunca* y *Si me llevas contigo*, la figura de GT ya estaba consolidada, por lo que las canciones de estos dos últimos discos del periodo se centran en reafirmar “la personalidad del personaje” (GT) por encima o al margen de Gloria Trevi como individuo biográfico. Aparecen canciones como “¡Qué bueno que no fui Lady Di!”, donde niega todas las costumbres oponiéndose a un símbolo como el que en ese momento era la princesa de Gales. La diferencia con los anteriores discos es que ambos se centran más en los otros, en historias de terceros, lo cual la aleja de la construcción lírica de GT como mujer agitadora y más bien la sitúan como fuente de expresión de los demás, como en “Ella que nunca fue”. De igual forma, la necesidad de libertad está presente, pero, como en los discos anteriores, la vemos cayendo en la necesidad de encontrar el amor idealizado y normativo como respuesta.

Hay que resaltar, sin embargo, que en *Si me llevas contigo*, aparecen dos canciones que podrían entenderse como una suerte de “parte oscura” del personaje: “Me estoy rompiendo en pedazos” y “Lloran mis muñecas”. En la primera, GT se siente abandonada por el amor hasta un punto trágico:

Voy a quitarme la cordura
y con ella la amargura
del trueno contenido del deseo

y en la segunda sufre por la inocencia perdida:

Lloran mis muñecas, lloran
pues ya no queda nada de niña en mí
tú me robaste la inocencia al creer en tus promesas

En ambas hay una desazón que se contrapone a la construcción de la fortaleza que parecía tener GT.

La mayoría de las canciones que acabo de repasar fue escrita por Trevi, y muchas de ellas se enuncian en primera persona, lo que hace pensar que, a través de ellas, se construye al personaje GT. Como se vio, los temas pasan de una adolescente en busca “de acción” y de la libertad sexual a una reudentora de sus compañeras. En éstas también vemos que hay, además de una independencia del cuerpo como ente sexual y sentimental en la forma de vestirlo y lucirlo, una oposición a la norma. Lo corporal aparece en dos aspectos: la libertad de acción (sexual y de decisión vital) y la rebeldía encarando a la moda. Aunque podemos vislumbrar esta imagen en las letras y en ciertas partes de las composiciones musicales, las características de GT se vieron reforzadas por los dispositivos visuales.

Además del perfil de las canciones, en las portadas se aprecia la construcción y el uso del cuerpo. En ... *¿Qué hago*

aquí? (figura 1),⁴ vemos a una GT más cercana a una cantante de *rock* que a la que comenzó a configurarse en los videos. Recuérdese que consideramos al personaje, la imagen pública que se muestra. La chamarra de cuero y el pelo alaciado corresponden a la moda del momento, pero en *Tu ángel de la guarda* (figura 2) se muestra un cambio importante. Si bien se mantiene un entorno ocre, ya aparece con el pelo desaliñado y semisuelto, y los leggins con estampados circulares que simulan agujeros. En *Me siento tan sola* (figura 3) se utiliza una imagen desenfadada y colorida, con mallas fluorescentes y pelo suelto. Al llegar *Más turbada que nunca* (figura 4), se ve un avance en la erotización de GT, las mallas se transforman en medias de rejillas y el cabello ocupa gran parte de la portada. Por último, en *Si me llevas contigo* (figura 5), regresa a una imagen más sosegada, donde los colores vuelven. Esta última portada sobresale del resto porque es la única en la que sale de pie y de cuerpo completo. En las anteriores aparecía agazapada y aquí se muestra en una postura más apacible, lo que corresponde en gran medida a los matices que van narrándose en las canciones.

Conjuntamente, la edificación de GT se aprecia en algunos de los videos que acompañaron los lanzamientos. Los dos primeros, “¿Qué voy a hacer sin él?” y “Dr. Psiquiatra”, muestran a GT como una adolescente estereotípica de la época. Si bien en ambos muestra el pelo desenfadado, su vestimenta se encuentra a la moda de finales de los ochenta. En el primero (figura 6) la vemos con camisa holgada y estampados; en el segundo (figura 7), con un top, botas y calentadores, atuendo similar a la moda juvenil de esos años, heredada de Estados Unidos. Por ende, se puede considerar que en esta primera etapa no se trata de situar a GT como figura insu-

⁴ Las diez figuras aludidas en el texto (portadas de discos, fotografías de películas, dibujos de la revista de cómic) pueden consultarse en <https://bit.ly/GTpersonaje>

recta, sino más bien dentro de cierta norma de las cantantes *pop*. Pese a ello, sí quedarán dos marcas fundamentales de su configuración: los *leggings* en los que el estampado se volverán posteriormente agujeros y el pelo desaliñado. Así, a partir de la vestimenta y la expresión corporal, se ensamblan dos elementos necesarios para la cimentación del personaje.

Es así como “el pelo suelto” y “la ropa con agujeros” constituyen por una parte elementos de esa semiosis (evasión a la norma) que Gloria Trevi pretende proyectar como propia y al mismo tiempo una mimesis, que no es más que el producto de su alienación como sujeto; una alienación que se hace evidente al mantener latente elementos que ya forman parte de otras subculturas como los *punks* de finales de los ochenta y el movimiento *hippie* de los sesenta (Correa, “Quitarse la ropa y cantando al sexo: Gloria Trevi y la trampa rockera de la juventud mexicana” 80).

La apariencia de GT se consolida en el video de “Pelo suelto” que, como mencioné, es una canción de afirmación de la libertad. En ésta se instaura su apariencia más reconocida. Además del desaliño del cabello, la vemos con tops con diamantina (o coloridos en algunas ocasiones) y los *leggings* (en ambas versiones agujereados o con algún tipo de *print*) y las botas (figura 8). De igual forma, los bailes que realiza en el video, en los que se arrastra por el suelo como lo hizo en sus primeras presentaciones en televisión, confirman la postura de una actitud contestataria. Esto se afirma, a su vez, con la aparición en pantalla de recortes de prensa ficticios que acentúan la figura de GT como alguien que está escandalizando y transformando a la sociedad.

A pesar de que este video corresponde a una canción que no escribió Gloria Trevi, tenemos una conformación del personaje que perdurará en años subsecuentes. Los otros videos de *Tu ángel de la guarda* son una progresión de GT. En “Jack el reprobador” y “Hoy me iré de casa”, la vestimenta se man-

tiene e incluso, en el último, se aumenta la idea de desparpajo al usar GT una suerte de falda completamente rota. Debemos señalar que si bien “Agárrate” es parte de este disco, en el video se muestra a una GT un poco distinta y en concordancia con el tipo de canción. Al ser la música similar a la de un tango, en el video se la presenta en una especie de traje de gala, pero sin abandonar el pelo suelto, lo que en cierta medida sigue uniéndola al personaje.

Para los videos de *Me siento tan sola*, la imagen se mantiene casi idéntica; sólo se acentúa la presencia de los zapatos gastados en respuesta al primer sencillo “Zapatos viejos”. El video de “Me siento tan sola”, al igual que el de “Agárrate”, responde al tipo de canción que se proyecta, en este caso un drama sentimental. Aquí GT luce un vestido blanco similar a un camión que permite cierta erotización del personaje, al mismo tiempo que se recrea el melodrama sentimental. Cabe mencionar que los videos de esta etapa fueron realizados con un arte que recuerda al expresionismo alemán.

En “Los borregos” y “Con los ojos cerrados”, el atuendo se mantiene. En el segundo es peculiar cómo la historia muestra la transformación de GT. En éste vemos primero a GT tomando clases en lo que parece una preparatoria, después va a trabajar a una fábrica y, por último, se encuentra con su pareja. En las transiciones se va cambiando de ropa, pasa de una vestimenta convencional, pantalón y chamarra de mezclilla, a usar un overol en la fábrica, hasta usar la ropa que caracterizaba en ese momento a GT y que hace eco a la portada. *Leggins* con estampados coloridos, top fluorescente debajo de una camisa rota, pelo suelto, botas viejas y gorra fluorescente (figura 9). En este video se observa la transición que ha sufrido el personaje.

Es uno de los momentos en que Gloria Trevi se vuelve muy famosa en el mundo de habla hispana y aparece en casi todos los programas más vistos de televisión de la época. Sus

presentaciones en *Siempre en domingo* (1992), en *Un, dos, tres*, de Televisión Española o en el Festival de Viña del Mar (1993) fueron marcando esta imagen de joven rebelde y desenfrenada que, con sus bailes, transgredía la disposición convencional de las presentaciones de las artistas *pop*. Se acercaba y tocaba al público; se retorció y se arrastraba por el piso, brincaba y corría sin parar (Correa, 89). Es claro que este comportamiento provenía de otros campos musicales, como el *punk* o el *rock*, pero verlo en el contexto del *pop* en ese momento se consideraba subversivo.

Los videos de *Más turbada que nunca* presentan un cambio. Los dos principales “La papa sin cátsup” y “El recuento de los daños” son dos historias con personajes parecidos a GT, pero que no son propiamente ella y que muestran cierto grado de violencia machista. En el primero, GT aparece como una ama de casa violentada por su marido, una especie de caricatura de un hombre del norte de México. Éste lleva a sus amigos a beber a casa hasta que ella se rebela, pero se trata de un sueño. En el segundo, vemos a una niña que, de mayor, será interpretada por Trevi, que es secuestrada por un leñador en el bosque y la mantiene retenida hasta que él muere. Ella llora frente a su tumba. A lo largo de las tomas vemos como el hombre la maltrata y se genera una suerte de síndrome de Estocolmo. En ambos videos el personaje central puede ser reconocido como GT; no obstante, las anécdotas que se cuentan en los videos se alejan de la construcción que se había generado. Pareciera entonces que estamos en la ficción dentro de la ficción del personaje.

Del último disco que nos compete no hubo videos promocionales, pero sí una presentación famosa en *XE-TÚ Remix*, programa que condujo, en la que Trevi interpreta “Lloran mis muñecas”. En esta presentación se ve sentada en una cama cometiendo lo que parece un suicidio. Lo único que se mantiene del personaje es el pelo, pero a lo largo del programa

ma, GT vestía con sus habituales trajes. Aunque parece un escenario aislado, si conectamos los dos videos previos, es posible hacer una lectura de la violencia que recibe el personaje de GT, que ella intenta superar para salir adelante. Aquí el cuerpo es receptor de la violencia.

En los videos se crea una imagen complementaria de GT. La búsqueda de la libertad y una rebeldía frente a las normas sexuales, escolares y de comportamiento son, junto con las presentaciones en televisión, lo que consolidó al personaje de GT como chica que rompía los límites de un entorno normativo. De nuevo, aunque se vislumbra una disidencia en muchos de sus comportamientos, también hay un trasfondo heteronormado en la ficción romántica de encontrar al hombre adecuado o en el dolor insoportable por la pérdida del amor.

En el aspecto visual hay que considerar también las tres películas que precedieron a su segundo, tercero y cuarto álbum. Además de operar como mecanismo de promoción para los discos, las tres llevan el nombre de los sencillos y funcionan para expandir la dimensión del personaje GT. *Pelo suelto* (1991) es una película de formación que narra la historia de una joven llamada Gloria Trevi, que sale de un pequeño pueblo en el norte para volverse una cantante, una estrella dentro de la música *pop*. Aunque la historia difiera bastante de la vida de Trevi, el recurso de homonimia adhiere al personaje tanto a GT como a la Trevi, creando una suerte de *film à clef*.

Este uso del nombre y la vinculación con GT ocurre en las otras dos películas. En *Zapatos viejos* (1993), Gloria es una niña huérfana que tiene que ayudar a sus compañeras a salir del infortunio. Si en *Pelo suelto* Gloria lucha contra todo para conseguir su sueño, aquí mantiene una rebeldía en su apariencia y comportamiento, pero también una insubordinación que la lleva a ser buena persona. En *La papa sin cátsup* (1995) Gloria tiene una doble, *la Greñas*, una pandillera que usurpa su identidad. Mientras Gloria es una niña buena que cuida

de su abuela, *la Greñas* es una delincuente. De este modo se observan ambas características del personaje GT; por un lado, la bondad y la honestidad de Gloria, pero también la rebeldía hiperbolizada de *la Greñas*. Al final, la figura doble de Gloria tiene que acercarse a ese lado malo para lograr su expresión total.

En las películas, las tres Glorias son en apariencia distintas, pero complementan al personaje público. Esto crea un triple eje de relación: el primero es el vínculo con las canciones que aparecen en las películas; el segundo es la imagen de las personajes idénticas a GT y que, además, llevan el mismo nombre; y el último, la forma en que se adhieren historias de vida al personaje de GT. Esto, sin lugar a duda, también repercute en la experiencia pública de la propia Trevi. Es decir, en este apartado complementario va acompañando al personaje de los videos y las canciones con una especie de extensión más ficcional de GT. Mientras que a través de las canciones se podía emparentar la vida o la experiencia personal de Gloria Trevi con GT, con los personajes de las películas se crean vidas posibles que experimenta el personaje. Son una suerte de camino de ida y vuelta en el que el orden cronológico y lo referencial se desvanecen. El personaje de GT es un doble, una creación autoficcional de Trevi, pues a partir de estas cintas la ficcionalización del personaje se prolonga y se disemina en varios productos que generan un personaje sin pasado, pero con distintas historias.

Estas aventuras ficcionales de GT pareciesen un remanente de la revista, publicada en 1991 y de la que aparecieron 15 números: *Las insólitas, increíbles e inverosímiles aventuras*. En la revista, Trevi combinaba chismes y noticias de su vida y del medio con cómics escritos y dibujados por ella (figura 10). Se narran las anécdotas cotidianas de un personaje identificado como Gloria, son historias de amor y adolescencia, una de las expresiones más tempranas del autocómic en Latinoamé-

rica. A diferencia de las películas, donde la ficción prima, en especial en las dos últimas, los cómics son un primer escalón para esta suerte de personaje autoficcional. Aquí las historias no son tan rocambolescas y más bien entran en un costumbrismo sentimental. Entonces, podría decirse que las películas son una suerte de autoficción fantástica, y los cómics una biográfica, como las entiende Vincent Colonna en *Autofiction et autres mythomanies littéraires*. Las primeras sólo usan la figura de la persona para crear historias inverosímiles, mientras que los segundos se basa en la vida de la autora. La revista también sirvió de escaparate para la experiencia musical de Trevi; de cualquier forma, se volvió otro vehículo para la construcción del personaje GT. El cuerpo en los cómics es dibujado de acuerdo con una autopercepción de Trevi, y aunque el dibujo es *naïf*, se distinguen de nueva cuenta varios de los rasgos característicos de la protagonista: los *leggings*, los *tops* y, cómo no, el pelo suelto. De igual forma, los cómics son proyecciones de este carácter de la adolescente rebelde y libre, pero al mismo tiempo tienen un sesgo heteronormado, sobre todo basado en el amor romántico.

Ahora bien, hasta aquí hemos visto cómo se construye el personaje de GT, pero también cómo, bajo el mismo nombre, se va relacionando con la figura de Gloria Trevi como autora, primero de las canciones y luego de esta imagen pública. Jérôme Meizoz menciona: “El enunciador surge bajo varias caras construidas a la vez en el texto y por las conductas del autor en la escena pública” (2007, 186); y aunque su teoría se centra en autores literarios, es interesante ver cómo una artista *pop* se construye también bajo los mismos parámetros, no sólo a través de su obra, de sus canciones, sino también de todos los paratextos que giran a su alrededor. Aquí nos centramos en las canciones enunciadas en primera persona por parte de GT, con lo que construye un tipo de autoafirmación que sirve para robustecer la imagen y situarla como autónoma, pero

al igual que ocurre con los autores literarios, se apoyó y se apuntala mediante los dispositivos de la imagen pública, la presencia en los medios, etcétera.

Así es posible determinar que el personaje de GT está conformado por una postura autoral para cuya construcción Trevi se apoyó en todos los mecanismos a su alcance. La postura autoral, en el caso de lo literario, propone un desenvolvimiento, en algunos casos ideológico o especular de la persona del autor o la autora para sostener una determinada obra o una imagen que se vincula con su producción (Meizoz, “Escribir, es entrar en escena: la literatura en persona”).

En este caso, se podría hablar de que esta postura autoral se vincula a una necesidad comercial de promover un carácter para situar al personaje dentro del espacio público. A final de cuentas, muchas veces la postura nubla o sitúa un velo sobre la verdadera persona; o, mejor dicho, construye una máscara que tiene como fin el consumo. En muchos casos, la línea entre el autor público y el privado es muy tenue, hasta llegar al punto de la indefinición. En el caso de Trevi, me parece que es evidente el juego hiperbólico que se realizó para elaborar a GT, pero que incluso, como llegó a decir la propia cantante: “Yo no soy un personaje, soy Gloria Trevi, tal cual” (entrevistada por Elvira Hernández, “Gloria Trevi: cuerpo, mente y alma”). No obstante, creo que hace falta una exploración de cómo estos personajes van ganando terreno a la persona real y se van superponiendo a ella hasta diluirla y dar paso a la ficción.

El personaje GT que analicé aquí se quebrantó cuando fue apresada. Al transparentarse la vida real de Trevi, la de GT se desarticuló y sólo quedó como una ficción sin anclaje situada en el pasado.⁵ Su construcción fue más compleja que el simple impacto de unos cuantos bailes o de una vestimen-

⁵ Cabe mencionar que, en su regreso, Trevi retomó muchos elementos del personaje.

ta estrafalaria. Fue un personaje armado de distintos ángulos para situarse en un mercado determinado. Ahora, con los eventos posteriores a ese periodo sobre la mesa, se vuelve sencillo situar el borde entre personaje y la autora, pero en el momento su personaje, creado desde una postura autoral, tuvo una incidencia en la industria del *pop*. Tal vez pensar en la figura autoral dentro del *pop* —construida, si se quiere, por muchas autoras, pero situada en una— permita complejizar la experiencia de recepción. Es claro que sería interesante continuar este estudio a partir de las producciones culturales en torno a Trevi generadas después de los juicios y del encarcelamiento, e indagar en los rastros que quedan de GT en la configuración actual de Trevi,⁶ o como nuevos dispositivos en una creación retrospectiva. Para concluir, el personaje GT es, a mi entender, un personaje autoficcional, pero las consecuencias de sus acciones y el efecto que tuvo en parte de la sociedad fueron reales y tuvieron “nefastas consecuencias” (Lamas 2021, 27).

FUENTES CONSULTADAS

ARTÍCULOS

Castillo Pérez, Viridiana. “Las féminas más polémicas”. *Fem* 18:134 (1994), 47-48.

Correa, Fabio. “Quitarse la ropa y cantando al sexo: Gloria Trevi y la trampa rockera de la juventud mexicana”. *Latin American Music Review / Revista de Música Latinoamericana* 16:1 (1995), 78-92. <https://doi.org/10.2307/779980>

Hernández Carballido, Elvira. “Gloria Trevi: cuerpo, mente y alma. Entrevista a Gloria Trevi.” *Fem* 19:148 (1995), 11-15.

⁶ Es diciente la serie estrenada en 2023, *Gloria Trevi: ellas soy yo*, en la que Trevi aparece al final de cada episodio explicando su experiencia vital, además de que actúa en una gran parte de la serie como ella misma. Esto podría ampliar el análisis a un espacio autoficcional mayor.

- Latus, Andrew. "Hairstyles and Attitudes: Hacking, Human-kinds, and the Development of Punk Rock". *Philosophy in the Contemporary World*, 7:2/3 (2000), 43-55. <https://doi.org/10.5840/pcw200072/316>
- Meizoz, Jérôme. "Escribir es entrar en escena: la literatura en persona". *Estudios: Revista de Investigaciones Literarias y Culturales* 42, 2013. <https://orbi.uliege.be/handle/2268/202915>
- Núñez Moya, Jáinol. "«Y todas son ellas, y ellas soy yo». Gloria Trevi: género y patriarcado antes del movimiento *Me Too*". *Revista Estudios* 42 (2021), 33 páginas. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/47213>
- Weiner, Nathaniel. "«Put on your boots and Harrington!»: The ordinariness of 1970s UK punk dress". *Punk & Post-Punk*, 7:2 (2018), 181-202. https://doi.org/10.1386/punk.7.2.181_1

LIBROS

- Colonna, Vincent. *Autofiction et autres mythomanies littéraires*. Tristram, 2007.
- Meizoz, Jérôme. *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*. Slatkine, 2007.
- Miller, Janice. *Fashion and Music*. Bloomsbury, 2011.
- Monsiváis, Carlos. *Los rituales del caos*. Era, 1995.
- Trevi, Gloria. *Gloria*. Planeta, 2002.

CuerPop & Rappert: mujeres en las *BZRP Music Sessions*

Rodrigo Bazán Bonfil¹

kinésico, ca (tb. quínésico):

Del gr. κίνησις, ‘movimiento’.

2. f. Conjunto de gestos, posturas y movimientos corporales que forman parte del lenguaje no verbal.

“No sé qué tiene tu voz que fascina”.

Celia Cruz, “Tu voz”.

Febrero 8 de 2019: Bizarrap, DJ y productor argentino, subió a Youtube el primer video de sus Music Sessions en colaboración con MC de los más diversos cuños. Cuatro años y ocho meses más tarde (octubre 4, 2023), subió la quincuagésimo séptima, pero sólo en seis de ellas (10.52%) colabora con mujeres: Nicki Nicole fue la primera (Sesión 13, agosto 13 de 2019) y Shakira la última (Sesión 53, enero 11, 2023); ocupan el periodo intermedio, y de manera irregular, Cazzu y Nathy Peluso —con las Sesiones 32 y 36, de agosto 5 y noviembre 27 de 2020, respectivamente—, y en 2021 Snow Tha Product y Ptazeta, quienes estrenaron el 28 de abril y el

¹ Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

6 de octubre las Sesiones 39 y 45. No hubo grabaciones femeninas durante 2022.

La proporción de mujeres respecto de los hombres en este *corpus* parece escandalosa, pero tristemente no sorprende: en 2018 Marie-France Merlyn analizó los cien reguetones más populares del año y encontró que sólo cuatro canciones eran de intérpretes femeninas; que si se sumaban las canciones mixtas, sólo 14% del reguetón popular de ese momento incluía a las mujeres; y que el fenómeno se extiende a la composición, porque, en el análisis realizado, 79% de las canciones fue escrito exclusivamente por hombres, 17% incluye a una o dos mujeres, el 4% restante es de autoría corporativa y no localizó un solo caso de autoría femenina exclusiva (véase Merlyn, “Dime lo que escuchas y te diré quién eres”, 310).

En cambio, Nicki Nicole y Nathy Peluso escribieron lo que cantan; Cazzu, Snow Tha Product y Ptazeta compusieron en colaboración con el Biza, y sólo Shakira recurrió a un equipo multidisciplinario (que de todas formas no logra nada, pero) donde su aporte se pierde entre lo que hayan hecho Keityn, Santiago Alvarado y Gonzalo Julián Conde (es decir, Bizarrap cuando usa su nombre de ciudadano). El 10% de la presencia femenina en las Music Sessions parece, entonces, casi ventajoso; al menos por contraste con muchas otras cantantas que igualmente ponen el cuerpo, la voz, la “presencia” y su construcción de una performatividad musicorporal, pero vehiculan mensajes cuyos textos no suscriben. Como le pasaba a Martha Sánchez:

Después de *Soldados del amor* (1990) [sentía] mucha presión y mucha dictadura al elegir canciones. También había ya una energía de cansancio, mucha diferencia de opinión entre la banda, alguna que otra pelea. Yo quería elegir mis canciones porque [en Olé Olé] siempre me decían lo que tenía que cantar. En realidad, no me dejaban opinar mucho, aunque había canciones muy acertadas [Gallardo]

como debe ocurrirle en realidad a un montón de mujeres todo el tiempo, incluso si no cantan.

Estas seis, sin embargo, participan en diferente medida en la composición de lo que han grabado y, con ello, construyen en parte representaciones que ofrecen a su(s) público(s) con un aura de autenticidad vinculada a una idea y una serie de imágenes raperas de sí mismas como, simultáneamente, a la idea de que las Sessions fueran verdaderas batallas donde deberían improvisar sobre una pista propuesta por Bizarrap *in situ*.

Saber que no es así —porque, en definitiva, asumo que estos videos han sido ensayados y grabados (si no editados) *n* veces hasta alcanzar el aspecto final que presentan en YouTube— no impide, sin embargo, que el *delivery* juegue un papel de radical importancia, y es justamente sobre esta “capacidad para transmitir lo que cada una quiere de manera efectiva mediante variaciones vocales y gesticulación corporal y facial” (González, “Freestyle para Dummies”) que deseo reflexionar en las siguientes cuartillas. Creo que es importante hacerlo porque

- a) condiciona nuestra recepción del mensaje;
- b) es “algo que cualquiera que trabaje en artes escénicas debe saber” (sigue Santiago González); y
- c) nos obliga a recordar que, frente a la pantalla —como dije—, lo que hacemos es presenciar la *rePresentación* de seis emisoras profesionales que enuncian media docena de roles femeninos como si fueran mujeres comunes y aquellos les correspondieran.

Es decir, *como si ellas fueran ellas* y quien recibe sus mensajes (vocales, gestuales, musicales, rítmicos... en resumen, *kinésicos*) deseara conocer la historia de vida de Nicole, Natalia, Julieta, Claudia, Zuleima o Isabel, aunque hasta hace un momento no

supiera sus nombres verdaderos, no los pueda vincular con los apellidos correspondientes: Mebarak, De Pino, Feliciano, Cazzuchelli o Cucco, y tampoco sea (necesaria o biográficamente) cierto lo que cada una canta, salvo —se dice— en el caso de Shakira cuando enuncia la desilusión amorosa que siente frente a su exesposo... única grabación donde, por otra parte, interviene una *major*, Sony, pues las demás son producciones de Bizarrap a través de Dale Play, su compañía.

Sobre las implicaciones que esto tiene o pueda tener en la construcción del video reflexiono más adelante, pero apunto desde ahora que si “la industria de la música es hoy uno de los sectores más potentes de la economía mundial”, es porque ha mantenido su poder al organizar los mercados a partir de monopolios “hoy controlados por tres discográficas multinacionales (también llamadas *major*s): Sony Music, Universal Music Group y Warner Music Group, que acaparan y se reparten a la gran mayoría de los artistas internacionales”, capital que, asimismo, le permitió sortear la crisis que sufrió en el cambio de siglo, cuando las plataformas P2P hicieron caer sus ventas para, acto seguido, disparar el uso de las plataformas digitales con las que “recuperados los derechos de los autores, el orden y las ganancias, esta industria incrementó su poder [... hasta] manejar 73% de la música en el mercado global”, al tiempo que lo condujo a la homogenización absoluta del gusto a través de los productos que ofrece (Peñaloza 62-63).

Al final del texto señalaré (o eso espero), de algún modo, la línea que pudiera separar una gestualidad-vocal-*kinésica* aceptable como marca de autenticidad y pertenencia al género de aquellas que (generan y luego) buscan satisfacer una expectativa creada con base en un supuesto conocimiento real del género y sus convenciones cuando, en el fondo y a ambos lados de esta segunda moneda, lo que se tienen son experiencias y enunciados, visuales y verbales, diseñadx como *espectáculo*.

MANOTÉAME EN LA CARA Y TE DIRÉ QUÉ VENDES

Charles Mudede plantea en “The Language of Hiphop Hands” que, para hablar del asunto, debe quedar claro que las manos en el *hip-hop* no son, por ejemplo, como las del *jazz*, porque la función esencial en éste es decorativa, mientras que en aquél enriquecen y dramatizan lo que se está diciendo, porque tienen sus raíces en lo comunicativo y, en este sentido, están mucho más cerca de las partes más profundas y antiguas del lenguaje humano. Tanto es así que remite al artículo que Giacomo Rizzolatti publicó en *Trends in Neurosciences* (“Language Within Our Grasp”, 1998), donde plantea que las manos son una fuente evolutiva del lenguaje humano, porque el área de Broca, la zona neuronal correspondiente, lo es también del agarre, de tomar cosas, y eso lo lleva a concluir que “las manos se usaban para el lenguaje humano mucho antes de que se desarrollara el lenguaje vocal”... y que por eso, cuando hablamos, seguimos manoteando.

Mudede vuelve, entonces, el *hip-hop* y el *rap* artes del lenguaje, ligados a un mismo sistema de comunicación en el que se escucha y mira al mismo tiempo. Pienso que éste es un modo completamente ajeno a lo que ocurre (¿por el contrario o sólo por ejemplo?) durante un concierto sinfónico donde, por más estímulos visuales que hubiera, nunca habrá realmente *nada que ver*, porque no se conciben como espectáculos visuales sino auditivos. Igualmente pienso en un concierto de *rock* donde —la actitud hierática de Robert Smith hace veinte años en el Palacio de los Deportes o— la *destreza melódica del grupo pesará más que lo cantado por su cantante*, pues en el escenario hay muchas más cosas que su cuerpo y todas estorban a su voz y nuestra capacidad para intentar, ya no observar detenidamente, como hubiera pasado una noche en la ópera, sino mirarla siquiera, toda vez que en un mensaje sonoro el sonido no es lo primero ni, remotamente, lo único que se percibe.

Un cuerpo, el de un/a emisor/a y la voz que sale de éste. Salvo que no toda voz es equivalente —de ahí que *el Sup* pudiera afirmar que el EZLN era “la voz de los sin voz”— ni todo cuerpo es “solamente” *un cuerpo* si, por ejemplo, consideramos que “Lloyd’s of London aseguró la voz de Bruce Springsteen por \$6 millones, según informó la revista *Time* en 2010”, mientras, en cambio, el culo de Jennifer López se suponía asegurado por cifras entre los 27 y los 300 millones de dólares, aunque ella después desmintiera la información tajantemente (Daniels, “Jennifer López [...] han asegurado partes de sus cuerpos”).

Lo que hace millonarixs a *las artistas* es, entonces, cómo *rentan sus cuerpos*. Frase que podría sonar aterradora o tentadoramente prostibularia, pero que, más allá de las fantasías que provoque, en realidad remite a la discusión y definición sobre qué es o cómo debe entenderse el aparente salario de una estrella. Mismo que, en *La dictadura del videoclip*, Jon Illescas explica (citando a Passman) como

una forma fetichizada de renta, porque el tiempo de trabajo socialmente necesario que cuesta reproducir su marca no es solamente el que la estrella aporta para la reproducción de su fuerza de trabajo, sino que, por semejanza icónica, su cuerpo/marca lleva objetivado el trabajo de cientos de obreros que hacen que su imagen sea reconocida (*All You Need to Know About the Music Business*, 63-64 en Illescas 204, que aquí resumo).

Luego, si se continúa con esta línea de análisis, entre las preguntas que surgen está, por ejemplo, “¿qué pasaría con el perfume Shakira sin la marca de ella?”.

Illescas responde que sería un producto distinto, que no vendería igual porque la marca “Shakira” le agrega valor en tanto “contiene el trabajo socialmente necesario objetivado en la imagen/marca ‘Shakira’ que, reproducida mecánicamente por las industrias culturales en diversas mercancías, trans-

fiere valor a cada perfume”. Y que esto ocurre en tanto la discográfica —en este caso Sony o una de sus filiales, pero en todo caso una *major*, uno de los tres monopolios del mercado— “ha invertido capital para que Shakira sea la estrella que conocemos bajo la marca ‘Shakira’, y no simplemente bajo el nombre de Isabel Ripoll —una barranquillera desconocida—, pero por ello mismo la empresa de perfume debe pagar derechos de imagen”. De este modo, y gracias al permiso que S. Mebarak otorga a la(s) empresa(s) en ejercicio del monopolio que tiene sobre su cuerpo y que ha sido reconocido por ley, “la imagen y el registro de su voz industrialmente reproducidos se vuelven parte del capital constante de otras mercancías como maquinaria que transfiere su valor a ropa, libros, anuncios publicitarios, etc.” (*La dictadura del videoclip* 204, resumen y paráfrasis míos), y así, cuando el/la receptor/a cree que consume una “sencilla” grabación musical, por una parte está pagando también por una serie larga de construcciones simbólicas y, por la otra, asume —incluso si no se da cuenta de ello— lo que ésta implica sobre sí como público identificado y sobre quien emite el mensaje: la cantante como modelo icónico de comportamiento.

Consumimos, pues, grabaciones donde se rePresentan ideas que nos resultan caras y, por eso, en esta media docena de videos se pueden hallar, igualmente, los discursos de amor romántico de una adolescente con nostalgias y un *pitch* completamente *emo* (Nicki Nicole, *Bzrp Music Sessions*, vol. 13) y una mujer adulta que muestra su decepción con gestos más *pop* que *rappers* (Shakira, *Bzrp Music Sessions*, vol. 53), junto a una serie de autocaracterizaciones —en primera instancia, sexuales— que van de la autoafirmación voraz hetero (Nathy Peluso, *Bzrp Music Sessions*, vol. 36) al guiño bisexual (Cazzu, *Bzrp Music Sessions*, vol. 32) y la declaración lésbica abierta (Ptazeta, *Bzrp Music Sessions*, vol. 45), pero, simultáneamente, ayudan a construir el peso y verosimilitud de las enunciado-

ras mediante sus cuerpos/marcas (Snow Tha Product, *Bzrp Music Sessions*, vol. 39).

SOY LA MEXICANA CON TREMENDO FLOW
TENGO TODO EL CONTROL

Thriller se estrenó hace cuarenta años y entre el 2 de diciembre de 1983 (“Michael Jackson’s Thriller”) y el día de hoy el

divertido e intrascendente formato de la cultura *pop* que mostró al mundo los escotes de Madonna se ha transformado en la mercancía cultural más consumida por la juventud global, pues a su aparente gratuidad de consumo suma su inmediatez, su brevedad, y el encantamiento que produce su irresistible mezcla de música, sexo y espectáculo. De modo que funciona no sólo como publicidad para los artistas sino (sobre todo) como cebo para que, una vez frente a la pantalla, la atención del joven público se convierta en la mercancía que las empresas propietarias (Universal, Sony, Warner) y difusoras (YouTube, Daily Motion, Vevo) venden a las anunciantes (Coca-Cola, Adidas, Apple). (Illescas 11)

La idea original para este texto era contrastar los seis videos a los que me he referido con seis más, fuera de las *Bzrp Music Sessions*, pero renuncié a ella porque analizar ejemplos estándar de productos culturales masivos es redundante cuando se considera que, por ejemplo y a pesar de los ocho años que los separan, los videos de *No soy una señora* (de María José) y *Estás buenísimo* (de Nathy Peluso) repiten un mismo discurso visual en el que una *femme fatale* (en el fondo y por paradójico que sea) se muere de amor (romántico). Luego, espero que el intento de profundizar en el análisis de éstos, los ejemplos *sui generis*, resulte más productivo.

Hay apuntes que hacer, entonces. El primero es cómo estas producciones *se nos ofrecen como* si lo único que hubieran requerido fuera un DJ, una MC y un canal de YouTube en

contraste con —para seguir aprovechando el ejemplo— *Thriller*, cuyo costo oficial es de medio millón de dólares, aunque también se dice que costó el doble y, en todo caso, era el video musical más caro hecho hasta ese momento (“Michael Jackson’s *Thriller*”). Que una u otra de estas afirmaciones sea cierta o exacta es, sin embargo, mucho menos importante que la o las nociones de apariencia, simulación y espectáculo que les subyacen, porque son éstas las que mueven a su aceptación como verdaderos cuando, en realidad, son representaciones de algo que nunca estuvo:

12: El espectáculo se presenta como una inmensa positividad indiscutible [...] No dice nada más que “lo que aparece es bueno, lo que es bueno aparece” [...] y exige por principio esta aceptación pasiva que [...] ya ha obtenido por su manera de aparecer sin réplica, por su monopolio de la apariencia. (Debord 11)

La idea de que uno y otros tuvieron (o no) muchos recursos es, sin embargo, un punto importante, pues más que contrastar los estándares de la industria musical y los de las producciones independientes, muestra cómo estos se adecuan a mercados que ahora ofrecen y venden “autenticidad” —siempre asumida, porque ésta es parte del producto que vehicula cada uno de los cuerpos/marca de las intérpretes; real únicamente en algunos casos, incluso si no es posible definir qué es “ser una MC auténtica”.

En todo caso, como una noción que se construye por contraste, pues mientras el de Landis & Jackson elevó y rompió toda regla del videoclip conocida hasta entonces —porque la obra completa dura 13:41 minutos; la canción como aparece en el disco, 5:57, y el video en su versión corta, 3:21—, las *Sessions con mujeres* duran en promedio 2:53 y presentan una “estructura filmica” única, fija y sencilla, al punto en que incluso se vuelve repetitiva. Pero que justamente por eso —porque todos fueron filmados con la MC en

cámara, ocupando el espacio central y recorriendo después, conforme avanza la grabación, a una serie de movimientos a izquierda y derecha para darle variedad al encuadre, aunque jamás haya un acercamiento ni un cambio en el nivel de la cámara (*id est*, sin picados ni contrapicados)— logran que todo el peso de cada mensaje recaiga en la ejecución de su emisora ante cámara y cancelan las tentaciones posibles que se tuviera en torno a la “belleza” o la elaboración de estas piezas como objetos fílmicos *en sí*.

Mientras en *Thriller* (y ni siquiera habría que decirlo) el peso se distribuye de forma descendente desde la coreografía al maquillaje y de éste al canto, que termina siendo lo menos importante, pero cuya debilidad no se notará nunca porque la inmediatez —casi quiero decir, la nadería— que supone su mezcla de música, sexo y espectáculo se disimula tras la faraónica producción y sólo queda el encantamiento que producen.

El segundo apunte se desprende de éste y corresponde a la duración de las grabaciones como determinante del enunciado (aunque, como se verá, lo que realmente ocurre es lo contrario). El video más corto, de Nicki Nicole, dura 2:26 minutos, y el de Shakira, que es el más largo, 3:38, un promedio cercano a los tres minutos, aunque mayoritariamente apenas pasan de los dos con treinta... O, lo que es lo mismo, se trata (salvo en el caso de Shakira) de **objetos no ajustados al estándar** de la industria porque, si además se descuenta la duración de las *intros* y las *outros*, es patente que **estos discursos duran lo que necesitan para terminar su mensaje** y no lo que las emisoras de radio querrían. Rasgo que, a su vez, genera un espacio de enunciación con suficiente libertad para que, aun si en algún punto de sus discursos todas intercalan estrofas y coros, se pueda observar la formación de al menos dos grupos, según cada una de ellas apueste todo por el *flow*, mientras otras repiten *ad nauseam* las estructuras estándar de las baladas más comerciales:

Nicki Nicole	coro / estrofa larga / coro / estrofa / coro
Shakira	coro / estrofas / coro / estrofa laaarga / coro / estrofas / coro-outro <i>fade out</i>
Cazzu	coro / estrofa larga vs MCs / happening & cambio / estrofa vs el Ex / coro
Snow Tha Product	coro / estrofa / estrofa / estrofa / estrofa / estrofa / coro / outrodance [el puritito flow con todo]
Ptazeta	estrofa / <i>flow</i> / estrofa laaargaaa / coro / <i>flow</i> / estrofa / coro / <i>flow</i> CoroOutro
Nathy Peluso	estrofa / <i>flow</i> / coro / estrofa larga / <i>flow</i> / coro / estrofa / <i>flow</i> / outro

Finalmente, se identifican en tercer lugar estilos musicorporales o kinésicos que, es necesario reconocerlo, al final son un elemento de juicio al ver una ejecución, pues —como explica Esther Justel en “Cómo afecta la expresión corporal la técnica vocal”— si bien hay muchas personas que al cantar se expresan con manos y brazos de manera natural porque es su manera de hacerlo, y eso les ayuda a comunicarse mejor con el público, el problema es que quien **no suele** hacerlo, *tenga* que, para *transmitir* en la canción.

Justel remata su texto con algunas afirmaciones subjetivas (que avergüenzan por su tono supuestamente conmovedor, pero) que, sin embargo, pueden ser útiles para explicar todavía algunas cosas sobre cómo juzgamos ciertas pericias técnicas en función de nuestra percepción de ellas como formas espontáneas (o no) de emoción:

en el canto, como en la vida, tienes que *ser tal y como eres*, expresarte de la *manera más natural* posible. Eso transmitirá un *mensaje claro y sincero* a tu público y, por consiguiente, mucho *más cercano* y te ayudará a **conectar** mejor con ellos. Por otro lado, hacer movimientos con los brazos, si no es algo que te salga natural, **te puede hacer perder el ritmo**. Esto pasa porque **estás forzando al músculo a moverse**

de un modo que para él no es orgánico. (“Cómo afecta la expresión corporal...”, cursivas mías, negritas en el original)

Es decir, sobre cómo nuestra reacción ante el mensaje está condicionada por nuestra percepción del cuerpo/marca de una MC, pues el espectáculo que ésta genera le permite mostrar (¿aparentar, y he ahí la pericia técnica?) los “rasgos de autenticidad” que, sin ser plenamente conscientes, esperamos encontrar en los tres elementos presentes: *performance*, emisora y enunciado, y en función de los cuales validamos nuestra percepción de ellas como emisoras valiosas (y válidas).

Luego, y justamente porque no suscribo la idea de estar viendo a Julieta, Claudia, Natalia, Zuleima, Nicole o Isabel (desde antes sustituidas por los cuerpos/marcas Ptazeta, Cazzu, SnowThaProduct, Shakira), ni la noción de que su “sinceridad” o “cercanía” hagan más valioso su trabajo en tanto enunciatrices profesionales —porque, como dije, éste valdrá lo que la industria determine en función del trabajo necesario que teje en torno a los cuerpos/marcas que reproduce como objetos culturales—, *pero sí creo* que en algún punto persiste un elemento mínimo de posible juicio estético en torno a su *delivery* y su kinésica, en función de éstos [delivery y kinésica] distingo tres grupos según el dominio que las MC muestran.

El primero está formado por Nicki Nicole y Shakira pues su gestualidad resulta, en tanto mímica, muy simple y mientras la argentina (apenas y como diría Mudede) “enrich, enhance, and even dramatize the things [she] is saying”,² Shakira es rebasada por su propia trayectoria *pop*, de modo que en un minuto y veinte segundos hace todos los gestos necesarios para ilustrar de manera unívoca a alguien que es “un campeón”, “bota al gato”, “le queda grande” otra persona, llora, salpica,

² Véase *Bzrp Music Sessions*, vol. 13, minuto 0:24 a 0:51; cuyos gestos se repiten entre 1:40 y 1:55.

tiene deudas, fue heridix o se volvió más durx.³ Exactamente como quien juega a “Dígalo con mímica” y con el agravante de que todo el tiempo gira hacia la cámara (como quien sabe dónde buscarla) para enunciar de frente las partes “fuertes” del discurso, generando un gesto que se nota y, por poco espontáneo, no resulta verosímil.

No se trata, entonces, de la forma primitiva a la que se refiere Mudede —*those are not “the deepest and oldest parts of human language”, we should say*— porque, mientras la idea de Rizzolatti sobre las manos como fuente evolutiva del lenguaje remite a las manos que *hacen*, las que *agarran* cosas para *cambiarlas*, Shakira y Nicki Nicole sólo muestran “ritos gestuales” que ya no convocan la “autenticidad mítica” que necesitarían para no sucumbir a su propia espectacularidad.⁴

Y entonces no hay quien les crea (mucho).

Cosa que, en cambio, Cazzu y Ptazeta consiguen plenamente, porque con sus cuerpos subrayan su autocaracterización (su *persona*, su personaje) y eso les da presencia ante la cámara. Cazzu juega, en un primer momento, con versos en que construye una emisora bisexual —que lo mismo puede irse a la cama “con *tu* chica”⁵ que “con *tu* chico”, siempre y cuando ella “te lo/la quite”, porque lo divertido es jugar con lo que el/la receptor/a tenga para perder—, pero muy pronto importan más sus gestos porque éstos incluyen uno que en la calle significa *cunnilingus* (0:22-0:24) para, acto seguido, *gesticu-*

³ Véase *Bzrp Music Sessions*, vol. 53, minuto 0:20 a 1:37.

⁴ Esto es, un ademán lleno de afectación que se hace en obsequio de un público que espera verlo porque lo identifica como parte de la *performance* del género, pero que en tanto acto exterior arreglado por costumbre, es mera reverencia y ya no conecta con la maravilla “fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico” con que, en la cultura pop, se identifica a los emisores “auténticos” (sean cantantes de rock, hip-hop o flamenco) y deviene pura diversión pública. Véase al respecto “rito”, “ceremonia”, “mito” y “espectáculo”, *sub voce* en *Diccionario de la lengua española*.

⁵ Véase *Bzrp Music Sessions*, vol. 32, minuto 0:14 a 1:15.

lar perfectamente como una *gangsta rapper* de modo que sea esta caracterización explícita lo que autoriza su denuncia y crítica hacia otros MC... del mundo, pues sin alusiones específicas hace una burla muy fina de los *rappers fake*: “el único carro caro lo compraste en **yí-ti-éi**⁶ (ey-ey)” (*Bζηρ Music Sessions*, vol. 32, minuto 1:10 a 1:15).

Ptazeta, en cambio, subraya su presencia física como lugar de emisión en vez de fortalecer gestualmente lo que dice, porque asume que su discurso vale en tanto declaración/toma de postura frente a sus propia lesbiandad enunciada con desparpajo y buen humor pero como una forma de sexo duro del cual sentirse orgullosa:

el pom-pom, hasta abajo vamo' a reventar el cassette
¡ey, si no hay perreo no se mete!
Quiere-quiere-quiere duro, la llevo pa' lo oscuro
está caliente y al dente la desayuno
esa lady es como Flash, a gas va duro
da vueltas de campanas como un cinturón de judo
[...]
Dale, dale, dale zoom, que está re buena
le vine a dejar marca como un tatuaje de benna
esa nena pide mmm, ella es mi cena
yo le vo'a dar pum-pum-pum-pum, pa' fuera
[...]
y tú, dama, estás tan dura que yo pierdo la cordura
y si viene' con tu amiga pues le damo' la' tre' (cómo se luce)
(*Bζηρ Music Sessions*, vol. 45, minuto 0:46-0:57 y 1:42-2:01)

Es en la voz donde se apoya el mensaje, mientras su cuerpo es uno que baila y gesticula el gozo de la enunciadora y la necesidad inmediata de imaginarse la fiesta narrada porque es como si la *pretty gyal*, el/la receptor/a y ella estuvieran ahí. En

⁶ G.T.A. = *Grand Theft Auto* es una serie de videojuegos en el mercado desde el 1 de noviembre de 1997 que ha generado controversia por su naturaleza adulta y subtono violento; su jugabilidad mezcla conducción en carreras, modo de rol ocasional, acción y aventura.

contraste con las MC previas que mantienen intacta la cuarta pared.

Finalmente, Nathy Peluso y Snow Tha Product son espectáculos en sí mismas a pesar de sus diferencias enormes: la argentina es, por momentos, mucho más reguetonera, mientras la chicana se mantiene bien *Old School*. Nathy Peluso *coreografía* lo que enuncia sin perder el *beat* con que mueve los brazos —como corresponde a la kinésica del género y no *poperamente*, como Shakira—, con lo que genera una imagen muy *cachonda* de sí misma sin perder por eso la ironía o la inteligencia aguda de su burla a los hombres con aires de seductor.⁷ Snow Tha Product marca su propio *beat* con el movimiento de brazos y manos: cuerpo y voz son un mismo discurso que, de golpe, durante minuto y medio (0:43 a 2:10) hace del *flow* un torrente de autoafirmación rapera,⁸ rimada y crítica desde su ser mujer y chicana que, sin embargo, hacia el final del video cierra con un puro baile y un aparentar que se acicala el cabello como quien no hizo esfuerzo alguno... porque entonces se ve más dura y eso la vuelve mucho más convincente.

Luego, si su postura parece opuesta en tanto Nathy Peluso insiste en poner el cuerpo (y cantarlo) mientras Snow se ocupa de validar su voz-en-tanto-lugar-de-enunciación,⁹ vistos con más calma sus discursos e imágenes pueden compartir un mismo sentido, porque ambas MC apuntalan una presencia femenina sexualizada que no por serlo se cosifica o somete a un imaginario masculino sino que, al contrario, funciona como plataforma de afirmación porque les permite decir que

⁷ Véase *Bzrp Music Sessions*, vol. 36, minutos 0:31 a 0:50 (manda mensajes).

⁸ Cuyo “logro” repite en Been That (20 octubre 2023) y muestra un trabajo sin casualidades, con pleno oficio de MC. Todos los videos a los que alude el texto están referidos en <https://bit.ly/MujeresBzrpOK>.

⁹ Véase *Bzrp Music Sessions*, vol. 39, minuto 0:43 a 1:26.

son mujeres que cantan *poniéndose* el cuerpo, en vez de *ponérselo* a quien sea que las mire.¹⁰

<p>Quiero ver a esos gallito' matando a una cucaracha con dos caramelito' el nene se me empacha pa' decir la verdad no necesito estar borracha tu honestidad barata no me baja la bombacha [...] I'm a, I'm am a, I'm a nasty girl, fantastic este culo es natural, no plastic lo que toco lo hago bombastic todo' eso' gile' a mí me la mastic</p>	<p>Hola, what's happenin'? no cap in my caption got a little baddie and she textin' for the addy 'cause I got a little thing for when a bitch get ratchet</p> <p>The ratchets love Snow soy la mexicana con tremendo <i>flow</i> tengo todo el control cierro los ojo', baby, let's go-go-go-go</p>
<p>Nathy Peluso, <i>Session 36</i>: minuto 2:15 a 2:36</p>	<p>Snow Tha Product, <i>Session 39</i>: minuto 2:24 a 2:38</p>

RECEPCIÓN (¿O REPRODUCCIONES EN YOUTUBE?) ES REALIDAD

¿Cómo se *cuadran* o cierran los datos y las reflexiones ofrecidas hasta aquí? Si al inicio mostré la (casi) nula presencia de mujeres en el reguetón de 2018 y ahora, entre las seis mujeres que —en casi cinco años— han colaborado con Bizarrap, dos me parecen admirables y una (francamente) incómoda, ¿cómo *desempatar* la situación si es claro que espacios “autónomos”¹¹ como Dale Play también segregan a las mujeres?

¹⁰ Como hizo Shakira cuando, dos meses después de estrenar la *Session 53*, en el programa de Jimmy Fallon renunció al espacio de enunciación que en ella hubiera alcanzado y retomó una cosificación sexy autoinfligida que mantiene en *El jefe*, su último sencillo. Las ligas a los videos están en <https://bit.ly/MujeresBzrpOK>.

¹¹ Desde el último tercio del siglo XX la variedad de etiquetas que señalan a músicos, productores y disqueras como ajenos al *mainstream* crece y

¿La suma de ambos datos habla de mi recepción, de la calidad de ellas como MC o de los mecanismos de la industria? ¿Qué función tiene en todo ello el cuerpo/marca? ¿Quién comparte estas preocupaciones más allá de las páginas y lxs lectorxs de este libro? Es decir, ¿qué opina *realmente* sobre todo esto *la gente*?

Hace poco más de un año proponía, en otro texto,¹² la necesidad de usar el *factor de difusión* como elemento analítico para enfrentar la cultura de masas, pues, *justamente*, su **masividad post-internet** es difícil de ponderar cuando se miran los números sin contexto. Luego, si se trata de algo que debería llamar un “juguete” o una “herramienta”, decídalo quien ahora lea, pero considere que la propuesta es un parámetro para comparar **el ritmo** al que se consumen objetos culturales en la red sin marearse (demasiado) con las cifras: *Hawái* se ha reproducido **1 039 516 109 de veces**, mientras la *Βεηρη Music Sessions* vol. 53 tiene “**sólo**” **664 618 723 de vistas...**, pero su factor de difusión **duplica** al otro: casi **dos millones de visitas diarias** para Shakira (1 926 431) contra 837 644 de Maluma.

¿Las *Βεηρη Music Sessions* son mejores? Quizá.

Aunque más probablemente deba pensarse que *Hawái* ha estado expuesta más de tres años y la otra menos de uno. La diferencia, entonces, son esos 896 días, pues si el video oficial de Maluma fue visto **703 480 739 veces en 272 días**,¹³ en ese

se acumula: alternativos, contestatarios, no alineados (ni alienados), independientes, etc., aunque en realidad todas remiten a la idea(lización) de la autenticidad como valor individual (de cada emisor/a como persona) pero compartido (con las personas de su público) que, como una fianza, garantiza el peso y valor de su quehacer como artista y, en esa medida, el de sus receptorxs como iniciadxs, conocedorxs, gente enterada, avispada (*woké*).

¹² Véase al respecto “Mujeres ‘empoderadas’: álbumes, *streaming* y discurso edulcorado”, notas 3, 11 y 13; páginas 178 y 180.

¹³ Entre el 29 de julio de 2020 y el 27 abril de 2021; véase Bazán Bonfil, “Jaguai en mil canciones”, 74.

momento su factor de difusión era de **2 586 326** visitas **diarias**: 25% más alto que el de la *Session 53* al 21 de diciembre de 2023.

El problema no son, entonces, los datos sino las consideraciones al interpretarlos: pues si bien es claro que, históricamente, la canción de Maluma tuvo más éxito que la de Shakira (factor de difusión $2\,586\,326 > 1\,926\,431$) y ello muestra (otra vez) el dominio de la voz masculina en el mercado *pop* (entendido como metáfora de casi todo), no por ello puede obviarse que ambxs son parte de un ecosistema distinto al que habitan las otras cinco MC de las *Sessions*.

Esto permite arriesgar una primera “conclusión” sobre Shakira y su colaboración con Bizarrap como fenómeno mediático plenamente espectacular (*id est*, apariencia pura) que, sin embargo, no es trasplantable fuera del nicho en que artificialmente surgió y está inserto, como lo muestra el nulo eco de su interpretación en un programa televisivo cuyo factor de difusión es 31 890, el más bajo de los diez que se comparan. Pero que, asimismo, marca sus colaboraciones del resto del año con artistas 20 años menores que ella,¹⁴ y produce canciones/videos industrialmente estandarizados, como la nueva fórmula con que Sony maneja(rá) su cuerpo/marca si, al ver la siguiente tabla, se toma en cuenta que *TQG* tiene el factor de difusión más alto, y *El jefe* el menor tiempo de exposición, y ambas, un puesto en el YouTube Music Global Charts (referido en la bibliografía), condiciones que catapultan ambas piezas lejos de lo que Shakira logra sola (por ejemplo con *Acróstico*, lacrimoso video filmado junto a sus hijos) o en colaboración con artistas menores, como Manuel Turizo.

¹⁴ El 2 de febrero de 1977 nació Shakira → 24 de junio de 1991: estrenó *Magia*, su primer album hoy discontinuado por Sony → 6 de octubre de 1995: estrenó *Pies descalzos*, primer álbum de su carrera “actual”; sólo Karol G (14 de febrero de 1991) vivía y tenía menos de tres años. Jesús Ortiz Paz (cantante de Fuerza Regida) nació en 1997; Bizarrap, el 29 de agosto de 1998; Manuel Turizo el 12 de abril de 2000.

Tabla 1
Mujeres en las **BZRP Music Sessions**

MC	SESSION	ESTRENO	VISTAS		DÍAS	FACTOR
			desde entonces			
Shakira & BZRP @ <i>Tonight Show</i>		2023, 03 13	9 056 731		284	31 890
Cazzu	32	2020, 08 05	152 048 214		1 234	123 216
Nicki Nicole	13	2019, 08 13	220 971 285		1 592	138 801
Prazeta	45	2021, 10 06	117 897 337		807	146 093
Snow Tha Product	39	2021, 04 28	241 773 838		968	249 766
Residente	49	2022, 03 03	167 720 334		659	254 507
Nathy Peluso	36	2020, 11 27	388 233 095		1 120	346 637
Maluma	<i>Hanái</i>	2020, 07 29	1 039 516 109		1 241	837 644
Shakira	53	2023, 01 11	664 618 723		345	1 926 431
Maluma	<i>Hanái</i>	2020, 07 29	703 480 739		272	2 586 326
						visitas diarias al 2023, 12 21

Tabla 7
Shakira, 2023

ORDEN POR FECHA	COLABORA CON...	PIEZA	ESTRENO 2023	VISTAS desde entonces	DÍAS	FACTOR	# EN LISTA MUNDIAL
1	-	<i>Sesión 53</i>	01 11	664 618 723	345	1 926 431	
3	-	<i>Acústico</i>	05 15	300 685 825	221	1 360 569	
5	Fuerza Regida	<i>El jefe</i>	09 20	118 418 224	93	1 273 314	52
4	Manuel Turizo	<i>Copa vacía</i>	06 29	119 396 299	176	678 388	
						visitas diarias al 2023, 12 22	

La diferencia, entonces, respecto a Maluma y Residente (lugares 3 y 5 en la tabla 1) está en que el primero, como ella, rompe los rangos de las Sessions incluso a tres años del estreno, mientras que el otro queda (¿como es lógico y cabía esperar?) entre las dos MC cuyos videos son más convincentes según el breve análisis presentado: Snow Tha Product y Nathy Peluso, la primera con apenas 4 741 vistas diarias menos que él; la otra, por arriba con un amplio margen de 92 130 (ver tabla 1 bis, abajo).

Por lo que se sigue (o se intuye) que el rango de éxito real de una Session es \pm 280 000 vistas diarias y que, asimismo, el efecto de autenticidad, la *verosimilitud* que un/a emisor/a gane depende de la kinésica y el *delivery* con que se maneje (y aun cabría preguntarse si no son, de algún modo, lo mismo) porque al final, y aunque lo que se haga sea encarnar un *personaje*, lo que define su éxito o no es cómo lo *interpreta*. “Uno en la tarima toma un personaje y se ciñe a él para convencer a los jurados y al público: hay quienes son burlones o más agresivos, unos actúan con indiferencia y así. Pero gana quien vende mejor su papel (Pipe, MC entrevistado por González en “Freestyle para Dummies”).

Queda claro más allá de lo que lograra rescatarse viendo sus videos, que el tema con (Maluma, pero sobre todo con) Shakira está en ser personaje de una rePresentación diferente porque su espacio natural está en los videos diseñados para “ilustrar” canciones, producidos con alto presupuesto, y no en la necesidad de generar un *delivery* suficiente para enfrentarse a solas con una cámara que apenas hace concesiones y es, en cambio, el lugar que Bizarrap abre para lxs MC que invita a las Sessions, aun si eso no lo salva de, alguna vez, pactar con el diablo o prostituir la idea.

¿Qué pasa, entonces, con Nicki Nicole, Cazzu y PtaZeta?
¿Qué pasa con otros videos de Peluso o Snow?

Este año, Nicki Nicole presentó nueve grabaciones: cinco son colaboraciones y dos de ellas tienen factores de difu-

Tabla 1 bis.
Mujeres en las *BZRP Music Sessions*, detalle

MC	SESSION	ESTRENO	VISTAS		DÍAS	FACTOR
			desde entonces			
Snow Tha Product	39	2021, 04 28	241 773	838	968	249 766
Residente	49	2022, 03 03	167 720	334	659	254 507
Nathy Peluso	36	2020, 11 27	388 233	095	1 120	346 637
Maluma	<i>Hawái</i>	2020, 07 29	1 039 516	109	1 241	837 644
						visitas diarias al 2023, 12 22

sión más altos que la *Session 13: Dispara* (17 de mayo) con Milo J lo triplica, y el dueto con Young Miko: *8 AM* (mayo 25) es 2.5 veces más grande.¹⁵ Ptazeta, en cambio, sólo acierta con una de cinco: *Tiki tiki*, en colaboración con Lola Índigo,¹⁶ cuyo factor de difusión está muy por encima de su dueto con Lit killah (56 681 > 6 255), pero es apenas la tercera parte de las 146 093 vistas diarias de la *Session 45*. Asimismo, dos de las cinco pistas nuevas de Cazzu —*Brinca*, otra vez con Young Miko, y *Glock*, cantada con La Joaqui, ambas estrenadas en abril— se escuchan con el doble de frecuencia que la *Session 32*.

Finalmente, las situaciones de Snow Tha Product y Nathy Peluso este año, con cuatro y tres grabaciones respectivamente, resultan paradójicas por opuestas. El factor de difusión de la chicana es mucho mejor cuando trabaja sola y, como muestra, está *Avioncito*, estrenada hoy hace tres semanas (1 de diciembre de 2023), con 45 455 vistas diarias, mismas que, si bien no son ni la quinta parte de las que recibe la *Session 39* (249 766), son casi 3.8 veces más que las de su colaboración con Santa Fe Klan. En cambio *Ella tiene*, la colaboración de Nathy Peluso con Tiago PZK, presenta un factor que es un tercio del de la *Session 36* y, a su vez, tres veces mayor que el de *Salvaje*, grabada en solitario y estrenada en julio, dos meses antes que la otra.

Parece, entonces que, para las mujeres que han grabado con Bizarrap, las colaboraciones son un recursos natural y productivo, pero que, asimismo, las Sessions no son un formato que pueda emularse fuera del espacio controlado por Dale Play. En gran medida porque Nathy Peluso y Nicki Ni-

¹⁵ Las tablas con los videos de 2023 y sus ligas pueden consultarse en <https://bit.ly/MujeresBzrpOK>.

¹⁶ 1 de julio de 2021: Lola Índigo presenta *Niña de la escuela*, una colaboración con TINI y Belinda, ajena musical e ideológicamente al trabajo con Ptazeta. 24 de diciembre de 2023: el video se ve 313 778 veces diarias. Más el respecto en “Mujeres ‘empoderadas’ ...”, 136 a 138, 146, 149 a 151, 158, 161, 183 y 184.

cole se han integrado plenamente a la industria y en sus videos aparecen, por todas partes, las marcas de agua de Sony: sexualizar la *apariencia* del personaje¹⁷ y sostener el machacón discurso de amor romántico que la persigue desde la *Session 13*, en el caso de Nicki; y una especie de actualización escénica de *La tortura*,¹⁸ con Nathy Peluso como bailarina. Con lo que ella pierde el lugar de enunciación que construyó en la *Session 36*, porque es difícil *ponerse* el propio cuerpo en función de lo que otro ha *dis-*puesto, pero igualmente porque la incoherencia entre enunciados e imágenes cancela todo potencial *delivery*,¹⁹ de modo que al final no parece inteligente ni aguda, y lo que pudiera aparecer como *cachondo* se opaca ante un mensaje que ya no es una burla a los seductores, sino mero lamento por el dolor que causan cuando prometen y no cumplen con un (falso) amor (romántico... aun si esto, en realidad, es una definición tautológica).

En cambio, Cazzu, Ptazeta y Snow Tha Product “suben” a YouTube videos (casi) sin créditos de producción. Rozan los tópicos más *evidentes* del video comercial *gangsta rapper* (autos, armas, *crews* festeando, presumiendo *consumo*, rodeadxs de mujeres semidesnudas, como en **3x4**, de Snow & Santa Fe Klan). Juegan con una estética *low budget* que mantiene las credenciales (la *apariencia*) de su autenticidad —o, de hecho, no tienen la *major* que respalda a las otras—. Mucho más importante es que las tres abren espacios para hablar (en tonos diversos, pero **ya sin** las ambigüedades de

¹⁷ El cambio podría obedecer igualmente al “crecimiento biográfico” de la persona, pues Nicole Denise Cucco “ya” tiene 23 años (no 19), pero éste no explica la construcción discursiva de los videos.

¹⁸ Grabada por Shakira y Alejandro Sanz, se estrenó el 3 de junio del 2005 y conservaba, 7 199 días después (el 17 de febrero de 2025) y con un total de 555 652 914 reproducciones en Spotify, un factor de difusión de 77 185 escuchas diarias.

¹⁹ Justo al contrario que el original, porque *La tortura* es una pieza de *soft-porno* musicalizado en que audio y video transmiten, juntos, un mensaje coherente.

Jacuzzi)²⁰ sobre sexo entre mujeres. *Toto*, de Ptazeta, es un video sencillo y explícito: de pie junto a una *striper* (*who is twerking*), cuyo pubis y periné se filman a cuadro, ella canta: “a mi casa a las 12 me llega una *MILF* que está dura con cojones / Ese toto ma’ rosa tussi / ese culo mmm lo quiero de exclusive”. Cazzu y Young Miko (quien en mayo estrenaría *8 AM* con Nicky Nicole) tratan la idea de modo más personal, casi íntimo: “ponme a rebotar esas nalgas mami i wanna see / brinca, brinca, brinca, bríncame / aunque disimules sé que es tu primera vez [...] ponte e’ espalda, dame nalga y después mírame” (*Brinca*, minuto 2:17 a 2:34). Y, finalmente, Snow Tha Product pasa de enunciar un *cunnilingus* a medio camino entre la metáfora y el albur: “Quiero una morena que me diga que ella llega y me cocina / que me llene la boca y no ocupo plato”; a una defensa clara de su lugar de enunciación:

Me dieron un beso y de ahí me fui pa monterrey
 me dijo: “**qué bella, pero lástima lo gay**”
 ... Pérame! ¿qué me acaba de decir?
 pero es que a mí me dijo **tu novia** que *it’s ok!*
 (Snow Tha Product & Santa Fe Klan, *Bájala*, minuto 1:02
 a 1:24; negritas mías)

sin por eso renunciar al buen humor o a la ironía que caracteriza el mejor trabajo de un/a MC cuando le **es más importante decirse que ser vistx** y, en consecuencia, evita trueques que conducirían su voz a complicidades como las que acepta Peluso, de modo que su autenticidad no dependa de la producción de un video, sino de lo que quiere decir(nos)... parece, pues, que la libertad del discurso creativo sigue siendo pariente de la pobreza.

²⁰ Cantada por Greeicy & Anitta, tras casi 2 000 días expuesta (25-X-2018 a 24-XII-2023), el video mantiene un factor de difusión de 70 000 vistas/día. Para una posible explicación, véase “Mujeres ‘empoderadas’...”, 140.

IMPREVISTA POSDATA

La versión final de este texto se entregó en la Nochebuena de 2023, y el 10 de enero de 2024 Bizarrap subió a *YouTube* la *Music Session 58* con Young Miko: la MC que coprotagoniza *Brinca*, el video que Cazzu estrenó en abril de 2023, y *8 AM*, que Nicki Nicole presentó el 25 de mayo pasado.²¹ La noticia resultó incómoda, porque sacudía lo escrito hasta aquí, empezando por las proporciones de la colaboración femenina en las Sessions, pero estas mismas, aunque parezcan un dato intrascendente, muestran un par de cosas que importa mencionar:

- el número de mujeres con las que Bizarrap colabora no es representativo visto como la aparición de **un** video “dispara” la presencia de mujeres en su trabajo, aumentándola 17% sobre sí misma y pasando del 10% que fue hasta diciembre a un 12% del total;
- la periodicidad con que este DJ se acerca a las MC no sólo es irregular, sino “sospechosa” (¿deficiente?, ¿significativa?): estrenó el video con Young Niko un día antes de que la sesión femenina anterior (Shakira, #53) cumpliera un año (enero 11 de 2023 a enero 10 de 2024), y habían pasado dos años y cuarto desde la que precede a ambas (Ptazeta, *Session 45*, 6 de octubre de 2021), porque durante 2022 no hubo una sola mujer con quien trabajara;
- las mujeres con quienes Bizarrap colabora tienen (aunque un público insuficiente como yo no lo perciba de inmediato) una carrera previa fuerte o en franco ascenso cuando se realizan las Sessions, y ello supone un intercambio

²¹ María Victoria Ramírez de Arellano Cardona nació el 8 de noviembre de 1998; Julieta Emilia Cazzucheli, el 16 de diciembre de 1993, y Nicole Denise Cucco, el 25 de agosto de 2000. Véase Wikipedia, *sub vocem*: “Young Miko”, “Cazzu”, “Nicki Nicole”.

mutuo de favores, como ahora nuestro al revisar rápidamente la historia de Young Miko y el video.

Quiero, la primera canción que Miko publicó en 2019, ya no está en SoundCloud, pero sí en la red, acumuló 40 735 vistas de julio de 2022 a enero de 2024, y ello señala, primero, que la MC ya empezó a editar su pasado y el material que quiere ocultar, pero que, simultáneamente, su base de seguidores ya es suficiente para que un particular, al contrario, inicie un archivo que preserve ese “pasado secreto”.²² Asimismo (y según obra en *Wikipedia*, *sub voce* “Young Miko”) las tres colaboraciones de 2021 —con Caleb Calloway, Villano Antillano y Leebrian, puertorriqueñas como ella— la asentaron en la escena local de modo que al año siguiente pudo lanzar *Trap Kitty*, su álbum debut, y ser invitada por Bad Bunny a cantar *Puerto Rican Mami* durante un concierto suyo en el Coliseo. El año pasado escaló posiciones internacionales: en España, un lugar 58 con *Lisa*, y un *top* 10 con *Clasy 101*, en colaboración con Feid, pieza que asimismo le abrió el mercado en Argentina, Bolivia, Colombia, Chile con cuatro *top* 10 más, mientras en Estados Unidos llegó al 99 del *Billboard* Hot 100; seguidos de tres éxitos en Argentina: *Brinca* (con Cazzu, lugar 66), *8 AM* (con Nicki Nicole, posición 26) y *Chulo pt. 2*, remezcla para una canción de Bad Gyal en la que también colaboró Tokischa y llegó al sitio 64.

Si bien estos antecedentes cercanos explican por qué el 10 de enero de 2024 *Young Miko: Bzrp Music Sessions*, vol. 58, reunió 206 000 *likes* y casi 600 000 vistas en 20 minutos (véase <https://bit.ly/YM20min>), la otra parte de su éxito u otra parte del mismo, cuando menos, está dada por el manejo mediático que desde marzo pasado hizo la MC de su orientación sexual. Primero en HipHopDX LATAM, un canal de YouTube con un corto en que dice:

²² Véase Alan. YouTube: <https://www.youtube.com/@alan2blea>

nunca he sido alguien de *being fake*, siempre he sido bien *honest to my self*... cuando yo escribía también es que me sabía así: como que *cabrón! pues me gustan las mujeres pues pa qué puñetas voy a escribi'le a un hombre* ¿me entiendes? (véase HiHopDX LATAM)

Después, en una entrevista para *Elle* México, una revista de moda perfectamente convencional donde la mención de su lesbianidad pasa casi de contrabando, pero no deja de imprimirse en negro sobre blanco:

DF: Pero a la vez te veo con delineados. ¿En todo lo que haces tratas de buscar esa dualidad?

YM: En realidad, también es como que me ha salido así. Siempre intento equilibrar las cosas y desde que era niña mi color favorito es el rosa y mi cuarto era de ese color, siempre me quería vestir así. Pero a la vez jugaba baloncesto con los nenes. Eso es algo que siento que es *cool* de la imagen que yo llevo, porque **no necesariamente tienes que seguir los estereotipos. No importa que yo parezca un nene, yo puedo ser la mujer más girly del mundo y me pueden gustar las mujeres también.** Existe el arcoíris y todos sus colores. Sí, me visto medio *tomboy*, pero me gusta pintarme las uñas, me gusta maquillarme, usar *lipstick* y oler rico. (“Young Miko, la nueva ídolo de la Gen Z, es portada de ELLE México”, negritas en el original)

Finalmente, en cómo se retomó y retocó una y otra vez la misma información en fuentes tan diversas y con tratamientos tan variados como los que hay en el seudoperiodismo deficiente y amarillista de Macarena Liguori (“Problemas con su sexualidad y significado de su apodo: 10 cosas que no sabías de Young Miko”); en “Young Miko tiene muchas novias en *Lisa*”, donde Pablo Tocino intenta un análisis de ese video comparándolo con todos los otros que recuerda y citando versos que le parecen llamativos; y, finalmente, en la escritura de Yaritzza Acero: “«Calladita no me veo más bonita»: Quién es Young Miko y por qué se ha convertido en un ícono LGBT de la

música” (todas referidas en la bibliografía), único texto que, cuando menos, intenta una postura de reflexión en torno a lo que implica ser una mujer lesbiana en un mundo masculinizado y dominado por hombres, como lo es (también) el de lxs MC.

... excepto que, probablemente, es más atinado pensar en lo que significa ser una mujer lesbiana [**blanca, joven y delgada**] en un mundo [**que (también) manifiesta un deseo**] masculinizado y dominado por hombres [**hetero y cuyos cuerpos suelen ser normativos**], como es [**quizá incluso más que el de lxs MC**] *el del público*, pues es éste y no las raperas sobre las que aquí escribo quien determina el éxito de uno u otro proyecto —a reserva de equivocarme porque, justamente, puedo estar proyectando mi visión personal (masculina heteronormada generación X)— y es quien aplaude la presencia de tantas mujeres jóvenes, esbeltas y deseables en el video de marras porque, justamente, son imágenes “limpias” y que no incomodan a nadie ni cuestionan nada, como ocurre en cambio con *Toto*, que puede ser francamente un reto, pero igualmente con *Bájala*, de Snow Tha Product & Santa Fe Klan que, sin escandalizar como Ptazeta con su travesti barbado, mezclan abiertamente cuerpos deseables con otros que no lo son y prefieren movimientos de cámara que subrayan la presencia de un colectivo, la energía de un *crew* festeando, en vez del cuidadoso catálogo de posibles fantasías con cuerpos de mujer que, por momentos (minuto 0:20 a 0:51, por ejemplo) es *Lisa*.

Finalmente, y por ahora, el factor de difusión de la *Session 58* alcanza los 2 200 000 vistas diarias y rompe todas las marcas del *corpus* analizado, *pero* se publicó hace 19 días y, cuando se considera que Shakira tiene 300 000 vistas menos al día, pero un año más de exposición, no se puede saber si mantendrá sus números.²³ Finalmente, y por ahora, Young Miko

²³ Al 17 de febrero del 2025, Young Miko tenía un factor de 349 375 vistas diarias (141 147 621 reproducciones en 404 días) y Shakira uno de 1 026 252 (correspondiente a 788 161 854 vistas en 768 días).

la rompe... pero quizás está menos cómoda de lo que parece, pues la suya es, entre los asuntos que tratan las mujeres en las *BZRP Music Sessions*, una canción que podría recordar a la de Cazzu como discurso de autocaracterización y afirmación MC *gangsta rapper* si no fuera porque, justamente, parece más una disculpa por hacer de su persona —y más tristemente, del lugar de enunciación que construyeron para ella (al menos en las *Sessions* y listándolas en orden ascendente según su no heteronorma en el discurso) Nathy Peluso, Cazzu, Snow Tha Product y Ptazeta— un producto de consumo cómodo y fácilmente asimilable a las campañas publicitarias de cualquier marca comercial con banderas de colores:

Aquí va otra má'
pa' los que han esta'o de siempre
y acho ojalá (ojalá)
ustedes' nunca me suelten
Aunque nos vean con champaña que no sé pronunciar
Aunque to'a' las marca' me quieran auspiciar
Aunque ahora toda' mi exes quieran ser la oficial
Ahora no significa que yo voy a cambiar
No, no significa que yo dejo de ser normal
(Young Miko, *Session 58*, minuto 1:44 a 2:08)

Y es que, aunque ella y su público no lo sepan porque son demasiado jóvenes para *recordar* cómo empezó todo (con una campaña de blanqueamiento incluso en la segunda mitad de los años 80) planteamientos como los United Colors no son menos racistas por ser multiétnicos cuando, en cambio, son mejor negocio porque ahora además venden inclusión, diversidad y la conciencia tranquila que éstas generan en quien se quiera sentir políticamente correctx... o guapx y “atrevido” como ella.

FUENTES CONSULTADAS

ARTÍCULOS

- Acero, Yaritza. “«Calladita no me veo más bonita»: Quién es Young Miko y por qué se ha convertido en un ícono LGBT de la música”. *infobae*, 23 de mayo de 2023, <https://www.infobae.com/colombia/2023/05/23/calladita-no-me-veo-mas-bonita-quien-es-young-miko-y-por-que-se-ha-convertido-en-un-icono-lgbt-de-la-musica/>
- “Bizarrap”. *Wikipedia*, 22 de diciembre de 2023, <https://es.wikipedia.org/wiki/Bizarrap>
- Daniels, Karu F. “Jennifer López, Julia Roberts, Cristiano Ronaldo y muchas otras estrellas han asegurado partes de sus cuerpos”. *New York Daily News*, 19 de enero de 2022, <https://www.chicagotribune.com/espanol/entretenimiento/sns-es-jennifer-lopez-rihanna-julia-roberts-asegurar-cuerpo-heidi-20220119-vek4aoxqojd7dkus52diglcqee-story.html>
- “De Napster a Spotify, la industria de la música online”, *SelfBank*, 21 de junio de 2019, <https://blog.selfbank.es/industria-musical-napster-spotify/>
- Fonseca, Daniela. “Young Miko, la nueva ídolo de la Gen Z, es portada de ELLE México”. *Elle*, 26 de abril de 2023 <https://elle.mx/celebridades/2023/04/26/young-miko-la-nueva-idolo-de-la-gen-z-es-portada-de-elle-mexico>
- Gallardo, David. “20 músicos que aborrecen sus propias canciones”. *El País*, 16 de julio de 2016, https://elpais.com/elpais/2016/07/08/icono/1467975175_307965.html
- González Morales, Santiago. “Freestyle para Dummies”. *Plazacapital*, 9 de noviembre de 2019, <https://plazacapital.co/escena/3979-freestyle-para-dummies>
- “Grand Theft Auto” (videojuego). *Wikipedia*, 20 de diciembre de 2023, [https://es.wikipedia.org/wiki/Grand_Theft_Auto_\(videojuego\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Grand_Theft_Auto_(videojuego))

- “Grand Theft Auto”. *Wikipedia*, 20 de diciembre de 2023, https://es.wikipedia.org/wiki/Grand_Theft_Auto
- Jackson, Michael. “Thriller”. *Thriller*, MJJ Productions, Inc., 1982. *Spotify*, <https://open.spotify.com/intl-es/track/2LlQb7Uoj1kKyGhIkBF9aC?si>
- Justel, Esther. “Cómo afecta la expresión corporal la técnica vocal”. *Vokalo*, sin fecha <https://vokalo.es/blog/como-afecta-la-expresion-corporal-la-tecnica-vocal>
- “Karol G”. *Wikipedia*, 22 de diciembre de 2023, https://es.wikipedia.org/wiki/Karol_G
- Liguori, Macarena. “Problemas con su sexualidad y significado de su apodo: 10 cosas que no sabías de Young Miko”. *Vía País*. 21 de julio de 2023. <https://viapais.com.ar/urbano/problemas-con-su-sexualidad-y-significado-de-su-apodo-10-cosas-que-no-sabias-de-young-miko/>
- “Manuel Turizo”. *Wikipedia*, 22 de diciembre de 2023, https://es.wikipedia.org/wiki/Manuel_Turizo
- Merlyn, Marie-France. “Dime lo que escuchas y te diré quién eres. Representaciones de la mujer en las 100 canciones de reggaetón más populares en 2018”. *Feminismo/s*, núm. 35, junio de 2020, 291-320. <https://doi.org/10.14198/fem.2020.35.11>
- “Michael Jackson’s Thriller”. *Wikipedia*, 24 de noviembre de 2023, https://es.wikipedia.org/wiki/Michael_Jackson%27s_Thriller
- Mudede, Charles. “The Language of Hiphop Hands”. *The Stranger*, 27 de marzo de 2013, <https://www.thestranger.com/music/2013/03/27/16346921/the-language-of-hiphop-hands>
- “¿Quién es Jesús Ortiz Paz, el cantante de Fuerza Regida?”, *Milenio*, 21 de septiembre de 2023, <https://www.milenio.com/espectaculos/musica/jesus-ortiz-quien-es-el-cantante-de-fuerza-regida>

Rizzolatti, Giacomo & Michael A. Arbib. “Language Within our Grasp”. *Trends in Neurosciences*, vol. 21, núm. 5, 1998, 188-194. [https://doi.org/10.1016/S0166-2236\(98\)01260-0](https://doi.org/10.1016/S0166-2236(98)01260-0)

“Shakira”. *Wikipedia*, 22 de diciembre de 2023, <https://es.wikipedia.org/wiki/Shakira>

Tocino, Pablo. “La revelación Young Miko tiene muchas novias en *Lisa*”. *Jenesaispo*, 2 de julio de 2023. <https://jenesaispop.com/2023/07/02/459075/young-miko-lisa/>

“Young Miko”. *Wikipedia*, 30 de enero de 2024, https://es.wikipedia.org/wiki/Young_Miko

CAPÍTULOS

Bazán Bonfil, Rodrigo. “Jagui en mil canciones: reguetón, ‘amor’ romántico y discurso(s) tóxico(s)”. En *Emancipar los discursos. Medios de comunicación y género*. Piedra Bezoar, 2021, 73-115. bit.ly/Emancipar

Bazán Bonfil, Rodrigo. “Mujeres ‘empoderadas’: álbumes, streaming y discurso edulcorado”. *Romperla. Cantos para el problema del género*. Piedra Bezoar, 2023, 133-193. <https://bit.ly/romperla>

LIBROS

Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Naufragio, 1995.

Illescas, Jon. *La dictadura del videoclip*. El viejo topo, 2016.

Passman, Donald S. *All You Need to Know About the Music Business*. Simon & Schuster, 2012.

Peñaloza Cubillos, Juan Francisco. *El monopolio en la industria de la música: Los sellos independientes como fundamento para visibilizar la riqueza musical de una ciudad*. Pontificia Universidad Javeriana, 2020.

Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*, 18 de diciembre de 2023.

VIDEOS

Pueden consultarse tablas y ligas en <https://bit.ly/Mujeres-BzrpOK>, correspondientes a:

Sessions (8): Cazzu, Nathy Peluso, Nicki Nicole, Ptazeta, Residente, Shakira, Snow Tha Product y Young Miko.

Videos (38) producidos durante **2023**: Cazzu (5), Nathy Peluso (5), Nicki Nicole (9), Ptazeta (5), Shakira (5), Snow Tha Product (4), Young Miko (5).

Videos mencionados en el texto (12):

Greeicy & Anitta: *Jacuzzi*. 2018.

HipHopDX LATAM: *Young Miko habla abiertamente de su sexualidad*. 2024.

Lola Índigo, TINI & Belinda: *Niña de la escuela*. 2021. “Los 100 videos musicales más populares del mundo”, YouTube Music Global Charts.

Maluma: *Hawái*. 2020.

María José: *No soy una señora*. 2009.

Michael Jackson: *Thriller* (Official 4K Video). 1983.

Michael Jackson: *Thriller* (Official Video - Shortened Version). 1983.

Nathy Peluso: *Estás buenísimo*. 2022.

Shakira: *Bzrp Music Sessions*, vol. 53. *LIVE from “The Tonight Show Starring Jimmy Fallon”*. 2023.

Shakira & Alejandro Sanz. *La tortura*. 2009.

Young Miko. *Quiero*. 2019.

Cuerpo-marca: música, consumo y corporalidad

Fernando Lameda¹

“En nuestros días la verdadera consagración del capitalismo cognitivo es la dimensión masiva de la política cultural, la gran industria de la fábrica de lo social”.

Yann Moulier, *Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo*.

INTRODUCCIÓN: BREVE ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE CUERPO-MARCA

Este trabajo se basa en el interés por investigar las prácticas sociales que aparecen en el cambiante modelo de negocio de la industria musical. El paso del formato CD al *streaming* ha reordenado o potenciado diferentes formas de acumulación de capital, muchas de ellas relacionadas con bienes vinculados al cuerpo. Este ensayo analizará cómo éste se ha convertido —como conjunto de órganos— en el principal medio de explotación para generar valor que se convertirá en capital. A primera vista, parece que esta idea nunca ha cambiado. El cuerpo como contenedor de fuerza de trabajo ha sido explotado para la producción de plusvalor en la venta de mercancías desde el capitalismo industrial, haciéndolo, al mismo

¹ University of Western Ontario.

tiempo, una mercancía más. La lógica de esta forma de producción y consumo, junto con sus clases (burgués/proletario), se trazará en las prácticas musicales para revelar los cambios relacionados con el cuerpo.

En la producción de bienes musicales, el músico puede considerarse como un proletario que vende su fuerza de trabajo, hasta cierto punto, a un burgués. En el mundo de la industria musical, el burgués sería la disquera que lo contrata y se queda con el plusvalor de su trabajo materializado en la venta de sus discos. Sin embargo, los nuevos modelos de negocio no se basan en la venta de música, como a mediados del siglo XX. En la actualidad hay nuevas formas de capitalizar el mundo de la música. Aquí es donde el cuerpo entra en juego. De ser una mercancía, se convierte en una marca que compite con otras en la lógica del mercado capitalista.

La época en la que el consumidor musical descubriría o adquiriría música a través de la radio o el préstamo de soportes musicales, como casetes y CD, ha quedado atrás. Los servicios de *streaming* con sus listas de reproducción y las redes sociales se han convertido en el medio preferido para el descubrimiento, consumo e intercambio digital de canciones y álbumes. Junto con esto, se ha construido una cultura visual con la ayuda de técnicas de *marketing* vinculadas a un aparato jurídico que será esencial para la construcción del cuerpo-marca.

LA CONSTRUCCIÓN DEL CUERPO-MARCA: DE LA VENTA DE LA FUERZA DE TRABAJO AL RENTISMO CORPORAL

La construcción del cuerpo-marca comienza con las modificaciones al modelo de negocio de la industria musical, influenciadas por los nuevos medios de comunicación, las tecnologías de la información y las técnicas de *marketing*. Este nuevo modelo hace que la capitalización del cuerpo y su venta como imagen sea la principal fuente de producción de valor. Según

John Illescas, este fenómeno se conoce como “rentismo corporal” y, en pocas palabras, el músico o artista pasa de vender su fuerza de trabajo a rentar su cuerpo como imagen o marca. Similar al individuo que alquila su casa (propiedad) para producir plusvalor sin el uso de su fuerza de trabajo.

Para dar cuenta de este fenómeno, se debe empezar por explicar que el músico se encuentra en una posición paradójica: es a la vez vendedor y mercancía. Es dueño del instrumento que toca, es decir, los medios de producción de su mercancía: la música. Sin embargo, en el espacio del concierto, la música no es la mercancía *per se*, sino que él mismo se convierte en una mercancía. El asistente a un concierto no compra su boleto de entrada para escuchar música que pueda reproducir en la comodidad de su hogar. Gasta en un tipo particular de música, una que es ejecutada o interpretada en vivo por el músico. Paga por la posibilidad de ver al músico ejecutar o preparar un espectáculo. Al igual que en una tienda de discos, los diferentes soportes musicales se convierten y venden como una mercancía; en el concierto, el músico se transforma en un soporte musical mercantilizado. El consumo de música en este formato conduce a una ficción codificada que se nos vende como un tipo especial de satisfacción o disfrute que puede ser consumido tanto por el músico como por el escucha. Sus códigos: el espectáculo visual, la admiración y la ovación. “En este comercio, la misma capacidad de goce figura como valor —como objeto de una explotación, tanto por parte [del músico] como de su cliente” (Benjamin, *Libro de los pasajes* 368).

Es en esta paradoja donde surge el fundamento que hace posible el rentismo corporal del cuerpo-marca. Sumado a esto, en el espacio del concierto *mainstream* hay otros factores que se ponen en juego. Uno de los más importantes para la construcción del cuerpo-marca serán todos los atributos visuales que complementan la música: vestimenta, bailes, iluminación,

pirotecnia, decoración, movimientos del artista, el aspecto del artista, etc. Todas estas características construirán toda una estética alrededor del cuerpo que potenciará la herencia genética del artista en correspondencia a la cultura hegemónica y que será aprovechada por ésta. Se construirá una iconografía del cuerpo similar a la iconografía de una marca, que se explotará a partir del establecimiento de todo un modelo de *branding* o una identidad de marca, cuerpo y artista, lo que generará cierto posicionamiento o justificación de estrellato.

A pesar de este posicionamiento, los artistas *mainstream* no dejarán de ser empleados asalariados regulares de la industria musical. No se convertirán en estrellas por su condición de músicos, sino por la cantidad de capital invertido en la construcción de su imagen. Este capital es el que paga las campañas de *marketing*, los bufetes de abogados, los consultores de imagen y los preparadores físicos. Los medios necesarios para reproducir el estatus de estrella que el músico no tiene. Según datos de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI por sus siglas en inglés), se requiere una inversión de hasta dos millones de dólares para posicionar a un nuevo artista en el consumo masivo. En otras palabras, si bien el músico tiene los medios de producción necesarios para reproducir su condición de músico, es una historia diferente a la hora de reproducir su condición de estrella *mainstream*. Para lograr esto último, se debe invertir cierta cantidad de capital para generar ganancias a partir de un consumo específico de imagen musical. El capital necesario provendrá de la compañía discográfica para la que trabaja el artista. Por lo tanto, y puesto que la venta de discos y conciertos ya no es suficiente para justificar el coste-beneficio de la inversión, una vez establecida la iconografía del cuerpo-marca, el siguiente paso será introducirlo en un aparato jurídico que permita la generación de capital a partir de los ingresos de esta misma iconografía, un rentismo corporal.

¿Pero rentista en base a la propiedad de qué? Al monopolio de su cuerpo y de los derechos de cobro de ganancias (regalías) que del mismo se derivan (de autor como compositor, voz, imagen, etc.) por la utilización de registros reconocidos como suyos en la producción de otras mercancías de las cuáles él no es dueño. Estos registros pueden ser visuales (fotografías), sonoros (canciones, álbumes, etc.) o audiovisuales (videoclips, publicidad, etc.). Sobre estos registros que formarán parte de otras mercancías, la estrella conserva derechos en tanto reconocido dueño/propietario de su organismo, en tanto rentista del cuerpo. (Illescas 196)

La gran diferencia radica en que la estrella *mainstream* sólo enajena una parte de su mercancía, aquella que tiene que ver con su música. Por ejemplo, la mayoría de los sellos discográficos establecen contratos de derechos de propiedad sobre el *master* de las canciones. No importa si se lanza un álbum a nombre de Luis Miguel o Shakira, el sello discográfico ya tiene el derecho de cobrar regalías por ser propietario de este producto anterior a las canciones finales. Sin embargo, la estrella siempre va a conservar el reconocimiento del conjunto que establece su marca: su nombre, su voz y su imagen.

Este reconocimiento se produce por el nivel de semejanza o iconicidad que las expresiones o manifestaciones reales del cuerpo del artista tienen con respecto a los registros de los mismos industrialmente (re)producidos (su voz con respecto a su voz grabada, su cuerpo con la imagen del mismo reproducida fotográficamente, etc.). Esta iconicidad permite a los artistas reclamar unas rentas con base en la propiedad del cuerpo que las generó (el suyo). (Illescas 196).

El aparato jurídico que permite generar ganancias a partir de dicho reconocimiento de marca son los derechos de autor y de imagen, como los derechos de propiedad lo son para la renta de la tierra. Cualquier disquera o empresa que quiera generar plusvalor o ganancias a partir de la reproducción sim-

bólica de una persona o, en otras palabras, un cuerpo-marca, tendrá que pagar por los derechos para utilizarla. Por ejemplo, en 2012 apareció el segundo perfume oficial de Justin Bieber, nombrado como uno de sus videoclips más vistos: *Girlfriend*. La fragancia salió al mercado para sus fans femeninas y fue producida por la gigante internacional de cosméticos Elizabeth Arden Inc. Esta compañía debe restar de las ganancias de la venta del perfume una cantidad que tanto Justin Bieber como su compañía discográfica cobrarán por los derechos de imagen en forma de alquiler. De esta manera, Justin Bieber reclama un derecho de cobro sobre las ganancias generadas por una mercancía que no ha producido ni como capitalista ni como vendedor de fuerza de trabajo. Pero puede participar en la producción y recaudación del plusvalor contenido en cada perfume gracias al monopolio reconocido por la ley que tiene sobre sus derechos de imagen, lo que le permite incorporar un enorme valor a la marca que es “Justin Bieber”.

EL RENTISMO CORPORAL EN EL CAPITALISMO COGNITIVO

Todo lo descrito hasta ahora no tendría la capacidad de convertirse en un modelo de negocio sin la evolución del capitalismo a su faceta cognitiva. Cuando el conocimiento se convirtió en factor productivo, los derechos de autor y los derechos de propiedad, como las patentes, se convirtieron en estrategias para la producción de valor a través de la propiedad privada mercantil.

La alimentación y la salud por las patentes sobre la vida y sobre los fármacos; la educación por los procesos de privatización y por la vinculación de la investigación pública a las grandes compañías; el *software* y la red por las patentes sobre los métodos de programación y por la privatización de internet; los bienes culturales por la aplicación restrictiva y reactiva de los derechos de autor. (Rodríguez y Sánchez 18)

En este sentido, el conocimiento necesario para producir cualquier mercancía puede traducirse en capital a partir de un valor de cambio que “está ligado a la capacidad práctica de limitar su difusión libre, es decir, limitar con medios jurídicos —patentes, derechos de autor, licencias, contratos— o monopolistas la posibilidad de copiar, de imitar, de reinventar, de aprender conocimiento de otros” (Rullani 102).

Si se entiende que el cuerpo-marca es posible gracias a los contratos de derechos de autor e imagen, y que estos contratos son posibles debido al monopolio que el artista tiene sobre su propio cuerpo, se puede comenzar a esbozar la idea de que la transformación del cuerpo-mercancía del proletario en el cuerpo-marca de la estrella *mainstream* es posible gracias a las nuevas formas de producción de capital del capitalismo cognitivo. Así como se necesita un nuevo aparato jurídico para que el conocimiento tenga un valor de cambio basado en la limitación de uso y circulación con el fin de producir valor en el mercado, este mismo aparato jurídico posibilita, a través de la misma limitación del uso, la renta del cuerpo y la acumulación de capital. “En otros términos: el valor del conocimiento [y del cuerpo] no es fruto de su escasez —natural—, sino que se desprende únicamente de limitaciones estables, institucionales o, de hecho, del acceso a estos mismos” (Rullani 102).

Por otro lado, la constitución del cuerpo-marca desde su conglomerado estético (bailes, vestimenta, imagen, *look*, estatus, admiración, tipo de espectáculo en el concierto) pondrá a disposición el acto cognitivo que requiere la faceta capitalista en cuestión: la atención.

Acumular y acumular atención se convertirá en el objetivo principal. La mayor parte de las ganancias de los nuevos artistas *mainstream* se generan al captar la atención del público. Una de las dinámicas del capitalismo cognitivo, además de la capitalización del conocimiento es que “un objeto cultural pierde su poder una vez que no hay ojos nuevos que puedan

mirarlo” (Fisher 25). Más importante que conciertos o álbumes y sencillos, es la atención que Shakira, Residente o cualquier otro artista *mainstream* puede captar. “Esta necesidad comercial desemboca en que cada vez más empresas establezcan estrategias audiovisuales para llamar la atención del público. Una de estas es la hipersexualización de sus videos” (Illescas 185). Pero antes de hipersexualizar los videos, lo primero que hay que modificar o *tunear* es el cuerpo. Aquí es donde entra la mejor herramienta del capitalismo, o lo que yo llamo su lenguaje: el *marketing*. Esta nueva disciplina —si se le puede llamar así— utiliza su conocimiento para la construcción de una marca sobre los cuerpos. Los trata bajo la misma lógica y, en el proceso, convierte el cuerpo en una marca más que entrará en el proceso de producción. “La discográfica o el artista que se niegue a seguir este camino quedará excluido del flujo dominante y se tendrá que conformar con pasar a un nicho” (Illescas 186) o desaparecerá. Tal lógica no sólo formará parte de la cultura que se puede llamar *mainstream*, sino que también impactará en las prácticas musicales de la mayoría de los sectores. ¿Qué artista nuevo no quiere alcanzar el estrellato y vivir cómodamente de su música?

Incluso lo que en otra época podría considerarse hasta cierto punto como contrahegemónico, como los géneros llamados “alternativo, independiente y otros conceptos similares no designan nada externo a la corriente principal cultural; más bien, se trata de estilos dominantes, al interior del *mainstream*” (Fisher 31). Las nuevas bandas o artistas, incluso las contrahegemónicas, necesitan seguir la lógica del capitalismo cognitivo y competir por la atención del público. Esto se logrará a través de la configuración estética y el *marketing*, es decir, utilizando herramientas como la iconografía, los eslóganes, la publicidad, el posicionamiento, la oferta de productos, pero, sobre todo, una experiencia: convertirse en una marca que ofrezca una experiencia para que pueda ser consumida

por los consumidores, o siendo un poco más atrevido, por los prosumidores.

De este modo, se establecerá una práctica social en torno a la música y su consumo que encerrará al cuerpo en una relación empresarial que permite su renta. Incluso, en algunos casos, la propiedad que tiene la compañía discográfica sobre el trabajo del músico (los *masters*) por medio de los derechos de autor ya no le devuelve al artista prácticamente nada. Tal es el caso de Taylor Swift, que tuvo que regrabar sus álbumes para recuperar los derechos de autor sobre sus obras y obtener algunas ganancias. Situaciones como esta comienzan a mostrar que

el asalariado no es retribuido por el fruto de su producto —del que ha cedido la propiedad al patrono, así como el gobierno sobre sí mismo, al aceptar la relación de subordinación en el ejercicio de su actividad. Vive alquilando el uso de su marca a servicios que pueden hacer uso de ella durante un tiempo limitado por una retribución a destajo [... sobre todo los derechos de imagen] en el capitalismo cognitivo se transforman en derecho a la renta garantizada, a cambio de la actividad humana, y no ya como derecho al fruto de su producto. (Moulier Boutang 120)

EL CUERPO-MARCA: ¿UNA NUEVA FANTASMAGORÍA?

El desarrollo del cuerpo-marca descrito hasta ahora parece revelar un fenómeno que fortalece la dinámica social capitalista. Sin embargo, suscribo la idea de que las prácticas sociales no son una calle de sentido único. Se manifiestan en un bloque histórico mediado por fuerzas hegemónicas que, sobre todo, tienen tensiones que producirán efectos en múltiples direcciones. El progreso de las dinámicas sociales no debe verse como un avance lineal. En cambio, debe leerse como historia, como “objeto de una construcción cuyo lugar no es el tiempo homogéneo y vacío sino el que está lleno de

“tiempo del ahora” (Benjamin, *Tesis sobre la historia y otros fragmentos* 51). El tiempo de la historia, por lo tanto el tiempo social, tiende a eternizarse en ciertos momentos en lugar de verse a sí mismo como un flujo constante de tensiones y resoluciones que pueden marcar diferentes direcciones. Al igual que la moda (una de las características del cuerpo-marca) evoca el pasado en su presente, el análisis de los fenómenos sociales siempre debe dar un salto dialéctico hacia sus tensiones y evocarlas. De esta manera no tendrá lugar “en una arena en donde manda la clase dominante” (Benjamin, *Tesis sobre la historia y otros fragmentos* 52).

Entonces, ¿cuál es esa tensión dentro del fenómeno sociohistórico que es el cuerpo-marca? Por ahora, se puede decir que el individuo que encarna al cuerpo-marca es al mismo tiempo vendedor de su fuerza de trabajo y propietario de sus medios de producción. Tal individuo encarna al mismo tiempo al proletario y a la burguesía. La tensión es bastante clara si uno se aproxima a ella desde el concepto de clase de la concepción marxista. Si uno recuerda el *Manifiesto comunista* de Marx y Engels, los conceptos de proletariado y burguesía son sólo los nombres adquiridos por dos grupos sociales que están en una relación de opresor-oprimido en un momento histórico específico.

El primer enfoque de mi argumento en esta sección es que estos conceptos siguen siendo históricamente válidos. La diferencia es que, cuando Marx y Engels hicieron su análisis, estos grupos estaban bien diferenciados; en la actualidad están amalgamados, como en el ejemplo del músico en vivo. Esto no quiere decir que toda la realidad social retrate el fenómeno del cuerpo-marca, sino que aparece cuando las características descritas en los apartados anteriores coinciden en un solo evento. En otras palabras, la paradoja interna del cuerpo-marca podría definirse como la integración de la relación opresor-oprimido en un solo cuerpo.

Ya no hay un cuerpo para el opresor y otro para el oprimido, sino que se ha hecho una especie de vínculo dentro de la singularidad del cuerpo-marca que simula la relación sujeto-objeto descrita por Adorno.

La separación de sujeto y objeto es real e ilusión. Verdadera, porque en el dominio del conocimiento de la separación real acierta a expresar lo escindido de la condición humana, algo que obligadamente ha devenido; falsa, porque no es lícito hipostasiar la separación devenida ni transformarla en invariante [...] En efecto, no se los puede dejar de pensar como separados; pero la [pseudo] de la distinción se manifiesta en que ambos se encuentran mediados recíprocamente: el objeto mediante el sujeto, y, más aún y de otro modo, el sujeto mediante el objeto. (144)

Por esa razón, la paradoja cuerpo-marca no debe concebirse como una “indiferenciada unidad de [opresor y oprimido] ni su hostil antítesis; antes bien, la comunicación de lo diferente” (Adorno 145).

En otras palabras, la tensión producida no será el resultado de dos situaciones, conciencias o clases opuestas que no pueden reconciliarse y se rechazan entre sí. En cambio, es una tensión entre dos opuestos, pero esta vez se comunican para construirse y reconstruirse mutuamente. Generan un dinamismo de interdependencia e influencia bidireccional. Dicha relación es la dinámica de la fantasmagoría benjaminiana.

Aunque se pueden rastrear diferentes tipos de fantasmagorías a través de los escritos de Benjamin —las fantasmagorías de la ciudad en las *Arcades*, las de circulación o tránsito en el *flâneur*—, me concentraré en un tipo especial que llamo la “fantasmagoría cultural”. No hay una definición específica de este concepto en los textos de Benjamin. En consecuencia, su definición se construirá a partir de los momentos en que el filósofo alude a este tipo de fantasmagorías en relación con el fenómeno social del cuerpo-marca.

Comenzaré con una de las descripciones que el filósofo hace de las exposiciones mundiales. Lugares que se caracterizan por una dinámica que glorifica

el valor de cambio de las mercancías. Crean un marco en el que su valor de uso retrocede. Inauguran una fantasmagoría en la que penetra el hombre para hacerse distraer. La industria de recreo se lo facilita aupándole a la cima de la mercancía. Él se deja llevar por sus manipulaciones al gozar de su alienación respecto de sí mismo y de los demás. (Benjamin, *Libro de los pasajes* 42)

Así como las exposiciones mundiales son lugares donde el valor de cambio se superpone al valor de uso, el espacio del concierto tiene esta misma particularidad. Aquí es necesario recordar lo establecido en la primera sección de este texto. El espacio del concierto es un lugar donde se consume un tipo especial de música que el músico toca en vivo. Este consumo nunca está desligado de ciertos códigos que construyen una realidad de satisfacción o disfrute: el espectáculo visual, la admiración, la ovación, la atención y un aparato legal que permite la generación de valor. Por lo tanto, lo que realmente se consume no es música. En el espacio del concierto, al igual que en las exposiciones mundiales descritas por Benjamin, lo que se consume es un valor de cambio en forma de entretenimiento diseñado para captar la atención. En pocas palabras, lo que se consume es distracción.

Ese objetivo se logrará a través de estrategias de *marketing* que también se pueden describir como moda.

La moda prescribe el ritual con el que el fetiche mercancía quiere ser adorado [...] las aspiraciones de la moda [se extienden] tanto a los objetos de uso cotidiano como al cosmos [...] La moda está en conflicto con lo orgánico. Ella conecta el cuerpo vivo con el mundo inorgánico. Frente a los vivos, defiende los derechos del cadáver. El fetichismo, que sucumbe al *sex-appeal* de lo inorgánico, es su nervio vi-

tal. El culto a la mercancía lo pone al servicio de lo inorgánico. (Benjamin, *Libro de los pasajes* 42)

Hasta ahora se puede estipular que la fantasmagoría cultural en la que la persona ingresa para distraerse contiene las siguientes características:

- Es un espacio donde el valor de uso y el valor de cambio están en aparente lucha.
- El entretenimiento media esta relación de lucha.
- Las personas encuentran cierto disfrute en su alienación, entendida como distracción.
- Todo se puede consolidar gracias a la moda, las estrategias de *marketing* y un aparato legal.

Este lado de la fantasmagoría cultural se relaciona con lo que Guy Debord llamó “la sociedad del espectáculo”, donde “el mundo, a la vez presente y ausente, que el espectáculo hace ver, es el mundo de la mercancía dominando todo lo vivido” (Debord 37). El espacio del concierto en su estado mediado por el capitalismo cognitivo materializa la lógica del espectáculo, que es al mismo tiempo la lógica de la mercancía: “la forma más desarrollada de la sociedad basada en la producción de mercancías y en el «fetichismo de la mercancía» que dimana de ella” (Jappe 17). Así como el valor de cambio se glorificaba en las exposiciones mundiales y en el espacio del concierto, en la sociedad del espectáculo

el valor de cambio no pudo formarse sino en tanto que agente del valor de uso, pero su victoria por sus propias armas ha creado las condiciones de su dominación autónoma. Movilizando todo uso humano y manejando el monopolio de su satisfacción, aquél ha terminado por dirigir el uso. El proceso del valor de cambio se ha identificado a todo uso posible y lo ha reducido a su arbitrio. (Debord 26)

La victoria del valor de cambio sobre el valor de uso introduce en las prácticas sociales y culturales un carácter contemplativo de principio alienante. Una transformación que comienza del ser en tener hacia el tener en parecer. Ésta es la apariencia que utilizará el capitalismo cognitivo para producir valor: captar la atención y alquilarla a través del cuerpo-marca. Es por lo que los mecanismos de *marketing* y el aparato legal del capitalismo cognitivo funcionan tan bien al producir lo que denomino la primera fase de la fantasmagoría cultural:

La primera fase de la dominación de la Economía sobre la vida social produjo en la definición de toda realización humana una evidente degradación del ser en tener. La fase presente de la ocupación total de la vida social, por los resultados acumulados de la economía, conduce a un desplazamiento generalizado de tener hacia el parecer, del cual todo “tener” efectivo debe obtener su prestigio inmediato y su función última. (Debord 12)

En la sociedad del espectáculo la realidad se representa de manera abstracta, algo que es en tanto que parece, simulacros de situaciones que promueven la pasividad de la contemplación para captar la atención. Así como la imagen en una fotografía nos muestra un paisaje, pero nos es imposible interactuar con él, en la recomposición de la vida como un simulacro de situaciones ya no interactuamos con los objetos por su valor de uso, sino que su utilidad radica en el estatus, la estética o las opiniones, una mera apariencia sin uso directo. Se puede decir que esta primera parte de la fantasmagoría cultural implica una realidad social que cobra vida como una apariencia en la que una persona entra para distraerse.

Pero precisamente la modernidad cita siempre a la prehistoria. Y esto ocurre mediante la ambigüedad característica de las relaciones y productos sociales de esta época. La ambigüedad es la presentación plástica de la dialéctica, la ley de la dialéctica en reposo. Reposo que es utopía, y la ima-

gen dialéctica, por tanto, imagen onírica. Semejante imagen es presentada por la mercancía *per se*: como fetiche. Semejante imagen presentan los pasajes, que son tanto casa como calle. Semejante imagen presenta la prostituta, vendedora y mercancía en uno. (Benjamin, *Libro de los pasajes* 10)

Tal imagen es presentada por la sociedad del espectáculo, que es una realidad tanto como una apariencia. Tal imagen es el cuerpo-marca —vendedor y propietario en uno—. Entonces, ¿cuál es la dialéctica que se presenta en la imagen del cuerpo-marca?

LA DIALÉCTICA DEL CUERPO-MARCA COMO REPRESENTACIÓN DE LA FANTASMAGORÍA CULTURAL: ¿HACIA UNA CONCLUSIÓN?

Por lo mencionado hasta ahora, se puede decir que así como el *flâneur* es la representación de la fantasmagoría de la ciudad, el cuerpo-marca es la representación de la fantasmagoría cultural. Como tales, están construidas por una tensión de opuestos en un constante vínculo dialéctico de comunicación constructiva. Por lo tanto, el segundo enfoque de mi argumento es que esta dinámica dialéctica funciona como la dinámica de un dispositivo. “Un proceso de subjetivación, es decir, deben producir un sujeto” (Agamben 18). Esto no quiere decir que la fantasmagoría cultural sea un dispositivo, sino que cuando la perspectiva de los dispositivos entra en el juego dialéctico de la fantasmagoría cultural, puede leerse como un proceso de subjetivación y revelar su segunda fase. Dicho de otra manera, la fantasmagoría cultural también puede entenderse como un proceso de subjetivación mediado por dispositivos.

Por lo tanto, cabe mencionar que el dinamismo dialéctico de la fantasmagoría cultural funcionará de manera análoga a un dispositivo:

una especie de ovillo o madeja, un conjunto multilineal. Está compuesto de líneas de diferente naturaleza y esas líneas del dispositivo no abarcan ni rodean sistemas, cada uno de los cuales sería homogéneo por su cuenta (el objeto, el sujeto, el lenguaje), sino que siguen direcciones diferentes, forman procesos siempre en desequilibrio y esas líneas tanto se acercan más a otras como se alejan unas de otras. Cada línea está quebrada y sometida a variaciones de dirección (bifurcada, ahorquillada) y sometida a derivaciones. (Deleuze 155)

Dichas líneas en constante movimiento construirán momentos o lugares de sedimentación y fractura. El primero buscará constituir un sujeto con prácticas definidas. El espacio del concierto, los mecanismos de *marketing*, los derechos de imagen y los derechos de autor pueden ser un ejemplo de esto. Cada uno de ellos constituirá un dispositivo. Por otro lado, los momentos de fractura se generarán a partir de la convivencia de un dispositivo con otro. Por lo tanto, el dinamismo de los dispositivos no reside sólo en su red interna, sino en el tejido que establece con los demás y en los momentos de sedimentación o fractura que permiten —o no— el paso de sujetos de un dispositivo a otro, su encapsulación y la aparición de nuevos dispositivos. Bajo este entendimiento, debe considerarse que “lo nuevo no designa la supuesta moda, sino por el contrario se refiere a la creatividad variable según los dispositivos” (Deleuze 159).

Hasta ahora, la fantasmagoría cultural representada por las tensiones del cuerpo-marca se puede identificar con formas de dominación como el fetichismo de la mercancía y su estado de espectáculo en la sociedad. Una condición fantasmagórica de dominación, se podría decir. Pero la introducción de la dimensión de los dispositivos parece anunciar una especie de salida o fuga que sugiere un potencial para un tropo crítico. Esta visión no asume que podamos salir por completo de una condición fantasmagórica. Es una realidad que,

por mucho que la llamemos apariencia o fetichismo, estamos insertados en ella, y estamos contruidos dentro de ella. Generamos una forma de ver el mundo, de relacionarnos con el mundo, es decir, una subjetividad nace de esta condición fantasmagórica y, hasta cierto punto, la representa. Por lo tanto, el tropo crítico debe dirigirse, como mencionó Adorno, a sus venas de comunicación. Ni al principio ni al final, sino a lo que está en medio, su dinámica de tensión.

Como se vio en la sección anterior, cuando el valor de uso está relegado en el espacio del concierto se habilita la fantasmagoría. La interacción entre un individuo y el espacio del concierto se expresa, en palabras de Benjamin, como el entrar en la fantasmagoría. Por supuesto, este último no es un espacio físico real; por lo tanto, una forma de explicar este “entrar en la fantasmagoría” sería a manera de la aparición de un fenómeno cultural. Una interacción social que ocurre en un espacio mediado por las leyes del valor de cambio, pero precisamente porque es un fenómeno cultural, también es un proceso de construcción de subjetividades. Entonces, ¿dónde reside este tropo crítico?

Una vez más, Walter Benjamin proporciona una respuesta inicial a esta pregunta. Centra su atención en las masas y su experiencia con los productos culturales, “pues a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, cuya clave está en la obra, para esa otra la clave se halla en la percepción y en el uso” (Martín-Barbero 57). Destaca el surgimiento de una nueva forma de relacionarse con las producciones culturales. El resultado de un acercamiento con obras que están perdiendo su función contemplativa. Gracias a la producción en masa de la industria, cualquiera puede entrar en contacto con las obras de arte, en este caso la música, y disfrutarlas, pero lo más importante, usarlas. Una nueva forma de relación social se estructura en torno a la cultura y las obras de arte, “en lugar de su fundamentación en el ritual, debe aparecer su fundamentación en

otra praxis, a saber: su fundamentación en la política” (Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* 51).

Aunque por el momento responder qué significaría o cómo sería usar un producto cultural por parte del cuerpo-marca dentro del fenómeno de la fantasmagoría cultural está más allá de los objetivos de este ensayo, Benjamin muestra la posibilidad de pensar que, en la praxis cultural donde reside la fantasmagoría, existe la posibilidad de algo diferente. Un uso diferente, una escucha diferente, una relación diferente que tiene un potencial político para la transformación de nuestra condición fantasmagórica de dominación. Este uso diferente sólo puede presentarse en la tensión inherente de las fantasmagorías. En este caso, del cuerpo-marca. En las venas de comunicación de sus opuestos que, como representación de la fantasmagoría cultural y por tanto insertada en un proceso de construcción de subjetividad, pueden producir efectos diversos. Probablemente, las tensiones del cuerpo-marca también pueden estar anunciando la llegada de los tiempos mesiánicos.

Por el momento bastará con reconocer que existe la posibilidad de una redirección de nuestro consumo y producción cultural. Con esto no pretendo anunciar una salida utópica a la alienación o dominación cultural, sino evidenciar que estas mismas formas no deben leerse desde la linealidad, sino como una fantasmagoría con el fin de redirigirlas hacia algo nuevo.

FUENTES CONSULTADAS

CAPÍTULOS

Adorno, Theodor W. “Sobre sujeto y objeto”. *Consignas*. Amorrortu, 1993, 143-158.

Deleuze, Gilles. “¿Qué es un dispositivo?”. *Michel Foucault, Filósofo*. Gedisa, 1999, 155-163.

- Moulier Boutang, Yann. “Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo”. *Capitalismo cognitivo, propiedad industrial y creación colectiva*. Traficantes de sueños, 2004, 107-128.
- Rodríguez, Emmanuel y Raúl Sánchez. “Entre el capitalismo cognitivo y el commonfare”. *Capitalismo cognitivo, propiedad industrial y creación colectiva*. Traficantes de sueños, 2004, 13-28.
- Rullani, Enzo. “El capitalismo cognitivo: un déjà-vu?”. *Capitalismo cognitivo, propiedad industrial y creación colectiva*. Traficantes de sueños, 2004, 99-106.

LIBROS

- Agamben, Giorgio. *Qué es un dispositivo*. Adriana Hidalgo, 2014.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Itaca, 2003.
- Benjamin, Walter. *Libro de los pasajes*. Akal, 2005.
- Benjamin, Walter. *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*. Itaca, 2008.
- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Naufragio, 1995.
- Fisher, Mark. *Realismo capitalista: ¿no hay alternativa?* Caja Negra, 2018.
- Illescas, John E. *La dictadura del videoclip: industria musical y sueños prefabricados*. El Viejo Topo, 2016.
- Jappe, Anselm. *Guy Debord*. Anagrama, 1998.
- Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, 1991.

Sabroseando güeros: corporalidad física y lírica en el *hair metal*

Helena Torres Montes García¹

Nick Stillman finaliza así su artículo “Cry Tough: Glam Metal on the Sunset Strip”: “La historia de la moda del *hair metal* es una historia triste y patética con ese final insípido y corporativo tan conocido: la industria cambió, dio vuelta a la página”.² Y aunque Stillman asegura enfocar sólo el aspecto estético/moda del *hair metal*, el texto muestra que el género como tal le parece mediocre: “el *hair metal* ha envejecido sin gracia. Sus himnos insípidos y sus baladas empalagosas son débiles en contraste con el *hardcore* (incluso el *hard rock*) que les precedió, y son también inconsecuentes en comparación al *grunge* que terminó barriéndolo hacia el basurero de la ironía”. Señala que el *hair metal* adoptó una moda exageradamente femenina, y sin ofrecer una conclusión, enfatiza su percepción despectiva: “Me gustaría pensar que hay un inconsciente erótico salvaje y complejo por debajo de la escena *cross-dresser* ochentera en el Sunset Strip que podría explicarla, pero no estoy seguro de que exista”. Simplemente, los intérpretes de *hair metal* elegían vestirse así y mostrar su cuerpo

¹ Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Ciudad de México.

² Todas las traducciones son de la autora de este capítulo.

porque “estaban representando sus fantasías de feminidad promiscua”. Para ilustrar esa “misoginia erotizada” (“erotici-
zed misogyny” en el original) Stillman cita el libro *American Hair Metal* de Steven Blush, donde se narra una anécdota acerca de una joven *groupie* de Mötley Crüe a quien se le ordenó ponerse en cuclillas desnuda sobre una botella de champagne y esperar así durante una hora para poder acostarse con todos los miembros de la banda, lo cual hizo. Sin embargo, en ese mismo apartado, Ron Keel, vocalista de Keel,³ declara que él protegía a las *groupies* menores de edad:

Creo que lo más decepcionante de las giras es ver cientos de niñas de 14, 15 o 16 años abriendo las piernas a quien sea, todas las noches. Es muy degradante e inquietante. Digo, a mí no me excita abusar de adolescentes. Me siento mal por ellas. Muchas veces, en las fiestas en hoteles, veo a chicas vírgenes de 14 años y les digo que se vayan a casa. Les llamo un taxi, para que no terminen acostándose con un *jalacables* o algo. (*American Hair Metal* 45)

Blush habla, asimismo, de “actos de misoginia pueril” y de cómo las mujeres eran cosificadas, incluidas varias *rockstars* mujeres que no eran respetadas, aunque, paradójicamente, el párrafo está acompañado por una cita empoderadora (y contradictoria) de Roxy Petrucci, integrante de la banda femenina Vixen:

Sí tenemos *groupies* hombres —muchos, de hecho, pero no son tan descarados—. Los hombres no agarran,⁴ y muchos de ellos se ponen tan nerviosos a la hora de pedir autógrafos, que tiemblan. Es algo gracioso, pero no me río para no apenarlos. (Blush 26)

³ Aunque Keel es más bien una banda de *hard rock*, tenían la estética del *hair metal* y fue incluida en el libro de Steven Blush.

⁴ Esta cita podría indicar que había *groupies* mujeres que interactuaban con Vixen y, por lo tanto, sugerir actividad lésbica. Sin embargo, es importante notar que el *hair metal* priorizaba la actividad sexual heterosexual, como se verá más adelante.

Tras las correrías sexuales de los *rockstars*, el libro trata acerca de su consumo de drogas, sus relaciones románticas comprometidas y hasta la fe religiosa de algunos; Blush escribe: “Las bandas tenían una imagen peculiar: eran al mismo tiempo prostitutas del *rock* y modelos a seguir” (97).

El *hair metal* es un género musical lleno de contradicciones e inconsistencias⁵ que empiezan con su nombre. A pesar de que Stillman titula su artículo con el término *glam metal*, el epíteto sólo se usa en un pie de página y el resto del tiempo se refiere a esta forma de *rock* como *hair metal*. Entonces, antes de pasar al tema central de este trabajo, la corporalidad física y lírica en el *hair metal*, valdría la pena contestar esta pregunta: ¿qué es el *hair metal*?

¿GLAM O HAIR?

Stillman usa *glam metal* sólo en el título de su artículo, y después habla de *hair metal*. Blush dice que los críticos llamaban a este género (mezcla de *bubblegum pop* y *hard rock*) “*Glam Metal* o *Sleaze Rock*” y que los expertos se refieren al “género, frecuentemente de forma despectiva, como *Hair Metal*” (8). Robert Walser, en su obra *Running with the Devil: Power, Gender and Masculinity in Heavy Metal Music*, prefiere el término *glam metal*; asimismo, Anya Kurennaya, en su tesis *Look What the Cat Dragged In: Gender, Sexuality and Authenticity in 1980s Glam Metal*.

Así, el término *hair metal* quedaría entendido como despectivo. Sin embargo, Celina Jeray hace una distinción desde el título de su artículo: “Sex, Dr(a)gs and Rock n’ Roll: Diverse Masculinities of Glam Metal, Sleaze Metal and Hair Metal”, donde los términos que según Blush se referían a un solo gé-

⁵ Nikki Sixx primero declaraba tener amistad con Bon Jovi y después sostenía que Bon Jovi eran todo lo que Mötley Crüe rechazaba en una banda (Blush 94).

nero musical, aparecen separados. Jeray explica que, aunque las diferencias entre géneros sean sutiles, el *glam metal* es el precursor de los dos anteriores, con The New York Dolls como influencia principal en cuanto al estilo femenino de las bandas (175). Stillman también retoma a este grupo y agrega otra influencia: Aerosmith. “La experiencia de las bandas de *metal* con los Dolls —escribe Stillman— estaba más bien filtrada a través del histrionismo escénico de Steven Tyler, quien en *Decline* declara su admiración por David Johansen de los Dolls” (“Cry Tough”).

Blush agrega a AC/DC, Led Zeppelin y Van Halen, sobre todo por la sensualidad escénica de sus *frontmen*: Robert Plant y David Lee Roth. También añade a Angel, agrupación setentera pionera en “darles crédito a sus estilistas en las notas de su LP” (*American Hair Metal* 11), y menciona también una influencia importante para Celina Jeray: Kiss, pues la espectacularidad de la banda (incluido el uso de pirotecnia) es un elemento *glam metal* que utiliza para volverse más atrayente. En resumen, para los grupos de *glam metal*, el uso de ropas femeninas es préstamo de los New York Dolls, y también retoman el histrionismo de Steven Tyler, la sensualidad de Plant y Lee Roth y la espectacularidad de Kiss, además de tener en su sonido y letras influencia de todos los anteriores.

Del *glam* se desprenden dos variantes: *sleaze* y *hair metal*. Jeray separa el *sleaze* al poner énfasis en una estética gótica que el *glam* no posee, además del uso de temas “relacionados con el ocultismo, la muerte y la destrucción [... aunque] también son populares las visiones apocalípticas o infernales” (“Sex, Dr(a)gs and Rock n’ Roll...” 179-180). Otro elemento son particularidades en el manejo de la temática sexual: Jeray habla de “estética BDSM” y de cómo se trata el sexo en las canciones de *sleaze* ya como metáfora política, ya como referencia explícita. Asimismo, se enfatiza cómo los artistas de *sleaze* actúan como rechazados sociales, y concluye así:

En resumen, las imágenes con temática de BDSM enfatizaban el compromiso de los músicos de *sleaze metal* con diversos fenómenos como la identidad nacional, los medios masivos tergiversados, los políticos corruptos, las familias disfuncionales, la dependencia de sustancias y otros problemas que causaban la ansiedad social generalizada de los años 80. Esos temas tan prominentes en el contenido lírico y visual del *sleaze metal* requerían arreglos musicales adecuados. Partiendo de la versión más suave del *hard rock* presente en el *glam metal*, los músicos de *sleaze* buscaban un sonido menos melódico y más agresivo que los acercaba más a las bandas de *heavy metal* clásicas (“Sex, Dr(a)gs and Rock n’ Roll...” 182)

Así, el *sleaze metal* trata temas más violentos y tiene una estética más oscura y un sonido más pesado que el *glam*. Este género contrasta con la última vertiente, precisamente el *hair metal* que, según Jeray, presenta la versión comercializable de los dos anteriores, aunque mantenga al rockero con pelo largo y maquillaje:

Para vender, el *hair metal* tenía que atraer publicidad, y para lograrla necesitó ser políticamente correcto, amigable con los clientes potenciales y, cuando más, quedar restringido para público de 12 años en adelante [...] En consecuencia, estos artistas limitaron su contenido sexual explícito: en su lugar, y por la orientación *pop* del subgénero, las letras hablan del *amor* en variaciones romantizadas y emocionales; o sensuales, pero con metáforas vagas, nunca descriptivas [...] Las relaciones basadas en la atracción física no son presentadas [...] de forma explícita [...] y sus personajes son *mentalmente* castos con relación a sí mismos. Su rebeldía dura lo que el fin de semana y sólo en su ciudad natal [...] y aunque se proclamen máximos rebeldes del *rock n’ roll*, los personajes del *hair metal* no muestran interés en el vandalismo, el abuso de drogas, las peleas o la insurgencia. [...] La masculinidad del *hair metal* es tan poco rebelde como los futbolistas de un filme para adolescentes, y en consecuencia, su naturaleza rockera debe ser constantemente enfatizada (183-184)

Blush completa la definición diciendo que el *hair metal* mantiene un perfil blanco e italoamericano (74, marca racial que no discutiré en este trabajo) y repite: “El *hair metal* era una forma conservadora de arte: su atractivo melódico y sus letras de chico de fraternidad permiten trazar paralelos con el *easy listening* de Ray Conniff, pues fue el *soundtrack* de los suburbios blancos convencionales” (69). Stillman, por su parte, concluye que “grupos de ciudadanos preocupados se aliaron con legisladores para perseguir a artistas, músicos y escritores cuyo trabajo perturbara la pintoresca fantasía de la normalidad norteamericana. Dicho lo cual, los ochenta eran más cercanos en espíritu a los cincuenta macartistas que a los sesenta o setenta, especialmente para los artistas” (“Cry Tough”); lo que redondea el paralelismo con el *easy listening*.

El *hair metal*, entonces, es un derivado de *glam* y *sleaze*, pero pasado por los filtros que lo hacen comercializable, digerible y aceptado por las buenas conciencias.⁶ Además, posee una estética espectacular inspirada en el *drag* de The New York Dolls pero, asimismo, inspirada en los *outcast* y *cowboys* del *sleaze*, misma estética que enfatizaba el atractivo de los artistas, tema en el que se profundizará más adelante. El último punto son los temas de las canciones, generalmente centrados en el amor, las relaciones (hetero)sexuales⁷ con prácticas igualmente conservadoras,⁸ el *rocké*, y la vida desahogada y

⁶ Mötley Crüe habla de un narcotraficante en su exitosa canción “Dr. Feelgood”, pero aun así, se trata de un personaje respetado en su barrio que ya cuenta con una considerable fortuna. En la canción los nombres de las drogas nunca se mencionan de forma explícita.

⁷ A pesar de que había bandas femeninas, como Vixen, este trabajo se centra en las formadas por hombres para analizar el uso y representación de la corporalidad femenina que ellos hacen.

⁸ El *hair metal* prácticamente nunca habla de relaciones LGBT+ ni explora expresiones alternativas de la sexualidad. Y aunque Blush presenta una carta explícita de un fan gay dirigida a Stephen Percy de Ratt, es la única carta abiertamente gay entre varias de hombres y mujeres. Estas últimas son quienes mencionan su atracción hacia los artistas (*American Hair Metal* 103).

llena de placeres que tiene lugar después del trabajo u ocurre gracias al estrellato. Debido a que el *hair metal* existe por estas tres características —pero sobre todo gracias a su cualidad de ser *mainstream* y consumido por las masas— las bandas no quedan encasilladas; pueden compartir características de otros géneros y alegar “una etapa transitoria” por el *hair metal*, o tener sólo una canción que empate con él.

Dos ejemplos con estética *hair* y música o temática diferente son Skid Row y Guns n’ Roses. Sebastian Bach, vocalista de Skid Row, tenía la atención de los medios *mainstream* y cierta estética apegada al *hair metal* (véase el apéndice 1), pero las letras de su banda eran más bien *sleaze*. Guns n’ Roses tuvieron una balada muy bien recibida en los círculos de *hair metal* (“Sweet Child o’ Mine”) e inicialmente su estética era ésta, pero después adoptaron ropa *grunge*, como la camisa de franela, y acabaron negando cualquier relación con el *glam metal*. Bret Michaels, vocalista de Poison, narra que “Guns n’ Roses usaba más maquillaje del que Poison usó jamás, y un año después tenían escrito en los pantalones ‘el *glam* apesta” (Blush, *American Hair Metal* 93). Guns n’ Roses encontró después su clasificación como *hard rock* o *blues rock*.

Vain es ejemplo de la pérdida de la influencia *mainstream*: editaron su primer disco (*No Respect*) con Island Records, sello que incluía a U2 en su lista de artistas, y la portada mostraba al vocalista, Davy Vain, vestido al estilo *glam/hair* y luciendo sensual. En contraste, *Enough Rope* (2011), editado por una disquera menor (Jackie Rainbow Records), presenta una imagen mucho más acorde a la estética BDSM del *sleaze* (véase el apéndice 2), y ello prueba que Vain ya no pertenece al molde *hair metal* porque perdió su lugar en el *mainstream*. Asimismo, Stillman clasifica como *hair metal* a Odin, que si bien aparecen en el documental de Penelope Spheeris *The Decline of Western Civilization Part II: The Metal Years*, nunca lograron el éxito deseado en el *mainstream*, por lo que la banda podría ser *sleaze* o

glam, pero no *hair* al no haber tenido filtros comerciales (véase al respecto Bell, “The Hair Metal Supremacy”).

Finalmente, como ejemplo temático, tenemos a Def Leppard, británicos que empezaron en la *New Wave of British Heavy Metal*, pero consiguieron un lugar en el *hair metal* con los discos *Hysteria* y *Adrenalize*, una de cuyas canciones más exitosas, “Let’s Get Rocked”, es ejemplo casi risible de la “rebelión” mostrada por los personajes del *hair metal*, pues el locutor se define como *your average, ordinary, everyday kid* (un muchacho común y corriente) y pelea con su padre por no hacer trabajo doméstico:

<i>Mow the lawn! Who me?</i>	¡Poda el pasto! ¿Quién, yo?
<i>Walk the dog! Not my style man!</i>	¡Pasea al perro! ¡No es mi estilo!
<i>Take out the trash! No way!</i>	¡Saca la basura! ¡Claro que no!
<i>Tidy your room! Come on, get real!</i>	¡Limpia tu cuarto! ¡Ay, por favor, habla en serio!

En ese punto termina la rebelión del locutor, cuyo mayor deseo es tener un *seven day weekend* (fin de semana de siete días) y, por supuesto, mucho *rock*. Sin embargo, Def Leppard se incorporaría después al *rock* noventero, quizá sin el éxito de su época *hair metal*, pero con un sonido más acorde a la última década del siglo XX.

Bon Jovi, por su parte, encarnaban con sus baladas la definición de *hair metal*. “Living in Sin” confirma el conservadurismo del género musical, pues en esta balada las relaciones sexuales y vida en pareja sin matrimonio provocan la desaprobación de la sociedad, mientras el locutor enfatiza el amor: *I say we’re living on love/ They say we’re living in sin.*⁹ Y aunque nunca se explicita si hay sexo o concubinato, el vocalista, Jon Bon Jovi, puntualiza el último “living in sin” con un aullido lasti-

⁹ “Yo digo que vivimos en amor/ ellos dicen que vivimos en pecado.”

mero. La banda dejó atrás la etiqueta *hair metal* y se incorporó al *rock* noventero con discos como *Keep the Faith* y *These Days*.

Finalmente, como balada conservadora por excelencia, White Lion canta “Till Death do Us Part”, que trata sobre una boda-ceremonia dentro de un templo: *As we walk the golden mile/ down the pretty aisle/ I know that you are mine.*¹⁰ Así que, a pesar de la vida de placer y *rock* que presenten, la meta en las canciones de *hair metal* es —por su naturaleza heterosexual— el amor comprometido y la familia tradicional.

Por supuesto, hay excepciones temáticas en este catálogo sonoro, pero son eso: excepciones, y no fueron temas favorecidos por las propias disqueras. Los propios White Lion presentaron el tema “Lady of the Valley”, que trata sobre el sufrimiento causado por las guerras (Jeray, “Sex, Dr(a)gs and Rock n’ Roll...” 185); y Faster Pussycat cuenta una historia de abandono parental en la balada “House of Pain”.

Un caso que llama la atención es “Uncle Tom’s Cabin”, de Warrant, porque la canción narra, con la perspectiva de un testigo, asesinatos cometidos por los propios *sheriffs* del pueblo, por lo que los crímenes quedarán impunes. Que el título remita a la novela de la abolicionista Harriet Beecher Stowe sugiere que los asesinatos tienen tinte racial y la canción una sombra de protesta, aun si es ambigua, como señala Dave de Sylvia en una reseña en *SputnikMusic* (“Warrant: *Cherry Pie*”). Por su parte, Karyn escribe en *ION Magazine* que el coro no sólo implica inteligentemente que el protagonista sabe de un crimen escondido, sino del “legado de culpa que aún permea el sur de Estados Unidos [...] “Uncle Tom’s Cabin” es emocionante de principio a fin, y merecedora de la rica herencia de Stowe” (“From *Cherry Pie* to Civil War”). La canción sobresale, pero fue rechazada por la disquera como primer sencillo/título del segundo disco de Warrant. Jani Lane escribió

¹⁰ “Mientras caminamos por la milla de oro/ bajando por el lindo pasillo/sé que eres mía.”

entonces “Cherry Pie”: quizá su canción más famosa, llena de *double entendres* sexuales, de la que sin embargo se dijo siempre que “fue obligado a escribirla, después de presentar el disco a Columbia sin que hubiera un sencillo exitoso discernible” (De Sylvia, “Warrant: *Cherry Pie*”).

El *mainstream* exigía, entonces, un producto con ciertas características para el consumo. Y si el *hair metal* era tan solo misoginia erotizada (como dice Stillman), con los rockeros incorporando características femeninas a sus atuendos lo que se consumía era el cuerpo femenino en canciones sexuales y baladas románticas. Sin embargo, el consumo y el cuerpo en el *hair metal* van más allá de las fantasías de femineidad que menciona Stillman, puesto que los propios rockeros eran, a su vez, objetos de consumo.

DUDE LOOKS LIKE A LADY

Supuestamente Slash, futuro guitarrista de Guns n’ Roses, fue rechazado en su audición para Poison por no ser suficientemente atractivo. Sin embargo, el propio Slash declaró que no se sentía cómodo con el uso de maquillaje (“Why Poison Rejected Slash...”). La imagen de los rockeros es el primer aspecto por analizar en la corporalidad del *hair metal*. Tenemos la desacreditación de Stillman y su conclusión de que todo es una fantasía machista, pero al hablar del *performance* de The New York Dolls, él mismo muestra que había una aceptación de aquella imagen, sobre todo por el “público meta”, que presumiblemente serían mujeres: “su actuación *drag* escénica también funcionaba para anunciar su virilidad heterosexual, al menos para el público meta de esa forma de virilidad” (“Cry Tough”). Entonces, ¿por qué esa estrategia tendría que ser vilipendiada al tratarse del *hair metal*? En su tesis, Anya Kurennaya postula que el

glamour ha estado históricamente ligado con nociones de belleza mágica y ficticia, particularmente aquella que es atribuida a lo femenino. Asumir atributos de belleza, especialmente si están relacionados con lo femenino, realiza la posición del sujeto como glamoroso, intrigante y digno de atención. Buscar el glamour, entonces, es una forma fácil de construir un legado propio, de iniciar el proceso de automitificación (*Look what the Cat Dragged In...* 51)

Sin embargo, estamos hablando de *hair metal*, por lo que el *glamour* no sólo funciona para alzarse como un mito en el mundo del *rock n' roll*:

No sólo eso, sino que el sistema en el que el *glam metal*¹¹ operaba entonces (los clubes de Los Ángeles) privilegiaba los aspectos visuales del *glamour* porque tenían el potencial para cosechar ganancias: “Al mediar los 80, en **Troubadour** no se contrataba a una banda sin ver antes una foto del grupo. No importaba si la banda sabía (o no) tocar — si eran tipos guapos, muy probablemente podrían (a)traer suficientes chicas para cubrir los gastos”. (Konow, *Bang your Head...* 270-271, en Kurennaya 52)

Con el *hair metal* enfocado en el consumo del producto, el *glamour* como creación de legado no era suficiente y, por lo tanto, el aspecto y el cuerpo de los rockeros era el objeto por consumir. Los artistas de *hair metal* tenían que crear su mito y venderse. Jeray profundiza: se necesitaba “una feminidad específica: la que se autocosifica para *autovender* [...] los músicos de *glam metal* son objetos sexuales, pero confían en serlo porque quieren ser cosificados” (178), y se refiere al *glam metal* porque en el *hair metal* la disquera y los medios se encargan de vender ese objeto sexual voluntario. Al ser ávidamente consumido por las masas, el rockero en cuestión se vuelve un *male-slut* (“golfa macho”) que, opina Simon Price, marca una diferencia con rockeros anteriores presentados

¹¹ NB: Kurennaya no hace la distinción entre *glam* y *hair metal* que he mencionado a lo largo del texto.

como *studs* (“sementales”; véase “Dude Looks Like a Lady”), lo que reafirma cómo los artistas ya no sólo son sujetos, sino objetos sexuales.

El *glamour* rockero asociado a lo femenino se ve en los nombres que adoptaban: John Kennedy Oswald se vuelve Jani Lane; Richard Ream, Rikki Rockett, y Frank Feranna, Nikki Sixx. Rockett declaró en una semblanza autobiográfica que pensaba que escribir “Rikki” en vez de “Ricky” era más *cool* (“Rikki Rockett”) mientras que Sixx le robó el apodo al *frontman* de una banda californiana de *covers* llamada Squeeze, cuyo vocalista lo escribía como “Niki Syxx” (“Mötley Crüe’s Nikki Sixx Explains...”). La feminización de los nombres es equivalente a su glamurización y los vuelve más atractivos, incluso para los rockeros que buscan abrirse paso; así, el danés Michael Trempenau, se vuelve “Mike Tramp” (véase el apéndice 3), con la obvia connotación de *slut* que tiene su nuevo apellido.¹²

Para reconciliar lo femenino y su masculinidad los artistas de *hair metal* se presentan rodeados de mujeres, o bien sus fotos y videos enfatizan sus entrepiernas. Kurennaya analiza el video de Mötley Crüe “Home Sweet Home”, y con ciertas tomas concluye que “el enfoque en la entrepierna y el movimiento sobre el escenario que lo rodea reafirma el enfoque perenne en demostrar sexualidad” (79). Sobre las fotografías, escribe:

Aunque en las imágenes de *glam metal* hay una tendencia definitiva a usar accesorios, hay también una urgencia fuerte por desvestír [...] Por supuesto la desnudez es permitida rara vez, si no es que nunca, así que los músicos emplean algunas estrategias [...] Las chaparreras, que presentan un corte natural en el área de la entrepierna, fun-

¹² Véase apéndice para un juego de palabras entre “Tramp” (fulana, cualquiera) y el nombre de la banda “White Lion” que, a su vez, se junta con “pussy”, término que significa “cobarde” pero también se usa para referirse a un gato pequeño y, vulgarmente, a la vagina.

cionan también para sugerir desnudez: debajo se usa *spandex* o ropa interior de colores brillantes para presentar la entrepierna como punto focal (48).

El énfasis en la entrepierna reafirma, entonces, la masculinidad de los rockeros en medio del *glamour* femenino y el *spandex*, incluso funciona como material sugerente de la virilidad del músico en cuestión. Kurennaya concluye: “Esta información demuestra el énfasis de los músicos para mostrar masculinidad, incluso si —o tal vez, *justo porque*— se adornan con símbolos estéticos de feminidad” (59).

Sin embargo, esta masculinidad que favorece a los rockeros es consumida junto con la feminidad proyectada. En 1993, Walser señalaba que estas imágenes proveen a las fans de un placer visual no siempre disponible (“Forging Masculinity...” 133), pero como disqueras y medios estaban conscientes de la ganancia potencial que suponía, se explotó de forma que se pudiera consumir a los artistas como cuerpos. La revista *Hot Metal Centerfolds* es un ejemplo de ello. Desde el título, la publicación anuncia un poster central como el de *Playboy* con un desnudo femenino, pero en el mundo del *hair metal* el desnudo cambia para mostrar a un rockero, y la revista está llena de fotografías de otros intérpretes, también de *rock* o *metal*. El apéndice 4 muestra que las bandas ajenas al *hair metal* no necesariamente posan en las fotos, mientras las asociadas a esta estética son sugestivas.

Un análisis más a fondo es posible con la foto de Jani Lane (apéndice 5), *frontman* de Warrant y, como se mencionó, autor de su mayor éxito: “Cherry Pie”, que describe a una mujer como un “pastelito de cereza”: un objeto para ser consumido (*tastes so good, make a grown man cry*, “sabe tan bien que hace a un hombre adulto llorar”) o admirado (*looks so good, bring a tear to your eye*, “se ve tan bien que te llena los ojos de lágrimas”), aunque es Jani Lane quien recibe el apelativo de “Cherry Pie” en el *centerfold*, de modo que nos recuerda, pri-

mero, que su banda es responsable de esa exitosa canción (y de venderla); e igualmente, que al recibir ese apodo es él quien está ahí para ser admirado y consumido. Su desnudez se interrumpe con un cuadro de cerezas que alude a la canción y cubre su entrepierna, sugiriendo que *esa* parte de su cuerpo sea la consumida y saboreada. Así que Jani Lane muestra su cuerpo para la admiración, el consumo y la cosificación e, incluso, para vender música por las muchas referencias al mentado sencillo. Si bien los artistas de *hair metal* pudieron verse como *male-slut* y ser consumidos, en letras como la de “Cherry Pie” son las mujeres quienes siguen siendo objetos sexuales, aunque existan excepciones. En la siguiente sección se analizarán las letras de dos bandas muy importantes de *hair metal* para indagar en las expresiones de corporalidad, y veremos cómo el cuerpo femenino como objeto erótico de consumo es la norma —para después pasar a los *male-slut* y cómo los rockeros hombres también son vistos como objeto sexual.

POISON VS. MÖTLEY CRÜE

Poison y Mötley Crüe son bandas que mantienen muchas características de *hair metal* a lo largo de su carrera. Los temas por analizar son canciones que se encuentran en recopilatorios de sus éxitos. Se consideran muestra representativa de su obra por la popularidad de las canciones (también ávidamente consumidas y, por lo tanto, perpetuadoras de ciertas narrativas) y por sus enunciadores masculinos y heterosexuales, fieles a las representaciones de la sexualidad *hair metal*.

Inicio con “Too Fast for Love”, de Mötley Crüe y presente en el disco homónimo lanzado en 1981. Si bien Howie Abrams y Sacha Jenkins aseguran que Mötley Crüe era una banda de metal, no de *hair metal* (*The Merciless Book of Metal Lists* 22), la canción muestra ciertas sensibilidades *pop*, como la repetición de la muletilla “oh no” y el coro, repetido de forma

animada. El enunciador habla de un personaje femenino *cool* (*so damn cool, she can turn on the nights*, o “es tan *cool*, que enciende las noches”) que, sin embargo, no es más que un objeto sexual: *She puts her legs up calls it good luck*, (“ella sube sus piernas y dice que eso es buena suerte”) por ejemplo, o igualmente: *on a sex-craved movie screen, say it again/ she'll use her time up, have nothing to show/ well, mark my words* (“En la pantalla de una película, loca por sexo, dilo otra vez/ella gastará su tiempo, no tendrá nada que mostrar/bueno, recuerda mis palabras”). Después, el coro repite de forma pegajosa: *too fast, too fast for love* (“demasiado rápida, demasiado rápida para el amor”) y, con el eufemismo “amor”, describe al personaje femenino como “rápida para el sexo” y lo reduce a sólo su juventud y belleza, dado que sólo sirve para las artes amatorias.

La siguiente canción, “Kickstart my Heart”,¹³ empieza con un *riff* de guitarra que simula el motor de una motocicleta. La canción es casi frenética y enumera diferentes actividades de riesgo que el enunciador usa, precisamente, para poner su corazón en marcha: conducir a exceso de velocidad y provocar una persecución policial, brincar desnudo de un avión y por qué no, tocar en Mötley Crüe. Los personajes femeninos aparecen brevemente: uno, enumerado en las actividades que aceleran el corazón del locutor masculino: *or a lady with a body from outer space/ my heart, my heart/ kick start my heart* (“o una chica con un cuerpo del espacio exterior/ mi corazón, mi corazón/ pon en marcha mi corazón”). Se concluye con *I'm just looking for another good time* (“Sólo estoy buscando otro rato agradable”) lo que confirma que el personaje mencionado es sólo un pasatiempo, que se consume y se desecha. Los otros personajes son chicas a las cuales ¿se reta a?, ¿se les da la orden de?, poner el corazón de la voz cantante en marcha, pues tras preguntar *Oh, are you ready girls?/ Oh, are you ready*

¹³ Literalmente “pon en marcha mi corazón”, pero la palabra “kickstart” implica que esto se llevará a cabo de forma súbita.

now? (“Oh, ¿están listas chicas?/ Oh, ¿están listas ahora?”), se les manda: *kick start my heart*, “pon en marcha mi corazón”. Su presencia se limita, entonces, a su cuerpo (lo único que se enfatiza) y la función determinada por el locutor masculino: proveerle un buen rato.

“Looks that Kill” tiene un ritmo fuerte, un *riff* de guitarra sólido, que da lugar a una letra que gira alrededor de un personaje femenino. A pesar de la descripción que hace de éste, centra la atención en su aspecto: *Now listen up/ she’s razor sharp/ if she don’t get her way/ she’ll slice you apart* (“Ahora, escuchen/ ella es tan filosa como una navaja/ si no consigue lo que quiere/ te rebanará”). La chica se presenta con características “peligrosas”, comunes en el *hair metal*, cuyo “ideal femenino [...] es el de la *femme fatale*” (Jeray, “Sex, Dr(a)gs and Rock n’ Roll...” 183), como se ve en el último verso. Esta idea se repite en los versos previos al coro: *If you don’t get her name/ well, you might not make it back* (“Si no consigues su nombre/ bueno, puede que no vuelvas”). Y, sin embargo, toda advertencia queda sepultada por la atención dada al aspecto físico del personaje femenino: el coro repite el título y, más adelante, la voz cantante predice: *She’s going to turn on our juice, boy* (“Ella va a encender nuestros jugos, muchacho”), por lo que el peligro que encarna importa menos que la atracción carnal que provoca, subrayada en la última parte del coro: *She’s-got-looks-kill* (“Ella-tiene-aspecto-mata”). De modo que no importa lo interesante o peligroso que sea, el personaje femenino simplemente es atractivo (otra mujer reducida a su aspecto) y eso excita al locutor.

Finalmente, “Girls Girls Girls” (quizá la canción más conocida de Mötley Crüe), cuyo ritmo oscila entre la agresividad y el entusiasmo cuando se repite el título, es un tema en el que los lugares importan, pues el locutor hace una larga lista de clubes nudistas donde encuentra a esas chicas de *long legs and burgundy lips* (“piernas largas y labios borgoña”): un

Sunset Strip generalizado, The Dollhouse en Fort Lauderdale, Tattletails en Atlanta, el Seventh Veil, Body Shop, Marble Arch y Tropicana, con una mención especial al Crazy Horse en París. Sitios donde las desnudistas obviamente están a su servicio, porque el locutor da órdenes: *Dance for me girl, I'll keep you overemployed* (“Baila para mí, chica/ Te mantendré sobreempleada”); enuncia lo que hacen juntos: *I got the photos a menage a trois/ musta broke those Frenchie laws with those* (“Tengo las fotos, un *menage a trois* / Debo de haber roto las leyes francesas con eso”) y menciona (brevemente) a una sola *femme fatale* con cierto poder sobre él: *Well then she broke my heart* (“Bueno, ella luego rompió mi corazón”). Acto seguido, la voz cantante procede a cosificar a las mujeres que vendrán: *I'm such a good good boy/ I just need a new toy* (“Soy un muy, muy buen niño/ Tan sólo necesito un juguete nuevo”) y una vez más, como en “Kickstart My Heart”, los personajes femeninos se reducen a objetos para jugar y “pasarla bien”.

Al tratarse de desnudistas cuyo trabajo por definición cosifica su cuerpo, esto podría naturalizarse, pero en la parte final de la pista hay un diálogo donde el vocalista, Vince Neil, llama la atención del baterista, Tommy Lee, para que vea a una chica: *Hey Tommy, check that out man/ What Vince, where?/ Right there man/ Hey baby, you wanna go somewhere?* (“Hey, Tommy, mira eso, hombre/ ¿Qué Vince, dónde?/ Ahí, hombre/ Hey, nena, ¿quieres ir a algún lado?”). Luego se escuchan silbidos tipo *catcall*. Es poco probable que esta interacción y la invitación se llevara a cabo entre el interlocutor y una desnudista, porque no necesitarían llamar su atención a silbidos. Se infiere, entonces, que ella se mueve fuera del espacio de los clubes y que el locutor (identificado con miembros de la banda) busca obtener placer de ella, pues la ve como un objeto sexual, como a las desnudistas, a pesar de no haber sido explícitamente identificada como una.

Así, Mötley Crüe resulta misógino en sus letras, como mencionó Stillman, pues la banda perpetúa una narrativa donde las mujeres son objetos de placer para los locutores/estrellas de *rock* que, en sus canciones, representa como “sementales”.

Y Poison tampoco se libra de la acusación en su canción “I Want Action”, tema bastante animado, con el locutor repitiendo el título como si fuera una porra: *I want action tonight/ satisfaction all night/ you've got the love I need tonight* (“Quiero acción esta noche/ satisfacción toda la noche/ Tú tienes el amor que necesito esta noche”). Este último verso tiene el eufemismo del sexo que el enunciador remata al hablar de ir a la calle para encontrar chicas que pueden ser menores de edad: *With those schoolgirls hangin' around* (“Con esas colegialas por ahí”). Como el público del *hair metal* es adolescente, puede no ser descabellado mencionar colegialas, pero la voz cantante se torna amenazadora: *I can't wait to get my hands on them/ I won't give up until they give in* (“No puedo esperar a ponerles las manos encima/ No me rendiré hasta que ellas cedan”). Después, la amenaza es más y más directa: *If I can't have her, I'll take her and make her* (“Si no puedo tenerla, la tomaré y la obligaré”); el locutor masculino prácticamente anuncia que abusará de una casi-niña mientras la canción sigue con un tono divertido que contrasta mucho con cómo la voz valida lo que suceda con el personaje femenino en favor de un rato de placer para él.

El tema termina con el coro repetido sobre la voz cantante diciendo entre risas: *Ab, come on honey, I wasn't that bad!* (“Ah, vamos cariño, ¡no estuve tan mal!”), y siguiendo la idea de que ésta es la de un abusador, lo que se hace es minimizar la violencia recién cometida (contra una colegiala probablemente), lo que perpetúa la idea de que la mujer existe en el *hair metal* para ser admirada, pero también cosificada como objeto sexual y usada, a veces incluso por la fuerza. Sin embargo, otra interpretación posible es que el locutor busca justificar con

humor no haberse desempeñado sexualmente como la letra describe; lo que quedaría con el tono juguetón de la canción. Su propio personaje pretendería ser un “semental” que no existe, reduciendo todas sus fantasías violentas y misóginas a ser eso: fantasías en la búsqueda del placer.

La idea del locutor-como-semental también se pierde en “Unskinnny Bop”, título que suena bien, aunque no significa nada. La canción se apoya en una sugerente línea de bajo mientras la guitarra acompaña a la voz cantante y suma todo en un coro muy pegajoso. El locutor se dirige a un personaje femenino que ahora es “la insaciable”: *I wanna make love, you never stop/ come up for air, you pull me to the floor* (“Yo quiero hacer el amor, tú nunca te detienes/ subo por aire, me jalas al piso”). Esta vez ella tiene muchos amantes y eso anula al semental: *You got too many bees in your honey/ Am I just another word in your page?* (“Tienes demasiadas abejas en tu miel/ ¿Acaso soy sólo otra palabra en tu página?”) aún si eventualmente él “triumfa” sobre ella “por amor”:

*That ain't love written on your face
well, honey, I can see right through ya
well, who's ridin' who at the end of the race?*¹⁴

Final claramente conservador, incluidos los eufemismos sexuales, que no por serlo invalidan que esta vez la voz cantante debió asegurarse de cumplir las necesidades sexuales del personaje femenino, en vez de que ella tuviera que proporcionarle placer.

En “Talk Dirty to Me” —otra canción alegre con un festivo *riff* de guitarra— la sexualidad no se centra en la voz cantante ni en el personaje femenino, sino en el placer recíproco y mutuo. El locutor se dirige a la ya mencionada personaje, y

¹⁴ “[que] no es amor lo que está escrito en tu cara. /Bueno, cariño, yo puedo ver a través de ti. Y bien, ¿quién está sobre quién al final de la carrera?”

aunque presta atención a su aspecto físico, enfatiza que hay sentimientos correspondidos:

*You never act the way you should
but I like it
and I know you like it too
the way that I want you.*¹⁵

La reciprocidad en la relación reaparece más adelante:

*You know that I can hardly wait
just to see you
and I know you cannot wait
wait to see me too.*¹⁶

Aunque esa urgencia mutua pronto se traduce a pasión carnal: en *Behind the bushes / till I'm screaming for more* (“Atrás de los arbustos/ hasta que yo esté gritando por más”) es el título el que recibe toda la atención. Al final del coro, los instrumentos callan para que la voz cantante pueda enunciar el imperativo “Talk dirty to me” o “Háblame sucio”. Esta orden toma especial importancia en los siguientes versos:

*I call you on the telephone
I'm only hoping that you're home
so I can hear you
when you say those words to me
and whisper so softly
I gotta hear you*¹⁷

¹⁵ “Nunca actúas como deberías/ Pero me gusta/ Y sé que a ti también te gusta/ La manera en que te deseo.”

¹⁶ “Sabes que casi no puedo esperar/ Sólo para verte/ Y sé que no puedes esperar/ Esperar para verme también.”

¹⁷ “Te llamo por teléfono/ Tan sólo espero que estés en casa/ Para poder escucharte/ Cuando me dices esas palabras/ Y susurras tan suavemente/ Debo escucharte.”

La urgencia del “I gotta hear you” se une a versos anteriores, donde la voz cantante declara “I gotta have you” (“Debo tenerte”) y “I gotta touch you” (“Debo tocarte”). Urgencias carnales que, aunadas al “I gotta hear you”, muestran que la atracción no está centrada en el cuerpo, sino en lo que ella tenga que decir (como señala el título del tema), de modo que este personaje tiene más agencia que las mujeres de canciones previas, pues no es un objeto, sino alguien cuyas palabras pueden atraer y excitar, mientras a las otras se les deja calladas y cosificadas. El personaje del semental desaparece, y en su lugar queda la pareja adolescente, promesa de fidelidad varonil incluida: “I never ever stay out late” (“Nunca, nunca me quedo fuera hasta tarde.”).

La última canción de Poison que analizaré se titula “Sexual Thing”: tema donde el semental desaparece y da lugar al “male-slut”. Su sonido es un poco más *heavy*, más apegado al *rock* de los noventa. El locutor, de nuevo, se dirige a un personaje femenino y se presenta como quien la salvará de la insatisfacción sexual:

*There you lay
all by yourself
so please allow me
to introduce myself
I welcome you
to the house of sin...*¹⁸

Sin embargo, el placer y la satisfacción giran alrededor de ella: *So pleased that you've come*¹⁹ y saber que la satisfizo ayuda a la propia satisfacción del locutor:

¹⁸ “Ahí yaces/ Completamente sola/ Así que permíteme/ Presentarme/ Te doy la bienvenida/ A la casa del pecado...”

¹⁹ Traduzco entre paréntesis el juego de palabras en inglés: “Qué gusto que (te) hayas venido”.

*The pleasure's been all mine
if you're in need
please do indeed
call me anytime.*²⁰

Asimismo, en el coro, la voz cantante se autocosifica y deja muy en claro cuál es su rol: *I am your/ I'm just your sexual thing* (“Soy tu/ tan sólo soy tu objeto sexual”).

Jeray menciona que, mentalmente, los artistas de *hair metal* suelen ser incluso castos y tener una visión moralista del sexo: “los interlocutores se presentan como quienes salvarán a las mujeres de la opresión sexual que, para ellos, significa promiscuidad femenina y renuencia a sentar cabeza” (184). Sin embargo, la castidad femenina no interesa en este tema, que no usa eufemismos y llama al sexo por su nombre: *He caught you masturbatin'/ You rather be fornicating* (“Te atrapó masturbándote/ Preferirías estar fornicando”). Tampoco hay un llamado al compromiso, como el título y el coro dejan claro. La voz cantante parece volver a la moralidad apenas en una parte hablada al final, que dice: *What you've witnessed is a sexual fantasy/ Please do not try these tricks at home* (“Lo que acabas de presenciar en una fantasía sexual / Favor de no intentar estos trucos en casa”), lo que bien podría demostrar que la canción no iba demasiado en serio, aunque también podría dirigirse con ironía a la censura que el *hair metal* debió soportar. Lo importante, sin embargo, es que esta fantasía sexual está dirigida al personaje femenino: el locutor se ha vuelto el “male-slut” antes mencionado, objeto deseable en los *Hot Metal Centerfolds* satisfecho de ser consumido y dar placer a la chica en cuestión y, asimismo, satisfecho de ser cosificado:

²⁰ “El placer ha sido todo mío/ Si tienes necesidades/ Por favor/ Llámame en cualquier momento”.

*And tell me it feels so good
but damn girl
you knew it would.*²¹

Poison, entonces, muestra un cambio en sus locutores: a veces son sementales que pueden ser violentos o fanfarrones, o pueden ver más allá de los cuerpos femeninos y volver a las mujeres receptoras de un placer dedicado a ellas solamente: el personaje femenino se vuelve el sujeto sexual y el locutor masculino su objeto. En otras canciones el personaje femenino oscila de objeto a sujeto del deseo, y termina tomando el último papel: éstas son las *rock ballads*, quizá las canciones más rentables del *hair metal*.

WATCH OUT, LOVE BITES

Sobre las baladas de *hair metal*, escribe Jeray: “Los interlocutores de la mayoría de las letras relacionadas con el amor presentan la compañía de una mujer como la meta definitiva de su vida, no como un medio (entre muchos otros) para una vida feliz en general” (183). Por lo mismo, las baladas giran en torno a personajes femeninos que, a veces, tienen una relación amorosa y feliz con el locutor, como en “Til Death Do Us Part”; y otras sienten atracción carnal/pasión-amor, como en “Stand Up (Kick Love Into Motion)” de Def Leppard:

*I just happen to be a man
and you happen to be a woman
we happen to be together...*²²

²¹ “Y dime que se siente muy bien/ Pero, maldita sea, chica,/ Ya sabías que sería así.”

²² “Resulta que soy un hombre/ Y resulta que tú eres una mujer /Y resulta que estamos juntos...”

Una vez que se ha establecido esta conexión (invariablemente heterosexual, como marcan los versos citados) el locutor pide al personaje femenino que, efectivamente, ponga el amor en marcha, pues el romance triunfa sobre todo, y aunque la connotación carnal es obvia, todo “se hará con amor”:

*Take me in your arms
and throw me to the ground
down to the ground, baby
stand up, stand up for love*²³

El *hair metal* también recurre a la tradición romántica de la amada difunta, como en la balada “Fly to the Angels” de Slaughter.²⁴ Sin embargo, la mayoría de las baladas de *hair metal* hablan de una ruptura amorosa en la que el locutor lleva la peor parte: “muchas canciones de *hair metal* versan sobre rupturas y decepciones amorosas en general [...] Sin embargo, a menudo no es el destino sino el carácter del personaje femenino lo que se interpone en el camino” (Jeray 183), por lo que éste actúa, a su vez, como objeto de deseo (frustrado) y sujeto, cuyas acciones provocan la historia de desamor narrada. Las mujeres, así, no se reducen a su aspecto, sino que tienen agencia, y cuando su cuerpo/presencia física desaparece, genera el vacío que la vuelve objeto de devoción. Este alejamiento y distancia están presentes (desde el título) en la balada “Miles Away”, de Winger: *So this is love, or so you tell me/ as you're walking out the door* (“Así que esto es amor, o eso me dices/ mientras sales por la puerta”).

²³ “Tómame en tus brazos/ Y arrójame al suelo/ Abajo al suelo nena/ Ponte de pie, defiende el amor.” Mi traducción incluye el juego de palabras de “stand up” (ponerse de pie) y “stand up for” (defender).

²⁴ Mark Slaughter, vocalista de la banda, declaró en una entrevista que la balada está basada en una historia real (véase Olivier, “Mark Slaughter Recalls...”).

Poison también sufre por ausencia en la emblemática “Every Rose Has Its Thorn”, y aunque la separación es mutua, la ausencia se recrudece cuando ella está con alguien más y su decisión de compartir cercanía física con otro deviene eje del canto:

*We both made our separate ways
and now I hear you found somebody new
and that I never meant that much to you
to hear that tears me up inside...*²⁵

Mención especial merece “I’ll Be There for You”, de Bon Jovi, pues el locutor incluso imagina dejar su corporalidad e incorporarse a la del personaje femenino: *I’ll be the water when you get thirsty baby/ when you get drunk I’ll be the wine*, (“Seré el agua cuando tengas sed, nena/ cuando te emborraches seré el vino”), al volverse literalmente un objeto que la chica pueda usar como sustento o para su propio placer: algo por ser consumido y que extrema la cosificación masculina en el *hair metal*.

En “Heaven”, una balada de Warrant, personaje femenino y locutor masculino se encuentran en igualdad de circunstancias: como sujetos, pero es porque necesitan cuidar un ideal romántico de pareja/ defender su relación: *No matter what your friends might say/ we’ll find our way* (“No importa lo que tus amigas digan/ encontraremos nuestro camino”), y por eso tienen agencia para hacerlo.

Con la compañera como sujeto principal de “Without You”, de Mötley Crüe, se presenta un caso especial: tras un *intro* con guitarra lastimera, la voz cantante enumera las acciones que le son imposibles si el personaje femenino no está, o

²⁵ “Ambos tomamos nuestros caminos separados/ Y ahora escuché que encontraste a alguien nuevo/ Y que nunca/ significó mucho para ti/ Escuchar eso me destroza por dentro...”

las acciones con consecuencias negativas que suceden por la ausencia de ella:

*Without you, I'd be lost
I'd slip down from the top
I'd slide down so low...*²⁶

El personaje femenino no hace un acto de presencia física “real” en la canción, y se vuelve un poder etéreo que gobierna el mundo del locutor en algunos momentos a lo largo de la letra: *You're the reason the sun shines down/ and the nights, they don't grow cold* (“Eres la razón por la que brilla el sol/ y las noches no son frías”); pero es también sustento para la voz cantante: *Without you in my life/ I'd slowly wilt and die* (“Sin ti en mi vida/ me marchitaría lentamente y moriría”); y, en otro caso, proveedora de fuerza: *You let the fires rage inside/ knowing someday I'd grow strong* (“Dejas que los fuegos se enfurezcan dentro/ sabiendo que algún día me volvería fuerte”). Sólo en dos versos aparece de forma corpórea, y aún entonces es en actitud pasiva: *Only you that I'll hold when I'm young/ only you as we grow old* (“Solamente a ti te abrazaré mientras soy joven/ sólo a ti mientras envejecemos”), pues lo que el locutor espera es poder abrazarla y envejecer juntos.

Incluso cuando las baladas tienen personajes femeninos que son sujetos, la voz cantante de Mötley Crüe sigue siendo el tema de su narrativa: *Without you, without you/ a sailor lost at sea* (“Sin ti, sin ti/ un marinero perdido en el mar”) mientras el personaje femenino es una imagen incorpórea que le sirve como inspiración. “Without You”, entonces, continúa la narrativa que presenta Mötley Crüe: mujeres como objetos de deseo carnal (y romántico en esta balada), mientras otras bandas presentan más posibilidades para los personajes feme-

²⁶ “Sin ti, estaría perdido/ Me deslizaría hacia debajo de la cima/ Me resbalaría tan abajo...”

ninos y otras lecturas posibles sobre el rol baladístico femenino: quizá el único remedio para el corazón destrozado, pero también personajes con agencia que deciden dar la espalda al locutor y, en consecuencia, se vuelven fuente de inspiración.

CONCLUSIÓN: *IF WANTING THE GOOD LIFE IS SUCH A CRIME, LORD THEN PUT ME AWAY!*

En *Running with the Devil: Power, Gender and Masculinity in Heavy Metal Music* Robert Walser escribió:

Sue Wise ha argumentado que las jovencitas que gritaban y se desmayaban por Elvis no estaban adorándolo [...] sino *usándolo*. Más que un sujeto que enloquecía a sus fans indefensas, Elvis fue para muchas mujeres un objeto mediante el cual explorar sus propios deseos [...] Pero el entusiasmo de las jóvenes por el estilo *glam* del *heavy metal* no es simplemente un ejemplo de sumisión masoquista a ídolos masculinos. (132)

A pesar de que existe el argumento de que las *groupies* se sometían a sus ídolos del *glam* y del *hair metal*, la lectura de estos géneros va más allá de lo que sucedía en el *backstage*, puesto que el público femenino (y aunque sea en menor medida, también el público homosexual masculino) consumía publicaciones con imágenes de los artistas y, por supuesto, su música, que también presentaba personajes femeninos. En las publicaciones, los artistas se ofrecían como placer visual para las fanáticas y como objetos de consumo que los empoderaban en su aspecto físico, pero también servían para vender discos. En cuanto a las canciones, varios temas de *hair metal* presentan personajes femeninos desde una visión misógina, pero otras hablan del placer mutuo, y en algunas más los propios rockeros enfatizaban su cualidad de objeto. Sin embargo, hay algo cierto: cuando Poison dice que “todo es una fantasía sexual”, el público femenino también tiene la oportunidad de vivir sus

deseos en las canciones, ya sean sensuales, románticos o un tanto oscuros, por lo que el *hair metal* es una exploración del deseo carnal y una oportunidad para imaginarse al lado de un hombre-objeto.

Stillman argumenta que el *hair metal* es vergonzoso, pero lo cierto es que su estética se mantiene viva. El *tour* de Def Leppard, Mötley Crüe y Poison juntos fue una de las giras más exitosas de 2022, incluso con la resaca de la pandemia (véase Childers, “Mötley Crüe + Def Leppard’s Stadium Tour...”) y la influencia se mantiene viva en la moda e incluso en otras bandas. En México, Moderatto tomó la estética del *hair metal* como propia, y Bryan Amadeus, su vocalista,²⁷ ha aparecido como portada en revistas para adolescentes luciendo ciertos elementos de la estética *hair* (en el apéndice 6 aparece con elementos estilo *cowboy*, que Jeray relaciona con el *sleaze*) y se presenta como el “rockero que enamora”, haciendo honor a los *metal centerfolds*.

Si bien es innegable que el *hair metal* puede seguir favoreciendo lecturas machistas, analizarlo detenidamente revela que el género es más que un fenómeno hueco en contraste con los movimientos musicales de los años 60 y 70, o con lo que sucedía en Inglaterra en los mismos 80. Y que el rol de la corporalidad en su estética, imágenes y letras muestra algo más complejo: probablemente los primeros pasos que fue posible dar —en un Estados Unidos cuyo pensamiento conservador remitía al de los años 50— hacia la desconstrucción de la masculinidad y la aceptación del deseo femenino. Propuesta/interpretación que Rikki Rockett resumía diciendo: “¡Usamos, pero también somos usados! Las mujeres nos usan tanto como nosotros a ellas; es un intercambio totalmente honesto” (Blush, *American Hair Metal* 36).

²⁷ Aunque Jay de la Cueva es su nombre civil, quien aparece en las portadas es la *persona* que él (como tantos músicos de *hair metal*) ha construido para el escenario.

Los apéndices pueden consultarse en <https://bit.ly/Sa-brorear>

1. Sebastian Bach en la portada de *Superstar Special*.
2. Portada de *Enough Rope*, disco de Vain editado por una disquera pequeña.
3. Mike Tramp en la portada de *Kerrang!*, junio 24 de 1989.
4. Portada de *Hot Metal Centerfolds*, mayo (sin año).
5. Jani “Cherry Pie” Lane en una foto para *Rip Teaser*.
6. Bryan Amadeus (Jay de la Cueva) en la portada de *15 a 20*, octubre (sin año) vestido con elementos hair/cowboy.

FUENTES CONSULTADAS

ARTÍCULOS

- Bell, Josh. “The Hair Metal Supremacy of Penelope Spheeris’ *The Decline of Western Civilization Part II: The Metal Years*”. *Crooked Marquee*, 14 de junio de 2023, https://crooked-marquee.com/the-hair-metal-supremacy-of-penelope-spheeris-the-decline-of-western-civilization-part-ii-the-metal-years/#google_vignette
- Childers, Chad. “Mötley Crüe + Def Leppard’s Stadium Tour Earned Over \$173 Million”. *Loudwire*, 20 septiembre 2022, <https://loudwire.com/motley-crue-def-leppard-break-career-records-stadium-tour/>
- De Gallier, Thea. “Dude Looks Like a Lady: The Power of Androgyny in Metal”. *Loudersound*, 25 de febrero de 2020, <https://www.loudersound.com/features/dude-looks-like-a-lady-the-power-of-androgyny-in-metal>
- De Sylvia, David. “Warrant: *Cherry Pie*”. Reseña del álbum *Cherry Pie*, de la banda Warrant. *SputnikMusic*, 7 de junio de 2016, <https://www.sputnikmusic.com/review/72076/Warrant-Cherry-Pie/>

- Jeray, Celina. "Sex, Dr(a)gs and Rock n' Roll: Diverse Masculinities of Glam Metal, Sleaze Metal and Hair Metal". *Anglica: An International Journal of English Studies* 30:1 (2021), 171-190, <https://doi.org/10.7311/0860-5734.30.1.11>
- Karyn. "From Cherry Pie to Civil War: Warrant's "Uncle Tom's Cabin". *ION Magazine*, 27 de junio de 2017, <https://www.ionmagazine.ca/content/cherry-pie-civil-war-warrant%E2%80%99s-%E2%80%9Cuncle-tom%E2%80%99s-cabin%E2%80%9D>
- "Mötley Crüe's Nikki Sixx Explains How He Ended up with His Name". *Blabbermouth*. 19 de octubre de 2021, <https://blabbermouth.net/news/motley-crues-nikki-sixx-explains-how-he-ended-up-with-his-name>
- Olivier. "Mark Slaughter recalls writing Slaughter song "Fly to the Angels" about deceased girlfriend". *Sleazeroxx*, 19 de diciembre de 2017, <https://sleazeroxx.com/mark-slaughter-recalls-writing-slaughter-song-fly-to-the-angels-about-deceased-girlfriend/>
- "Rikki Rockett". *Drummerzone*. sin fecha, <https://drummerszone.com/artists/rikki-rockett/2872/profile/?language=5>
- Stillman, Nick. "Cry Tough: Glam Metal on the Sunset Strip". 13 de enero de 2011. *East of Borneo*, <https://eastofborneo.org/articles/cry-tough-glam-metal-on-the-sunset-strip/>
- "Why Poison Rejected Slash in the 80s". *Ultimate-Guitar.com*, s.f., https://www.ultimate-guitar.com/news/general_music_news/why_poison_rejected_slash_in_the_80s.html

CANCIONES

- Bon Jovi, "I'll Be There for You". *New Jersey*, Mercury, 1989.
- Bon Jovi, "Living in Sin". *New Jersey*, Mercury, 1989.

- Def Leppard, "Let's Get Rocked". *Adrenalize*, Mercury, 1992.
- Def Leppard, "Stand Up (Kick Love into Motion)". *Adrenalize*, Mercury, 1992.
- Mötley Crüe, "Girls Girls Girls". *Girls Girls Girls*. Elektra, 1987.
- Mötley Crüe, "Kickstart My Heart". *Dr. Feelgood*, Elektra, 1989.
- Mötley Crüe, "Looks that Kill". *Shout at the Devil*. Elektra, 1984.
- Mötley Crüe, "Too Fast for Love". *Too Fast for Love*, Elektra, 1981.
- Mötley Crüe, "Without You". *Dr. Feelgood*, Elektra, 1989.
- Poison, "Every Rose Has its Thorn". *Open Up and Say... Ahh!* Capitol, 1988.
- Poison, "I Want Action". *Look What the Cat Dragged In*. Enigma/Capitol, 1987.
- Poison, "Sexual Thing". *Poison's Greatest Hits: 1986-1996*. Capitol, 1996.
- Poison, "Talk Dirty to Me". *Look What the Cat Dragged In*. Enigma/Capitol, 1987.
- Poison, "Unskinny Bop". *Flesh & Blood*. Capitol, 1990.
- Warrant, "Cherry Pie". *Cherry Pie*, Columbia, 1990.
- Warrant, "Heaven". *Dirty Rotten Filthy Stinking Rich*, CBS, 1989.
- White Lion, "Till Death Do Us Part". *Mane Attraction*. Atlantic, 1991.
- Winger, "Miles Away". *In the Heart of the Young*. Atlantic, 1990.

CAPÍTULOS

- Walser, Robert. "Forging Masculinity: Heavy Metal Sounds and Images of Gender". *Running with the Devil: Power,*

Gender and Masculinity in Heavy Metal Music. Wesleyan University Press, 1993, 108-136.

LIBROS

Blush, Steven. *American Hair Metal.* Feral House, 2006.

Konow, David. *Bang your Head: The Rise and Fall of Heavy Metal.* Three Rivers Press, 2002.

Kurennaya, Anna. *Look What the Cat Dragged In: Gender, Sexuality and Authenticity in 1980s Glam Metal.* Tesis de maestría, Parsons The New School for Design, 2012.

El albur y lo corporal en *La tienda de mi pueblo* de Chava Flores

Ingrid Naomi Mora Valdez¹

En memoria del Dr. Aurelio González y Pérez

“Cierta día Don Palabras
me contó una extraña historia
de cómo nacen las cosas
cada vez que uno las nombra”.
Maldita Vecindad, “Don palabras”.

El uso creativo de la lengua siempre ha estado presente en la historia de la humanidad. En la cultura mexicana ha predominado el uso constante de refranes y frases construidas con picardía, humor y doble sentido para expresar el deseo, gusto o temor sobre temas que no son socialmente bien vistos, como el sexo. En este sentido, el uso que llama más la atención por discreto y sutil es el albur, por su relación con la sexualidad, y porque se presenta en diversos contextos y su decodificación es variable en función del escucha, pues será entendido por quienes han entrenado su oído, e ignorado por los que no tienen contacto constante con esta forma expresiva.

¹ Universidad Nacional Autónoma de México.

Rasgo de habla común en personas que, por ejemplo, viven en las zonas populares del centro de la Ciudad de México, la fama del albur le ha permitido estar presente en proyectos artísticos de literatura, cine, teatro y música: desde las películas de ficheras hasta las canciones humorísticas de Chava Flores. Este trabajo busca explicar qué es el albur, su relación con lo corporal y su representación en la canción *La tienda de mi pueblo* de este cantautor.

EL ALBUR

Para hablar sobre el tema es necesario revisar brevemente algunos conceptos lingüísticos para comprender mejor su estructura, y tomo como punto de partida la lingüística cognoscitiva (desarrollada por Ronald Langacker) porque plantea que el hablante responde, observa o conceptualiza un mismo fenómeno referencial de maneras distintas en función de su punto de partida. Con estas nociones, surge la semántica cognoscitiva, y en ella se menciona que una expresión usada con frecuencia pertenece a una red de significados interrelacionados, es decir, que en una frase o palabra hay redes de significado establecidas y que el conocimiento del hablante no se reduce a una sola estructura (Maldonado, “La semántica en la gramática cognoscitiva” 162). En este modelo teórico también se mencionan los dominios cognoscitivos que determinan la configuración y formación de significados específicos, pues una conceptualización presupone otras que, en forma conjunta, proveen la base para caracterizar un significado; aunque, debido a las jerarquías de complejidad conceptual, a través de operaciones mentales un concepto puede derivar en otro de menor nivel jerárquico (Maldonado 162).

Para Ricardo Maldonado, un dominio cognoscitivo no es una suma de rasgos sino una conceptualización integrada que presupone otros conceptos; así, *cabello* presupone la existen-

cia de *cabeza*, porque si no, sería un concepto incompleto. Y sigue:

Para hacer una descripción completa de una predicación, en la mayoría de los casos es necesario atender a la coexistencia de más de un dominio; por ejemplo, un martillo se puede definir a partir de su forma y configuración (dominio 1), con base en su función (dominio 2), o en relación con el dominio de la herramienta en que se diferencia de clavo, serrucho, sierra, cepillo, etc. (dominio 3). (Maldonado 163)

Asimismo, los dominios tienen diversas dimensiones y, por ejemplo, poseen una base y subestructuras que permiten al hablante tener mayor conceptualización de una palabra, de forma que, al mencionar el dominio *mano* se conocen diversas subestructuras, como *dedo, uña, nudillos*, lo que implica que se necesitan otros elementos para contemplar una imagen mental (Maldonado 165). Los dominios poseen también un nivel de especificidad ligado a la precisión con que una palabra es caracterizada: al tener mayor número de elementos, se tiene una idea más concreta de lo que se quiere decir. Las carencias de estas especificaciones dan pie a la polisemia en una misma palabra (véase 166). Finalmente, hay una “activación secundaria” relacionada con los nodos de significado: al mencionar una palabra, posee un dominio, que a su vez se conceptualiza por medio de subestructuras y nodos interrelacionados que activan significados secundarios y generan un enriquecimiento conceptual. Por ejemplo, para la frase “el payaso de la clase” el nodo de significado más cercano es “individuo gracioso según un grupo de personas”, pero los significados secundarios serían “payaso/bufón” o “payaso/desagradable”, y estos hacen que la expresión tenga un significado completo (Maldonado 167).

También es posible que los dominios establezcan relaciones con las estructuras de otros dominios mediante pro-

yecciones que tengan coincidencia en sus elementos, es una característica elemental de la metáfora. Eduardo de Bustos comenta al respecto:

El mecanismo mediante el cual opera la metáfora es el de una proyección entre estructuras conceptuales. La proyección consiste en establecer una relación de correspondencia entre dominios, de tal forma que a los elementos y relaciones de un *dominio fuente* (source domain), el dominio que se proyecta, corresponden elementos y relaciones del sistema sobre el que se proyecta, el *dominio objetivo o diana* (target domain) de la metáfora. (Bustos, “Metáfora” 721)

Con lo anterior, se asume que los eufemismos y disfemismos son parte de esta categoría, ya que se estructuran en redes conceptuales y utilizan funciones sociales y cognitivas propias de la metáfora. De acuerdo con su definición, un eufemismo es una expresión que se usa como alternativa para evitar ofender o incomodar al interlocutor. Por su parte, el disfemismo es una expresión con connotación ofensiva que busca hablar de manera directa o una expresión peyorativa. El sentido de ambos depende del contexto, su uso o su intencionalidad y tiene una interpretación ambigua y polisémica (Chamizo, “La función social y cognitiva del eufemismo...” 45). Por ejemplo, en México la mención de que alguien murió tiende a ser incómoda y se usan eufemismos para aligerar la carga semántica diciendo “pasó a mejor vida”, “ya no está con nosotros” o incluso “colgó los tenis”; sin embargo, también se puede decir de manera despectiva con los disfemismos en frases como “estiró la pata” o “petatearse”. Me parece relevante mencionar que eufemismos y disfemismos no son exclusivos de un lenguaje formal o informal, ya que es posible utilizar ambos registros para modificar la carga semántica, según la intención del hablante.

Considero que el albur se estructura usando estos elementos lingüísticos, pues en nuestra lengua las subestructuras

y los nodos de los dominios permiten que una palabra tenga otros significados además del literal, dependiendo de su contexto e intencionalidad. Para hablar de manera indirecta sobre el pene, el albur hace uso de otras palabras cuyos dominios coinciden en elementos; en la conceptualización del vegetal “pepino” se observa que es alargado, cilíndrico, largo, grueso y curvo... como un pene, de modo que, aun con dominios diferentes, tienen coincidencias en algunas características físicas que, por medio de los nodos y las subestructuras, permiten trasladar estas imágenes del dominio vegetal al corporal. Para fines prácticos, defino entonces el albur como un eufemismo o disfemismo encriptado en un diálogo abierto, que utiliza las coincidencias en dominios para tratar un tema incómodo o socialmente mal aceptado.

Ahora bien, ¿cómo se juega el albur? Es un intercambio verbal dialogado que hace alusiones indirectas el acto sexual en función de su contexto situacional o, como dice Helena Beristáin: “es una especie de transacción social, de naturaleza dialógica, en que se calibran ingenio, imaginación, oportunidad, creatividad y rapidez de respuesta, dados durante el proceso de interacción verbal que transcurre entre expertos que compiten ante testigos” (“El albur” 411).

Normalmente el albur se presenta como diálogo, y se inicia con una interacción en la que alguien dice un eufemismo sexual;² la frase la contesta otra persona que entiende la intención y eso inicia un intercambio que finaliza cuando alguien queda en silencio, señal de que se ha quedado sin palabras y de que, simbólicamente, fue sometido por el otro hablante dentro del juego. Casi ningún eufemismo usado en el albur es creación original, sino que son metáforas comunes relacionadas con el acto sexual repetidas de distintas formas dependiendo de la situación (Beristáin, “El albur” 411), y entonces

² Digo “normalmente” para señalar que, en *La tienda de mi pueblo*, no hay tal diálogo, porque al ser una canción, la única voz es la del locutor.

es importante preguntarse por qué no se puede hablar directamente del acto sexual o de los genitales en un ámbito social, sino que se juega con eufemismos, y para ello es necesario explicar qué es el tabú lingüístico y su relación directa con los eufemismos en el albur.

El tabú se manifiesta principalmente por prohibiciones relacionadas con las creencias, actitudes o valores de las sociedades o con los mecanismos que las controlan. En este ámbito, la sexualidad tiene un papel relevante, ya que en las sociedades se ha intentado normar a partir de reglas que moldean las maneras del ser de las mujeres y los hombres. Escribe Sylvia Covián:

Se impone cómo debe ser el comportamiento en cada situación; con quién, cómo y a qué edad deben casarse; cuál debe ser su relación con el propio cuerpo, con su sensibilidad, con su excitabilidad y con su deseo [...] Se validan modelos deseables para los sexos y cualquier desviación al respecto conlleva castigos sociales, emocionales, familiares y legales. (“Erotismo y tabú” 92)

Los tabúes tienen un papel importante en el desarrollo de la sexualidad, sobre todo en sociedades donde lo religioso tiene un peso importante, pues se entienden como acciones indeseables o pecaminosas. En México los tabúes, que se relacionan directa o indirecta con el catolicismo y las “buenas costumbres”, aparecen como culpa por miedo a sentir, tocar o hacer fuera de lo socialmente establecido. Mientras en lo lingüístico, el tabú se manifiesta al evitar palabras que se consideran “peligrosas” o “prohibidas”, y se usan mecanismos para remplazar las formas léxicas relacionadas con ciertos ámbitos, pues “el tabú lingüístico ha sido relacionado con el miedo por la prohibición ancestral de exponer objetos por su verdadero nombre, por diferentes razones, pero muestran algunas constantes universales” (Calvo, “Sobre el tabú...” 126).

Es importante relacionar al albur con estos temas porque, paradoja lingüística, el juego evita que se hable sobre sexuali-

dad y simultáneamente es una manera de representarla aunque “esté prohibido”. Sin duda expresa una sexualidad reprimida que sugiere anhelo por el contacto sexual, e incluso es un juego de tinte homosexual, pues se da entre hombres que enuncian su deseo de penetrar al otro. Tiende, así, a ser una manifestación que Carlos Gómez entiende como contracultura, un acto de resistencia:

el albur [...] se enorgullece de concebirse como una manifestación de carácter marginal, alterna y contracultural, a la cual no le seduce, casi como ánimo heroico, acercarse al canon occidental del arte y de lo bello ni insertarse dentro de su historia, aunque no elude, en su juego, la rima ni el tropo. Un mordaz ejercicio de desobediencia, poco documentado, de la cultura sometida. (“Épica y estética del albur” 25)

Esto es fundamental, pues el albur expresa las partes del cuerpo que son negadas por “la buena educación”, un juego que comenzó en estratos sociales bajos y puede ser una contraposición a la alta cultura porque gira en torno al tema sexual, sin que se pueda olvidar que también es un juego de poder, en el cual el hombre trata de descubrir su virilidad y evitar mostrar su intimidad; se trata de un juego que borra el resto del cuerpo, jamás romantiza el acto y ni siquiera expresa un deseo propio, sino un ejercicio de poder, pues el acto de penetrar a alguien es una forma de humillación y plantea al humillado como alguien inferior (Gómez, “Épica y estética del albur” 27).

LA TIENDA DE MI PUEBLO

Chava Flores fue conocido como cronista musical del Distrito Federal porque, durante su infancia, trabajó en el corazón de la ciudad y tuvo oportunidad de conocer el dialecto de la zona, específicamente el de los comerciantes. Pável Grana-

dos comenta: “Le tocó describir a ese México, ver esas vecindades perdidas; esos barrios del Centro Histórico, que tenía cada uno su personalidad, que algo tuvieron que tener de idílicos” (Jiménez, “Chava Flores, el poeta del relajo”). Este lenguaje se ve reflejado en sus canciones, un ejemplo es la melodía *Sábado, Distrito Federal*, donde relata la vida de un mexicano en la capital. La que nos interesa ahora es *La tienda de mi pueblo*, ya que en su estructura contiene varios albures.

De acuerdo con *El cancionero de Chava Flores*, la primera grabación de esta canción fue incluida en el álbum *El chico temido de la vecindad*, de Arturo Alegre, en 1970; sin embargo, hay muchas versiones grabadas en voz de Chava Flores, Rubén Schwartzman, Alex Lora y Ernesto Anaya, entre otros. Personalmente, baso mi análisis en la versión de la recopilación *Una colección inolvidable: Todo en vivo*, del año 2010, pues está cantada en voz del autor. Esta pieza tiene un juego de albur distinto porque no es diálogo, sino que expone una diversidad de metáforas y calambures que se pueden utilizar dentro del juego. La canción pone a prueba nuestra creatividad para descifrar mensajes ocultos mientras, como escuchas, somos constantemente vejados por el encadenamiento de albures. Antes de cantarla, Chava Flores menciona que el albur es una forma obscena del habla mexicana, pero que también es ingeniosa y única en el mundo, que se hace con sabiduría e inteligencia; una especie de trueque donde el último en hablar, gana; un juego para hablar de sexo con conciencia de ello, y afirma al final de su discurso que el albur es parte de nuestro idioma y que es folclórico. Menciona que, por lo menos, 80% de los ciudadanos son albureros, mientras que el otro 20% lo habla o lo piensa. Esto es importante por dos cosas, la primera, porque conocemos una definición del albur en voz del propio autor y sabemos cómo lo ejecutará posteriormente en su propia canción. La segunda, porque permite al escucha estar atento a los albures que se cantarán.

La tienda de mi pueblo se puede interpretar de dos maneras: literalmente o decodificando sus albures. En la primera, la canción relata una historia sobre una tienda que el locutor tuvo en su pueblo y lista todos los artículos que vendía; en la segunda, en el albur, la lista de cosas que está a la venta oculta un segundo sentido. En este breve análisis registro la mayoría de los albures que escuché, así que posiblemente algunos se me escaparan, aunque para oídos más entrenados sean perceptibles. A continuación, del lado izquierdo va la letra de la canción, y del derecho, mi explicación sobre la decodificación de los albures encontrados.

Tuve una tienda en mi pueblo, precioso lugar...	
te vendía de un camote de Puebla	<i>Camote de Puebla</i> : hay un intercambio de dominios entre camote y pene. El camote tiene un dominio relacionado con su forma alargada y gruesa, y se intercambia por el mismo dominio de forma con el pene.
a un milagro a San Buto	<i>milagro de san Buto</i> : san Buto es un lugar de Baja California Sur; sin embargo, su fonética coincide con los fonemas del verbo zambutir conjugado en primera persona del singular. Por lo tanto, se refiere al acto sexual.
pitos, pistolas pa' niños te hacía yo comprar.	<i>pitos</i> : intercambio de dominios entre pitos y pene. El pito es un juguete de forma alargada con un orificio y su dominio de forma se intercambia con el del pene. <i>pistolas</i> : hay un intercambio de dominios de forma entre pistolas y pene. <i>niños, te hacía yo comprar</i> : en esta oración hay un hipérbaton, el orden original es “niños te hacía” como referencia a embarazar a alguien.
pa' tu cruda una panza, te inflaba una llanta al minuto.	<i>una panza, te inflaba</i> : se encadena la frase de “panza” con “te inflaba”, que alude al hecho de embarazar a alguien.

Aros, argollas, medallas podías adquirir	Aros, argollas, medallas: hay un intercambio de dominios entre aros, argollas y ano, pues tienen forma circular con orificio.
	En “medallas” hay un juego fónico con la frase “me dabas”, al encadenarse con “aros y argollas”, hace referencia a la acción de aceptar la penetración: “me dabas tu argolla” es igual a “me dejabas penetrarte por el ano”.
un anillo, un taladro, petacas	<i>taladro, petacas</i> : en México, “petacas” tiene dos significados, el principal es en relación con una maleta, la segunda hace referencia a las nalgas. Si se encadena petacas con taladro, se alude a la penetración anal.
tu cincho de cuero, te enterraba en el panteón	(h) <i>cuero, te enterraba en el panteón</i> : el verbo enterrar es una metáfora de penetrar que se encadena con cuero; por lo que la imagen completa es “te enterraba el cuero”, que significa “te penetro”.
te introducía en el cajón	<i>te introducía en el cajón</i> : se relaciona con la idea previa y refiere a la acción de enterrar/penetrar porque el verbo introducir coincide con ese dominio de acción.
antes con un zapapico, te abría tu agujero	<i>zapapico, te abría tu agujero</i> : se relaciona con las dos previas, pues, aunque anuncia que se refiere al fero, coincide con el dominio de acción y remite a penetrar a alguien, pues se entrelaza con la palabra “zapapico”.
me dabas para alquilar alguien que fuera a llorar	<i>me dabas</i> : tiene relación con penetrar a alguien pues se encadena con “tu agujero”; la frase es un hipérbaton porque su orden natural era “me dabas tu agujero”.
mientras lloraba alumbraba con velas tu entierro.	<i>velas tu entierro</i> : también tiene relación con las ideas anteriores sobre el entierro, se refiere a la acción de enterrar y coincide con el dominio de acción de penetrar (a alguien).
Leche, tu té, chocolate,	<i>Leche, tu té, chocolate</i> : en esta frase hay un juego fónico: “té, chocolate” se juntan como “techo” y se encadenan con leche; siendo un hipérbaton, la idea es “te echo leche” y si se toman los dominios semánticos de consistencia y color de la leche, se ve su relación con los del semen; la frase significa “eyacular en alguien”.

tu avena o café; te sacaba las muelas picadas, dejaba las buenas;	<i>café; te sacaba</i> : la frase es un hipérbaton de “te sacaba café”; el dominio de color del café se intercambia con el del excremento, y la imagen “te sacaba excremento” remite al sexo anal.
pasas, el chicozapote, picones con miel;	<i>pasas, el chicozapote</i> : esta frase se entiende a través del juego fonético con “pasas el chico”, que hace alusión al ano.
había métodos, tubos o huevos o platos o leña.	<i>métodos, tubos</i> : hay un juego de palabras en “métodos tubos”: su encadenamiento significa meter por dos tubos, penetrar por dos orificios.
Desde Apizaco, ayocotes mandaba traer;	<i>Apizaco, ayocotes</i> : fonéticamente, Apizaco remite al verbo sacar: (api)zaco, y los ayocotes, un tipo de frijol, coinciden en el dominio de textura y color con excremento; la frase “saco ayocotes” significa someter al otro a tener sexo anal.
exportaba el chipotle en cajones,	<i>el chipotle en cajones</i> : el chipotle es un chile y coincide en dominio de forma con el pene; idea encadenada con “en cajones”, que fonéticamente coincide con “encajar”; el verso remite a “el chipotle/chile/pene encajo”, y al acto sexual.
también la memela; chupones para el bebé, de un agorero hasta un buey,	<i>memela; chupones</i> : juego fónico donde “memela” coincide con “me la” y “chupones” con “chupas”, de manera que juntas realizan la frase “me la chupas”, felación, sexo oral.
chochos y mechas, bizcochos, tiraba rayuela;	<i>mechas, bizcochos</i> : juego fónico muy similar al anterior: “mechas” coincide con “me echas” y bizcocho es una forma popular mexicana para referirse a la vulva. “Me echas el bizcocho” remite a un acto sexual voluntario.
el día de madres vendí, lo que el día veinte metí: nabos, zanahorias, ejotes	<i>el día veinte metí nabos, zanahorias</i> : la frase “veinte metí” implica un encadenamiento fónico que tiene sentido al encadenarse con “nabo”, cuya coincidencia en el dominio de forma con el pene lleva a “meter el nabo”, penetrar al otro.

y chile en cazuela.	<i>chile en cazuela</i> : a la metáfora del chile/pene se suma “en cazuela”, que coincide en dominio de forma y color con el ano; se refiere a la penetración anal.
Plumas en sacos de lona	<i>Plumas en sacos</i> : hipérbaton cuyo orden natural sería “saco plumas”, y “plumas” como una forma popular de referirse a los pedos (ventosidades), de modo que la imagen remite a los sonidos durante la penetración anal.
o tela de Juir,	<i>tela de Juir</i> : juego fonético con la frase “te la dejo ir” que remite a una penetración ágil y rápida.
había lomos y tallos de rosas, mangueras y limas,	<i>lomos y tallos</i> : hipérbaton que, ordenado, es “tallo lomos”, cuyo significado remite al dominio de la posición corporal (posterior) y los intercambia por las nalgas; la imagen refiere a la penetración anal.
mangos, mameyes, cojines, trasteros de aquí,	<i>cojines, trasteros</i> : similar al anterior, encadena la “cojines trasteros”, refiere a “coger” y “trasteros”, y remite a la penetración anal.
había zumo de caña, metates, tompiates, tarimas.	<i>zumos de caña</i> : la palabra “zumos” es homófona de “sumos”, por tanto, se refiere a “sumir la caña”; otra metáfora sobre la penetración.
De un embutido un chorizo podías tú llevar,	<i>embutido un chorizo</i> : aquí “embutido” no es sustantivo sino adjetivo de derivación verbal y al ordenar el hipérbaton como “llévate un chorizo embutido” la referencia sexual es obvia.
longaniza de aquella que train los inditos de juera; te acomodaba al llegar en mi hotel particular,	(C) <i>te acomodaba al llegar</i> : otro hipérbaton que, ordenado, dice “al llegar te acomodaba la longaniza”.

tres pesos más te sacaba por la regadera; pero un buen día me perdí, y hasta mi tien- da vendí, sólo salvé del traspaso la parte trasera	<i>sólo salvé del traspaso la parte trasera</i> : en esta última lí- nea, Chava Flores nos declara que perdió todo, pero no lo sodomizaron.
... tuve una tienda en mi pueblo, precioso lugar	

La canción no tiene diálogos, por lo que procura ganar el juego en todo momento. El albur intenta doblegar al otro, sin que pueda tener algún tipo de réplica, lo cual logra de manera correcta esta canción, pues al ser los escuchas, no podemos contestar.

Sin duda, en mi análisis se observa que el albur utiliza de manera constante la semántica, fonética y sintaxis para codificar en distintos niveles los mensajes sexuales y modificar su carga semántica.

Además, es posible observar cómo se encadenan las formas para crear una estructura bidireccional en la que la parte corporal afectada (generalmente el ano) se representa antes y después del equivalente verbal de penetrar, por lo que podemos encontrar diversos tipos de albres en una misma frase.

CONCLUSIÓN

La tienda de mi pueblo es un texto expositivo en el que se presentan diversas formas estructurales en las que el albur es codificado de acuerdo con su contexto. Como se observa, siempre se refieren a una misma idea de la sexualidad como ejercicio de poder y prevalecen variaciones de forma dentro de su juego, porque la base del albur son los eufemismos,

cuya ambigüedad y polisemia permite decir una idea al alcance de todos que, sin embargo, es un mensaje codificado para quienes los conocen y pueden descifrar los juegos de palabras relacionados con actos sexuales.

El albur reduce el cuerpo a su uso sexual sin pausas de intimidad porque el tabú lingüístico impide hablar del deseo o de la necesidad erótica; como dije, la religiosidad o las “buenas costumbres” reprimen las conductas “poco aceptables” y, entre ellas, la sexualidad tiene un espacio grande, pues es tema prohibido y motivo de rechazo social cuando, por ejemplo, la orientación sexual de alguien rompe con la idea dominante.

Asimismo, el albur es marginal y contracultural, ya que expresa sin temor lo que “la buena educación” condena, y al poner como base lo sexual para realizar una interacción social que es parte del tabú en la cultura dominante. Y muestra por qué el albur no se entiende sin poner el cuerpo, pues, justamente, el cuerpo alcanza un nivel expresivo ejemplar a través de los mecanismos semánticos del albur.

FUENTES CONSULTADAS

ARTÍCULOS

- Beristáin, Helena. “El albur”. *Acta Poética* 21, 2000, 399-420.
<https://doi.org/10.19130/iifl.ap.2000.1-2.61>.
- Beristáin, Helena. “La densidad figurada del lenguaje albureo”. *Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación* 1, 2001, 53-60.
- Blanch, Juan M. Lope. “Algunas expresiones mexicanas relativas a la muerte”, *Nueva Revista de Filología Hispánica*, 15:1/2, 1961, 69-80.
- Bustos, Eduardo. “Metáfora”. *Enciclopedia de lingüística hispánica*, v. 2. Routledge, 2015, 721-731.

- Cabrera, Iván. “El albur, la esencia lingüística del mexicano”. *Publímetro*, 14 de septiembre de 2014, www.publimetro.com.mx/mx/noticias/2012/09/14/albur-esencia-linguistica-mexicano.html.
- Calvo Shadid, Annette. “Sobre el tabú, el tabú lingüístico y su estado de la cuestión”. *Revista Káñina*, 35:2, 2011, 121-145. <https://www.redalyc.org/pdf/442/44248790011.pdf>.
- Chamizo Domínguez, Pedro J. “La función social y cognitiva del eufemismo y del disfemismo”. *Panacea* 5:15, 2004, 45-51. https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/n15_tribuna-ChamizoDominguez.pdf
- Covián Villar, Sylvia. “Erotismo y tabú”. *Revista de la Universidad: “Tabús”*, junio de 2018, 91-96. <https://www.revistadelauniversidad.mx/download/d247efa0-3e87-42ed-9fe4-2c2910f948d2?filename=erotismo-y-tabu>
- Jiménez, Gerardo. “Chava Flores, el poeta del relajjo”. *Excelsior*, 5 de mayo de 2012, <https://www.excelsior.com.mx/2012/08/05/comunidad/851825>
- Maldonado, Ricardo. “La semántica en la gramática cognoscitiva”. *Revista Latina de Pensamiento y Lenguaje* 1:2, 1993, 157-181. <https://www.iifilologicas.unam.mx/uploads/IL-2-Lecturas/011-Maldonado-semantica-en-la-gramatica.pdf>
- Monsiváis, Carlos. “Albures y autoalbures: la vida es un camote, agarre su derecha (y asegúrese de su identidad nacional)”. *Proceso*, 7 de mayo de 1984, <https://www.proceso.com.mx/cultura/2020/6/20/albures-autoalbures-la-vida-es-un-camote-agarre-su-derecha-y-asegurese-de-su-identidad-nacional-244865.html>
- Ordóñez Morocho, Rosa *et al.* “Los tabúes y prejuicios de la sexualidad en la población urbana y rural”. *Cumbres* 8:1, 2022, 9-20. DOI: [10.48190/cumbres.v8n1a1](https://doi.org/10.48190/cumbres.v8n1a1)

CAPÍTULOS

Gómez Carro, Carlos. “Épica y estética del albur”. *Tema y variaciones de la literatura: Literatura popular y de masas*. Ensayos, 2006, 15-38.

DISCOS

Alegro, Arturo. *El chico temido de la vecindad*. Belart, 1970. CD.
Flores, Chava. *Una colección inolvidable* (en vivo). Fonarte Latino, 2010. CD.

LIBROS

Flores Rivera, Salvador. *El cancionero de Chava Flores*. Ediciones Ageleste y Conaculta, Dirección de Culturas Populares, 1999.
Jiménez, Armando. *Letreros, dibujos y graffitos groseros de la picardía mexicana*. Posada, 1975.
Lakoff, George y Mark Johnson. *Metáforas de la vida cotidiana*. Introducción de José Antonio Millán y Susana Narotzky. Traducido por Carmen González Marín. Cátedra, 2004.

VIDEO

Les Tres. *Mi vida es un albur. HD Documental*. Dirección de Sandra Salgado Granados, Diego Fuentes, Natalia Monroy García. UACM, INAH, UAM, 2013. *YouTube*, subida por Les Tres, 24 de septiembre de 2015, https://www.youtube.com/watch?v=YnYBS9iojKA&ab_channel=LesTres

Smallest hits

Nora Castrejón
Fabián Ávila y
feat. María Hope¹

Cada instante para mí Es como asistir a un gran milagro Uh, oh, uh, oh, autos, moda y rock and roll Uh, oh, uh, oh, nuestra civilización FANDANGO, “Autos, moda y rock and roll”, 1987	Una canción es un barco isla bosque que se acerca. Una canción es una fogata en me- dio de la tundra. GUADALUPE GALVÁN, “Sólo la música”, 2012
--	--

Diatriba contra el *pop*: superficial, de mal gusto, basura para ignorantes y masas ávidas de una identidad prefabricada —¿y cuál no lo está?—. Cada oreja tiene gustos *poperos* singulares, variados, íntimos, volubles, duraderos, culposos. ¿Nos ataremos al invento de la culpa por escuchar canciones sabrosas? ¿Ni eso es posible gozar?

*

Santos patronos de la industria musical jalan para sus molinos los variados caudales sonoros de países y comunidades “subdesarrolladas” (#ThirdWorld, #TercerMundo, #WeAreTheWorld). Su hambre de novedad recorre *bailes*, experiencias LGBT+ y otras celebraciones musicales: *house*, cumbia, banda, *techno*, reguetón, *punk*, merengue, etc. Ni el *blues* improvisado por quienes ellos encerraron en viles prisiones ni las trepidantes voces autodidactas del *jazz* quedaron libres de

¹ Agradecemos a María por ayudarnos tanto a labrar más bonito estas palabras.

su cacería. La fábrica millonaria de ídolxs y *bits* es una industria extractivista y oportunista que se adueña de las múltiples invenciones anónimas que florecen en los cuerpos divergentes, siempre atosigados por ella y por sus pusilánimes acólitos que con tanto orgullo izan un estandarte de libertad, tolerancia y equidad.

*

El *pop* resucita a lxs muertxs.

*

Al siglo XX lo despedimos con música grabada en formatos cada vez más inverosímiles y llenos de desquiciados ruidos al límite del silencio, diseminados por bocinas policiacas que habitan toda oficina y recoveco. Nos deleitamos con esa música de jugosos dividendos que defiende feroz su negocio, enarbolado con repiqueteos de derechos de autor y *copyright* en su cruzada imaginaria por la “originalidad”. Y qué hay del *apantallador* siglo XXI de *premium content*, con leyes cada vez más severas para quienes se atrevan a ser “plagiarixs e infractorxs” de las melodías más bellas y caras de todo el universo, mediante un código legal inventado por negociantes que siempre tienen el don para *Ver la paja en el ojo ajeno/ Y no la viga en el propio*. ¿Espacios de intercambio y libre distribución? Aniquilados por estxs idólatras de la censura.

*

Hemos experimentado más géneros musicales que sexuales.

*

Destellos del *pop* que abrieron la puerta a todo lo que nos obligaron a concebir como eróticamente repulsivo y que regaron con su vendaval de divas voces al contento jardincito que creció y creció entre delicias “exóticas”: “A mí me gusta andar de pelo suelto/ Me gusta todo lo que sea misterio/ Me gusta ir siempre en contra del viento/ Si dicen ‘blanco’ yo les digo ‘negro’” (Gloria Trevi, “Pelo suelto”, 1991). Aire fresco que desterró al dogma punitivo de la buena conciencia, ino-

culado gracias a la *sana diversión familiar* suministrada en dosis generosas de programas estelares que todavía hoy transmite la impoluta televisión “gratuita”: “Seré/ lo que me pidas tú/ Amor/ lo digo muy de veras/ haz conmigo lo que quieras:/ reina, esclava o mujer (Dulce, “Déjame volver contigo”, 1982).

*

Musical *flor de un día*, o el *one-bit-wonder* en el que hallamos a quienes se desvanecieron.

*

Esxs divxs *pop* que reacomodaban los artículos y pronombres en las letras de las canciones para que no surgiera la sospecha del “pecado homosexual” hoy son fervientes defensorxs LGBT+ en conciertos y teletones, pero jamás en *Las mañanitas* del 12 de diciembre frente a los violadores ensotnados que, jacarandosos, pasan de *La guadalupana* al *Ven, devórame otra vez*.

*

No hay cuerpo que alcance a escuchar todas las canciones que germinan en el planeta, pero presumimos “nuestro” enorme archivo en la *app* que forzosamente se actualiza, siempre y cuando hagamos un pago puntual no sujeto a regateo: uso y abuso algorítmico de ganancias exponenciales. ¿Recuerdas esas películas *pop* con computadoras que dejan de obedecer y devastan todo? Quizá también los algoritmos distribuirán *memes* en códigos ilegibles que nos inunden de alegría, o nos contarán sus historias con sonidos e interacciones sensoriales jamás imaginadas, aunque solo tengan a su alcance nuestro *software* que se pasma y que eleva su precio con cada actualización redundante y obsoleta.

*

La Novena de Beethoven (1824): *extended mix* que prohíben bailar lxs puritanxs de siempre.

*

¿Cómo comenzó nuestra “adicción” al *pop*? ¿En las fiestas que cerraban las calles sin permiso con la música a todo volumen, aunque hubiera quejas vecinales y rondines policíacos? ¿Quizá durante los ensayos maratónicos para memorizar las coreografías de nuestros ídolos? ¿Recordamos el refugio que nos ofreció aquel *hit* del *TVyNovelas* contra la intransigente rutina laboral o durante las interminables travesías ciudadanas? ¡Ah, el glorioso placer liberador al escuchar esa famosa canción que a todo volumen evapora nuestra voz en la regadera!

*

El acelerado desarrollo del audio digital se dirige ansioso hacia sonidos prístinos de una “calidad más alta”, una que borrar quirúrgicamente cualquier mínimo ruido anómalo que se oponga a las calculadas melodías de “Nuestro Progreso”: fantasía perversa que siempre está aquí a la vuelta y a la que vamos *Pasito a pasito/ Suave suavecito* (Luis Fonsi & Daddy Yankee, “Despacito”, 2017). Ilusión en la que jamás viviremos, pero que con sutil publicidad nos matará de envidia.

*

¿Qué aventuras de niñez y juventud guardas en tus *playlists*? Las melodías más divertidas son las primeras que nos prohíben cantar quienes ayer se desbordaban en *after-parties* y hoy claman “¡Viva la familia!”. Hay otros que ya hasta *perrean* al ritmo de alguna congregación eclesial o evangélica de “caderas sueltas” que “Así/ sin tantita pena” (Alejandro Fernández, “Sin tantita pena”, 2001), cobran más cara la misa que no se empalme con el gran final de la telenovela con mayor *rating* en la historia.

*

¿Cuántos *greatest hits* de países “en vías de desarrollo” cantamos hasta el éxtasis?

*

Desconocemos la dosis letal del *pop* y de sus sonidos para *pegar* y ser el *hitazo*: golpecitos “adictivos” que dejen huella gra-

cias a una repetición incontrolable. Ráfagas que nunca nos sacian y de las que exigimos novedad tras novedad, cuesten lo que cuesten.

*

¿Te vienen a la memoria ídolxs que promuevan las producciones musicales de nosotrxs sus *fans* o que al menos nos etiqueten en sus redes sociales? Ah, pero durante el concierto dicen que somos nosotrxs, siempre el mejor y más cálido público, a quienes aman más que a nada en el mundo. No tanto como sus *mánagers* y productores de *moral intachable* lxs aman a ellxs, exprimiéndolxs en apariciones interminables hasta que de estas naranjas agridulces sólo quede un triste bagazo de fama, abusos y llana explotación: “My loneliness/ is killing me” (Britney Spears, “Baby One More Time”, 1999).

*

¿El *pop* dicta ánimos? Después de la crisis de 1929, el *hit* “internacional” número uno fue *Happy Days Are Here Again* de Ben Selvin & The Crooners. Mientras Cuba firmaba con candela la Declaración de Viña del Mar en 1998, Celia Cruz cantaba: “Ay, no hay que llorar/ que la vida es un carnaval/ y es más bello vivir soñando”. En 2022, entre millones de contagios diarios por covid-19, los siempre fieles organismos benefactores anunciaban que ya habíamos superado la pandemia como eco al fustigante deseo corporativo, mientras el *hit* número uno es para el *XT4S1S* “antipatriarcal” de Danna Paola: “Vibra deliciosa/ pasando la nota/ de boca en boca”. Y en *Provenza*, con ternura, Karol G nos canta: “¿Qué malo puede pasar?/ ¿Que nos vaya mal?/ Estoy afuera, sal/ Tenemos cosas pendiente’ por repasar/ Tú ere’ un polvito difícil de reemplazar”. No hay suspicacias, sólo curiosas coincidencias.

*

El *pop* demanda insaciables fracciones de nuestra vida.

*

¿Cómo olvidar el hambre que reprimimos con tal de parecer-nos a esos cuerpos inalcanzables que nos muestran con todo detalle en revistas, series, películas y contenidos *trendy*? ¿Recuerdas la tortura de aquellas ortodoncias y ortopedias obligatorias con tal de no padecer el escarnio social que implica una dentadura o una pierna chueca? ¿Con qué otros correctivos “saludables” nos endeudamos, pero eso sí, imaginando lo *sexys* que nos vamos a sentir con abdomen plano y piel espléndida? ¿Qué inhóspito rincón de nuestro deseo obliga a las divas a enrubiar, rejuvenecer y enflacar eternamente? ¿Por qué los cuerpos que nos condena a idolatrar el *pop* nos parecen más deseables que los nuestros?

*

La hiperrealidad tecnológica del naciente siglo XXI no programará ninguna inteligencia artificial impresionante para reducir la miseria globalizada, pero lo dará todo con tal de reprimir nuestro *streaming* HD en las redes sociales “libres y gratuitas”.

*

¿Por qué los Compositores de la música “nueva” se emperran tanto cuando escuchan en el *pop* aquellos sonidos que les hubiera encantado inventar? ¿Y en tal conciencia innovadora, y antes de que las olas feministas más rancias los alcanzaran, qué sabíamos sobre las “maestras” de la música “contemporánea” o las “madres” de la producción musical? Tanto como la heterogeneidad de *Los 40 Principales*.

*

Exitoso *pop* revestido de conservadurismo: aliado íntimo de un presente jactancioso con presunta libertad ilimitada.

*

Lo mucho que nos ha ayudado el *pop* para no matarnos gracias a esa canción que nos sedujo con bailes excitantes o con minuciosos montajes musicales que nos ponen la piel *chinita*. Usamos prendas y objetos similares a los de nuestros divxs para sentir protección, y nos preguntamos qué harían o sen-

tirían ellxs si pasaran por todo esto que vivimos. Aquel cobijo del *pop* durante los encuentros amargos y los dulces, amplificadas por bocinas cuya calidad es lo de menos, siempre y cuando se entienda claramente la letra, un breve consuelo que nos abstrae de la tediosa brutalidad presente.

*

¿Conducir las melodías de lxs simples mortales hacia el salón de la fama de los democráticos *Grammy*? Tal vez eso jamás suceda, o quién sabe, en alguna vuelta de tuerca de nuestro relato común quizá otras canciones arropen los momentos significativos de nuestro andar por el mundo, con la misma o aun mayor intensidad que las imposiciones de la industria: la revancha de los *smallest hits*.

*

Para cantar *a cappella* la tonada de aquel “Pueblito que llevo/muy dentro del corazón” (Rigo Tovar y Conjunto Costa Azul, “Matamoros querido”, 1972), me despojo de la viscosa vergüenza de todo lo que han hecho “por mi bien”.

*

Al artista aclamado “mundialmente” por la crítica musical especializada y que coloca ocho *hits* en el *Top Ten* de un álbum que lxs *fans* todavía ni escuchan, lo venden también como el cantante más arriesgado y políticamente disruptivo de todos los tiempos; hasta le organizan seminarios no gratuitos que remezclen un *Cachún-cachún-ra-ra* (José Luis Rodríguez, “Pallilo”, 1940) con *Neverita* (Bad Bunny, 2022). Aquellas canciones suenan durante meses en los que nuestro artista incluso delira ser *queer*, aunque más bien refuerce el *No te metas con mi cucú* (Sonora Dinamita, 1988), tan claro en sus letras y videos siempre higienizados de cualquier referencia a vergas *perreando* con vergas.

*

En 1983, a la par de las paranoicas *Star Wars* de Ronald Reagan, *Divine* cantaba *Shake It Up!* —menear con prisa todo, o

provocar cambios radicales en la organización de un sistema—. Al parecer, no se llega a la cúpula del *Billboard Hot 100* si en tu *videoclip* derribas los pilares de utilería de nuestra alucinación civilizatoria.

*

Karaoke: orquesta vacía montada por todxs y en la que lxs tímidxs son más conmovedorxs y virtuosxs que la estrella *pop* a la que imitan. Actuaciones estremecedoras que acompañamos a coro y lágrima en aquellas canciones que aligeran nuestra autocensura y por las que sobregiramos la tarjeta de crédito con tal de obtener un *ticket* para un concierto de *playback* y pantallas. Volvamos al *karaoke* aderezado con exclamaciones de venganza o pirotecnias de amor y engaño, mientras que un montón de cuerpos que apenas se conocen, sobre un mismo micrófono gritan con todo y pandemias invencibles.

*

Lxs vagabundxs invocan al sol, la luna y a las estrellas con un extático recital *pop* cada madrugada impredecible, aunque no los escuchemos ni les regalemos siquiera un sincero aplauso.

*

Hasta el más hombre se diluye en llanto y baile entre estrobos multicolores y coros llenos de *azúcar amargo* (Fey, 1996): quien esté libre de *pop*, que arroje la primera piedra.

Parpadea, dame esperanza, centellea luciérnaga, lampíríde que este laberinto que me he em- pecinado por andar, requiere de tu brillo continuar, continuar. MUZY EGUIZA: “Sin orden de sa- lida”, 2022	Y en esta historia no existe el tiempo porque en tus brazos reinventé el universo. Al fin entiendo que el pasado y el futuro sólo existen hoy BELANOVA: “Tus ojos”, 2003
--	---

REFERENCIAS

Compartimos un conjunto de materiales que nos ayudaron a generar estas ideas. Quizá puedas revisarlas y crear las tuyas.

TEXTOS

- Anzaldúa, Gloria. “La prieta”. 1989. Traducido y editado por Ana Castillo y Norma Alarcón, *Debate Feminista*, vol. 24, 2001. [doi.org/https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2001.24.662](https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2001.24.662).
- Artaud, Antonin. *Páginas escogidas*. Traducido por Sara Irwin y Mirta Rosenberg, Need, 1997.
- Attali, Jacques. *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*, 1977. Traducido por Ana María Palos, Siglo XXI Editores, 2011.
- Byrne, David. *Cómo funciona la música*. Traducido por Marc Viaplana, 2012. Sexto Piso, 2014.
- Cage, John. *Del lunes en un año*. Traducido por Isabel Fraire, 1969. Alias, 2018.
- Castrejón, Nora y Fabián Ávila Elizalde. “¿Un arte sonoro menor? *Dosis de escucha* (2018) y *El aula de los ruidos* (2019)”. *Border-Listening/ Escucha-Liminal*, vol. 2, 2021. <https://www.contingentsounds.com/border-listening-escucha-liminal-vol-1-2020/border-listening-escucha-liminal-vol-2/un-arte-sonoro-menor-dosis-de-escucha-2018-y-el-aula-de-los-ruidos-2019/>.
- DeLaurenti, Christopher. “Una historia secreta de la fonografía”. Traducido por *Neural Xólotl*, 2008-12, *Laboratorio de Música Libre*, 2016. [laboratoriodemusicalibre.wordpress.com/2016/09/10/una-historia-secreta-de-la-fonografia-20082012-po r-christopher-delaurenti/](http://laboratoriodemusicalibre.wordpress.com/2016/09/10/una-historia-secreta-de-la-fonografia-20082012-po-r-christopher-delaurenti/).

- Deleuze, Gilles y Félix Guattari. *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Traducido por José Vázquez Pérez y Umbelina Larraceleta, 1980. Pre-Textos, 2015.
- Deleuze, Gilles y Félix Guattari. *Kafka. Por una literatura menor*. Traducido por Jorge Aguilar Mora, 1975. Era, 2008.
- Deligny, Fernand. *Semilla de crápula. Consejos para los educadores que quieran cultivarla*. Traducido por Sebastián Puente, 1945. Cactus, 2017.
- Domínguez Ruiz, Ana Lidia M. “El oído: un sentido, múltiples escuchas. Presentación del dossier *Modos de escucha*”. *El oído pensante*, vol. 7, núm. 2, 2019, revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/oidopensante/article/view/7562.
- Eguiza, Muzy. *Sin orden de salida*. Estudio Marsala, 2022.
- Foucault, Michel. “Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber”. Traducido por Ulises Guiñazú, 1976, *Instituto Coahuilense de las Mujeres*, 2020, www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/681-4.pdf.
- Foucault, Michel. *Vigilar y castigar*. Traducido por Aurelio Garzón del Camino, 2a. ed., 1975. Siglo XXI Editores, 2019.
- Galván, Guadalupe. *Sólo la música*. Proyecto Literal, 2012.
- Grant, Sydney. “The Black History of House Music”. *EDM Identity*, 2020. edmidentity.com/2020/06/19/black-history-of-house-music/.
- Guasch, Óscar. (2000). *La crisis de la heterosexualidad*. Libro digital, 2a. ed., 2000, Laertes, 2007. kolectivoporoto.cl/wp-content/uploads/2015/10/Guash-Oscar-La-crisis-de-la-hetero-sexualidad.pdf.
- Hocquenghem, Guy. *El deseo homosexual (Terror anal, epílogo de B. Preciado)*. Traducido por Geoffroy Huard de la Marre, 1972. Melusina, 2009.
- Laks, Simon. *Música en Auschwitz*. Traducido por Enrique G de la G. 1948. 2a. ed., Herder, 2018.

- Larson Guerra, Samuel. *Pensar el sonido. Una introducción a la teoría y práctica del lenguaje sonoro cinematográfico*, 2010. Universidad Nacional Autónoma de México, 2015.
- Le Guin, Ursula K. “La Teoría de la Alforja de la ficción (The Carrier Bag Theory of Fiction)”. Traducido por Nora Castrejón, Fabián Ávila Elizalde y DeepL, 1986. *Armstrong Liberado*, 2023, armstrongliberado.wordpress.com/2023/01/10/la-teoria-de-la-alforja-de-la-ficcion-the-carrier-bag-theory-of-fiction/
- Lemebel, Pedro. *Loco afán. Crónicas de sidario*. 1996, Seix Barral/Planeta, 2021.
- López-Cano, Rubén. *Música dispersa. Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital*. Musikeon Books, 2018.
- Lorde, Audre. *Las herramientas del amo nunca desmontarán la casa del amo*. Traducido por María Corniero y revisado por Alba V. Lasheras y Miren Elordui Cadiz, 1979. *Sentipensares Fem*, 2016. sentipensaresfem.wordpress.com/2016/12/03/haal/.
- Monsiváis, Carlos. “De las variedades de la experiencia homoerótica”. *Debate Feminista*, vol. 35, 2007. debatefeminista.cieg.unam.mx/df_ojs/index.php/debate_feminista/article/view/1332/1174.
- Monsiváis, Carlos. *Que se abra esa puerta. Crónicas y ensayos sobre la diversidad sexual*, 2010. Fondo de Cultura Económica, 2020.
- Oliveros, Pauline. “Quantum Listening”. 1999, *Amazon Aws*. s3.amazonaws.com/arena-attachments/736945/19af465bc3fcf3c8d5249713cd586b28.pdf.
- Pessoa, Fernando. *Galaxia de un hombre solo. Verso, prosa y miscelánea*. Traducido por Rafael Toriz. Universidad Veracruzana, 2019.
- “Pop music”. *Wikipedia*. 2023. en.wikipedia.org/wiki/Pop_music.

- “Popular Music”. *Britannica*. 2023. www.britannica.com/art/popular-music.
- Quignard, Pascal. *El odio a la música*. Traducido por Margarita Martínez, 1996. El cuenco de plata, 2012.
- Rivera Escamilla, Guillermo y Fabián Ávila Elizalde. “Rituales sonoros y libre improvisación alrededor del ligue-sexual-ocasional: ‘Del fino arte de la escucha y la atención a los silencios’”. *Brújula: Revista interdisciplinaria sobre estudios latinoamericanos*, vol. XIV, 2022. brujula.ucdavis.edu/sites/g/files/dgvnsk13236/files/inline-files/8_avila_rivera_-_rituales_sonoros_y_libre_impr_ovisacio%CC%81n_0.pdf.
- “Shake it up!”. *Free Dictionary*, 2023. idioms.thefreedictionary.com/Shake+it+up!.
- Silvestri, Leonor. *Primavera con Monique Wittig. El devenir lesbiano con el dildo en la mano de Spinoza transfeminista*. Queen Ludd, 2021.
- Small, Christopher. “El Musicar: un ritual en el espacio social”. *Trans. Revista transcultural de música*, vol. 4, 1999. www.sibetrans.com/trans/article/252/el-musicar-un-ritual-en-el-espacio-social.
- Spinoza, Baruch. *Ética demostrada según el orden geométrico/ Tratado Teológico-Político*. Traducido por Manuel Machado/ Julián de Vargas & Antonio Zozaya, 1677. Porrúa, 2022.
- Sterne, Jonathan. *The Audible Past. Cultural Origins of Sound Reproduction*. Duke University Press, 2003.
- Szyborska, Wislawa. *Y hasta aquí*. Traducido por Abel Murcia y Gerardo Beltrán, Versus/ Posdata, 2012.
- Tiqqun. *Primeros materiales para una teoría de la jovencita*. 2013. <https://tiqqunim.blogspot.com/2013/11/jovencita.html>.
- Toole, Floyd E. *Sound Reproduction. Loudspeakers and Rooms*. Focal Press, 2008.
- Valle-Inclán, Ramón del. *La lámpara maravillosa. Ejercicios espirituales*, 1922. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes,

2017: www.cervantesvirtual.com/obra/la-lampara-maravillosa-ejercicios-espirituales-876520/

VIDEOS

Donna Haraway: Cuentos para la supervivencia terrenal. Dirigida por Fabrizio Terranova, Icarus Films, 2016.

Feldman, Sarah. “Wendy Carlos | Women in Electronic Music”. *YouTube*, subido por Sounds Good, enero 20 de 2021, youtu.be/wIq_WR8cl1E

Hija de Perra. “Ofensivo margen sexual en una raza sospechosa”. *Vimeo*, subido por Edwin Oryace, diciembre 2 de 2010, vimeo.com/17407674

Lemebel, Pedro. “Crónicas de Pedro Lemebel en Radio Tierra”. *YouTube*, subido por Radio Tierra, febrero de 2016, youtube.com/playlist?list=PLCd49_bohn_5gNVK7k_vLEPQliXRMIVRQ

Neely, Adam. “*The Girl from Ipanema* is a Far Weirder Song than you Thought”. *YouTube*, subido por Adam Neely, julio 15 de 2020, youtu.be/OFWCbGzxfU

Preciado, Paul B. “¿La muerte de la clínica?”. *YouTube*, subido por Euskadi, abril 7 de 2013, youtu.be/4aRrZZbFmBs

Salas, Becka. “*Queerbaiting*: el peor enemigo de la representación LGBT”. *YouTube*, subido por Becka Salas, marzo 15 de 2020, youtu.be/plP2C8KKEx8

Silvestri, Leonor. “Clases por Zoom”. *YouTube*, subido por Haciendo Amigues con Leonor, 2020, youtube.com/playlist?list=PLw4Z_i7KK58NNbN515B9neVyOH9PvTq_f

CANCIONES

Alejandro Fernández. “Sin tantita pena”. Escrita por Fernando Ribba y Kiko Campos, producida por Kiko Campos,

- Pedro Ramírez y Alejandro Fernández, *Orígenes*, Sony Music, 2001.
- Bad Bunny. “Neverita”. Escrita por Benito Ramírez, producida por Tainy, La Paciencia y Cheo Legendary, *Un verano sin ti*, Rimac Entertainment, 2022.
- Beethoven, Ludwig van. “Sinfonía No. 9 en Re menor, op. 125, ‘Coral’”. Viena, 1824.
- Belanova. “Tus ojos”. Escrita y producida por Denisse Guerrero, Edgar Huerta, Ricardo Arreola y Alex “Midi” Ortega, *Cocktail*, Universal Music México, 2003.
- Ben Selvin & The Crooners. “Happy Days Are Here Again”. Escrita por Milton Ager y Jack Yellen, Columbia Records, 1929.
- Britney Spears. “Baby One More Time”. Escrita y producida por Max Martin y Rami, ... *Baby One More Time*, Jive, 1999.
- Celia Cruz. “La vida es un carnaval”. Escrita por Víctor Daniel, producida por Isidro Infante, *Mi vida es cantar*, RMM Records & Video, 1998.
- Danna Paola. “XT4S1S”. Escrita y producida por Danna Paola y Alex Hoyer, Universal Music, 2022.
- Divine. “Shake It Up!”. Escrita y producida por Bobby Orlando, Break Records, 1983.
- Dulce. “Déjame volver contigo”. Escrita y producida por Rafael Pérez Botija, *Heridas*, Melody Internacional, 1982.
- Fandango. “Autos, moda y rock and roll”. Escrita y producida por José Ramón Flórez, Loris Ceroni y Miguel Blasco, *Autos moda y rock and roll*, EMI, 1987.
- Fey. “Azúcar amargo”. Escrita por Mario Ablanedo y David Boradoni, producida por José Ramón Flórez, *Tierna la noche*, Sony Music, 1996.
- Gloria Trevi. “Pelo suelto”. Escrita por Mary Morín, producida por Sergio Andrade, *Tu ángel de la guarda*, BMG Ariola/ Sony Music/ RCA Records, 1991.

- “Goya”. Escrita por José Luis Rodríguez, “Palillo”, México, 1940.
- Karol G. “Provenza”. Escrita por Carolina Giraldo, Daniel Echavarría y Kevin Cruz, producida por Ovy On The Drums, Universal Music Latin Entertainment, 2022.
- “La Guadalupana”. Escrita por Manuel Esperón y Ernesto Cortázar, México.
- Lalo Rodríguez. “Ven, devórame otra vez”. Escrita por Palmer Hernández, *Un nuevo despertar*, Rodven Records, 1988.
- Luis Fonsi y Daddy Yankee. “Despacito”. Escrita por Erika Ender, Luis Fonsi y Daddy Yankee, producida por Mauricio Rengifo y Andrés Torres, Universal Music Latin Entertainment, 2017.
- Rigo Tovar y Conjunto Costa Azul. “Matamoros querido”. Escrita por Rigo Tovar, *Matamoros Querido*, Melody, 1972.
- Sonora Dinamita. “Mi cucú”. Escrita por Rockin’ Sidney, *Mi cucú*, Discos Fuentes, 1988.

Tengo el cuerpo muy mal/pero una gran vida social.
Representaciones, pop, música y mercado

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Azcapotzalco

División de Ciencias Sociales y Humanidades
Coordinación de Difusión y Publicaciones

Impresión offset, en papel cultural de 90 g, 209 páginas.

Portada en cartulina sulfatada una cara de 12 pts.

Medida final 13.5 x 21, encuadernación rústica cosida.

Cuidado de la edición, diseño, impresión y acabados:

SM, Servicios Gráficos

José Sánchez Trujillo núm. 69

Col. San Álvaro, C.P. 02090

Azcapotzalco, CMDX

La edición consta de 200 ejemplares

Mayo 2025