

El enigma de la cumbia plancha.
¿Cultura de masas o Afirmación de identidad?

Jenny Segovia
Estudiante Lic. En Sociología
yurizca@yahoo.es

En el marco del taller central “Sociología de la Cultura” 2005-2007 me propuse estudiar la cultura popular, más específicamente el ámbito de la música tropical, tomando como recorte analítico las bandas de “cumbia plancha”. Este tipo de cumbia surge en Montevideo en el transcurso del 2004 y aparece como un derivado de la cumbia villera argentina manteniendo distancia con respecto a sus pares musicales (léase “cumbieros”) uruguayos, tanto de los emergentes “tropical pop” así como de la “vieja” música tropical. Los grupos de cumbia plancha son visualizados como “el lado oscuro de la juventud”, pues según el sentido común en sus letras se hace apología del delito, se fomenta el consumo de pasta base y se entiende que la violencia es uno de los ejes de su repertorio. El discurso hegemónico junto con algunas elites educadas, no son muy optimistas con respecto al ascenso vertiginoso de este tipo de grupos. Los estudios “académicos” sobre este fenómeno brillan por su ausencia y la sociología no escapa a esto. Esta suma de factores me motivaron a elegir este tema de investigación. La puesta en escena de las bandas de cumbia “plancha” los presenta como referentes de la clase baja pero también encuentran aceptación en los adolescentes de la clase media / alta. Esto los coloca a mi entender en la frontera entre la “formación de identidad plancha” entendida como modelo de conducta deseable para sus otros significantes; y lo que podríamos definir como “industria cultural”.

La cultura es un objeto de reflexión único y diverso que interpela a quienes intentan captar la complejidad de lo evidente. Tiene múltiples acepciones según la disciplina y en el interior de cada una de estas varía según la corriente o paradigma que se abraza del concepto de cultura para al fin realizar algún tipo de análisis. Pero no solo las ciencias humanas toman la palabra cultura y le imprimen un significado según el caso, también el sentido común, la vida cotidiana y los medios de comunicación nos presentan de tanto en tanto una nueva controversia en relación al concepto de cultura. El termino cultura viene del latín y significa “cultivar”. Este se relaciona con el termino “civilización” y de esta forma con el concepto de educación (educado) diferenciándose de la barbarie.

El antropólogo **C. Geertz** nos plantea que la cultura es un contexto dentro del cual los sujetos pueden entender lo que se esta comunicando y así interpretar un gesto, una mirada, un guiño y de esta forma saber que palabras o gestos se pueden utilizar y cuales no. Por esto la cultura es una trama de signos que permite a los individuos que la comparten, atribuir un significado a sus prácticas y a las de

los demás. Decir que la cultura es un contexto implica entender que existen tantas culturas como sociedades, y de esta manera se llega a la idea de que definir la cultura es interpretar la diversidad de acciones que realizan los seres humanos. Siempre que busquemos analizar un fenómeno cultural y por tanto asignarle un significado debemos tener en cuenta que depende del contexto y que este no es aislable.

En el caso de las bandas planchas para poder otorgarle un significado a los actos que realizan debemos tener presente el contexto, no es lo mismo interactuar con ellos en un café durante una entrevista que ir a hacer observación a un boliche o a la sala de ensayo. Pero además de esto, si seguimos el análisis de Geertz, debemos entender que la cumbia plancha es una cultura más entre las demás. Lo que los define como cultura es justamente esa trama de significados que manejan en su contexto, como por ejemplo la forma de bailar bien característica que los diferencia absolutamente de cualquier otra modalidad de música tropical. Sus jergas, gestos y también la vestimenta que utilizan.

Los conceptos que aporta la antropología trae sobre la mesa el viejo debate de si es posible estudiar culturas ajenas a la nuestra y el tema de los valores y la falsa neutralidad. Entender la cumbia plancha como cultura me permite realizar este estudio sin prejuzgar como negativas o legítimas las prácticas planchas. Tener presente que los cumbieros planchas y yo pertenecemos a culturas distintas dentro de una misma sociedad tiene la ventaja de permitir marcar los "contextos" de interacción sin traspasar significaciones ni adjudicar las mías al fenómeno, sino intentar abordar la complejidad de interpretar los significados que las bandas le atribuyen a su propia interacción. Esto implica la tensión de querer acercarme a la interpretación que le adjudican los planchas a su interacción y a su vez avanzar en el conocimiento de este fenómeno.

Por otro lado **Simmel** plantea la idea de que la cultura se encuentra en medio del dualismo que se expresa entre el alma subjetiva y el producto espiritual objetivo. En otras palabras la lucha es entre la cultura subjetiva y la cultura objetiva (que se materializa en instituciones, estructuras, técnicas y tradiciones), entre la vida social y la forma. La vida social solo puede expresarse a través de la forma y a su vez esta última, constriñe la vida impidiendo la libertad absoluta. Lo objetivo una vez instituido, debe entenderse como instancia limitadora y habilitante a la vez. Limita el desarrollo absoluto de lo subjetivo y entonces en el intento de superar esta restricción, aparecen nuevas formas y así se produce una fuerza de renovación constante de la cultura. Para Simmel la modernidad se presenta como una lucha de contrarios entre el mundo objetivo donde el alma subjetiva se encuentra con mayores dificultades para expresarse. Las necesidades culturales del hombre moderno, tienen su origen en esta trágica discrepancia entre la sustancia cultural objetiva y la cultura de los sujetos, que lleva a que se vean extraños frente a esta última. El hombre está cultivado cuando los bienes objetivos

de tipo espiritual o externo, pasan a formar parte de su personalidad, de tal modo que le permiten progresar por encima de la medida natural alcanzable puramente por sí mismo (Simmel, 1986:130).

Volviendo al tema de la cumbia plancha, tomando el análisis simmeliano de la cultura, la pregunta que guía el estudio se encontraría en la “tragedia de la cultura”. El fenómeno de la cumbia plancha como industria cultural se plasmaría en el mundo objetivo, institucionalizado, mientras que por otro lado, si podemos hablar de este fenómeno como proceso identitario, este se encontraría dentro de la cultura subjetiva. Debemos recordar que Simmel nos advierte que el hecho cultural liga el desarrollo de cada una de estas partes (objetiva y subjetiva) presuponiendo la adaptación recíproca de ambas.

La cultura objetiva se materializa en instituciones que abarcan tradiciones, esto significa que los productos creados espiritualmente contienen en el interior de su significación una cuota que nosotros no hemos creado, lo que supone que la realización final entraña en su existencia objetiva formaciones que el creador no sabía que serían su resultado. Esto se puede entender de la siguiente manera: vamos a partir de que la cumbia plancha es un fenómeno identitario de las clases bajas, populares, subalternas (o como se las prefiera llamar), que se manifiesta como la música de los excluidos y olvidados. Los canciones narran las historias de los “pobres” sin metáforas, el “ahora les toca a los planchas”¹. Esto estaría contemplando, por un lado las actividades de la cultura popular, enraizadas en sus tradiciones, si entendemos que de una forma u otra la cumbia plancha tiene una de sus influencias en la cumbia “clásica” que de otra manera narraba también las historias de los pobres. Por otro lado, el consumo de esta música por parte de otros grupos sociales (clase media y media alta) ha generado una mercantilización de estas historias, entonces la objetivación de la cumbia plancha estaría representada de doble manera, por un lado por las tradiciones cumbieras y por el otro por el consumo de grupos otrora no-cumbieros.

La contradicción que supone el fenómeno de las bandas de cumbia plancha nos inscribe en una nueva dialéctica de la distinción. Parecería que las diferencias entre la cultura legítima y del buen gusto con la llamada “cultura popular” se pudieran atenuar gracias a que el entretenimiento fue incluido dentro de la definición de “cultura”. La dicotomía culto / popular se presenta como una relación de dominación donde el primer elemento (culto) juega el rol de sujeto que define y el segundo (popular) el de objeto de la definición. De esta forma la alta cultura es la que domina mientras la cultura popular se encuentra en el lugar contrario. En este sentido es necesario situar un espacio de circulación simbólica que se encuentre polarizado por la relación de dominación, en tanto una cultura dominante no se define primordialmente por aquello a lo que renuncia, mientras que los dominados siempre tienen algo que ver con lo que los dominantes le niegan – aunque respondan con la

¹ “Como la voy a gozar” canción de “La plebe”, cumbia plancha uruguaya

resignación, la negación, la contestación o la imitación (Passeron en **Passeron y Grignon**, 1978/92; 71). Siguiendo esta línea, la asimetría de los intercambios simbólicos se expresa claramente en el privilegio de simetría del que disponen los dominantes, que pueden proveerse del sentimiento de dignidad de sus prácticas, descalificando las de los dominados, que en el mejor de los casos son analizadas con la intención de rehabilitación paternalista o son vistas como divertidas por su “extravagancia”. En esta perspectiva subyace una visión etnocéntrica de clase, que se presenta como posible respuesta a la alteridad cultural. Es necesario abordar dos rupturas para superar esta concepción de la cultura popular; por un lado se encuentra el relativismo cultural y por el otro la teoría de la legitimidad cultural.

En el primer caso, las culturas deberían ser descritas y no jerarquizadas, o sea otorgar el derecho a que las culturas populares tengan su propio lenguaje o su propio sentido, intentando disminuir lo que de ellas se puede decir desde otros lenguajes o miradas con otros sentidos. La segunda ruptura, la de la teoría de la legitimidad cultural, plantea el análisis de las relaciones de fuerza y de las leyes de la desigual interacción de las culturas. De esta forma tenemos una doble aproximación teórica para el estudio de las expresiones culturales; el análisis culturalista y el análisis ideológico que se centra en el papel de las propiedades simbólicas en el funcionamiento de una estructura de dominación. En esta doble relación teórica encontramos que por un lado la visión ideológica desdeña el valor de la cultura popular al afirmar necesariamente la lógica de dominación, y por el otro lado la visión culturalista, aparta toda relación de dominación simbólica al reclamar la autonomía de toda expresión cultural.

Las salidas a este dilema son dos; la alternancia o la ambivalencia. En el primer caso (la alternancia) deberíamos acotar ámbitos de la realidad según convenga a nuestro modelo analítico. Esto implica que existen terrenos, interacciones, estratos y prácticas culturales populares sensibles a los indicadores de interiorización de la legitimidad cultural que reaccionan con muestras de auto desprecio, denegación de lo propio e imitación de patrones ajenos. La limitación de este enfoque reside en que nos encontramos invariablemente con prácticas y discursos que se dejan construir como fenómenos autónomos y en consecuencia indiferentes a la dominación “sufrida” que se puede entender tanto como actitud resignada o como una aceptación mimética de la misma (Passeron y Grignon, 1978/92; 84). La hipótesis de la ambivalencia es la que más se aproxima a la doble lectura – ideológica y cultural- del hecho cultural, ya que debemos percatarnos que es poco probable que un rasgo cultural nos diga todo tomando en cuenta solo uno de los dos esquemas conceptuales. La ambivalencia presenta la ventaja de que ambas aproximaciones se interpenetren ya que: “ es preciso lograr describir los servicios propios que la autonomía de las culturas dominadas presta al ejercicio de la dominación, servicio que tal autonomía únicamente puede prestar, en defensa propia, a través de una coherencia cultural cuya positividad vivida no se reduce nunca a la significación ideológica. Pero al mismo tiempo es preciso describir las condiciones impuestas por la dominación para el ejercicio de la coherencia cultural si se quiere entender dicha coherencia completamente” (Ibíd.: 87)

La lectura de Grignon y Passeron, me motivó a transitar por el camino de la hipótesis de la ambivalencia, o sea no caer en una descripción culturalista, es decir tomando las conductas de las bandas planchas como comportamientos estrictamente culturales, de indiferencia respecto a la política o caer en una descripción estrictamente ideológica postulando sus comportamientos como efectos funcionales de la dominación sufrida como la “resignación” o “aceptación”.

La industria cultural

Walter Benjamín en sus trabajos propone pensar lo no-pensado: el consumo de masas no como negación sino como experiencia y producción. Para ese autor el arte no progresa en un tiempo vacío sino que cambia ya que vive en una especie de estado de emergencia. La posibilidad de reproductividad técnica de las obras de arte trae como efecto la atrofia del aura de las mismas y por tanto la liquidación del valor de la tradición, pues la multiplicación de las reproducciones pone en el lugar de la presencia irrepetible del original, la presencia masiva de las copias, además este hecho le confiere actualidad a lo reproducido al permitirle salir desde su situación respectiva al encuentro de cada destinatario (Benjamín, 1936/94: 22-23). En definitiva se logra sustituir el valor cultural por el exhibitivo y de esta forma se modifica la relación de la masa para con el arte. El autor nos da el ejemplo del cine; el cine aventaja a la pintura pues puede ofrecer su objeto a una recepción simultánea y colectiva, pero además en la actitud del público del cine se genera una coincidencia entre el gusto por mirar y la actitud crítica. De esta forma la masa pasa de retrógrada frente a un Picasso a progresiva frente a un Chaplin (Ibíd.: 44). Para Benjamín el aura es la manifestación

irrepetible de una lejanía, por cercana que pueda estar (Ibíd.: 24), y lo lejano es por definición inaproximable. Pero con la reproductividad técnica a gran escala del arte, se logra que este se secularice y deje de ser lejano para acercarse a las masas, y lo que es más interesante para mi estudio, ser producido por estas.

La pérdida del aura llevara a cambios en la superestructura que por supuesto serán más lentos que los que se produzcan en la infraestructura. Volviendo al ejemplo del cine, el autor dice que “el cine no solo se caracteriza por la manera como el hombre se presenta ante el aparato, sino además por como con ayuda de este se representa el mundo en torno” (Ibíd. : 46), esto nos muestra que la reproductividad técnica del arte permite cambios en la percepción sensorial.

Theodor Adorno y Max Horkheimer. Para estos autores la cultura se presenta como un medio de control y manipulación de masas, ya que los fines y objetivos de los agentes de dominio están basados en una racionalidad instrumental. Diferencian cultura de masas de industria cultural. La cultura de masas tiene un fuerte carácter ideológico. En la mezcla entre la cultura popular y la cultura de masas estaba el caos y la anarquía, mientras que para estos autores, la industria cultural tiene una lógica para nada caótica sino que esta controlada, reglamentada, impuesta y estrictamente administrada racionalmente desde los círculos de poder económico y político. En este sentido no se trataría de una cultura surgida espontáneamente desde las masas sino dirigida desde el capitalismo y el mercado. De este razonamiento deriva la idea de industria cultural basada en una ilustración como engaño de masas. La crítica a la industria cultural parte justamente, de interpretarla como ideología de dominio y control a través de la manipulación y el engaño. Por ello la cultura marca todo con un rasgo de semejanza, el cine, la radio, la prensa, las revistas, forman todo un sistema que se encuentra en armonía.

El desarrollo técnico manifestado en el ritmo de acero, promueve la homogeneización en detrenimiento del aura. Adorno y Horkheimer afirman que toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, aquí radica la unidad visible entre macrocosmos y microcosmos que muestra a los hombres el modelo de su cultura, que no es otra cosa que la falsa identidad de lo universal y lo particular. Esta falsa identidad despliega una aparente planificación total de las actividades del hombre, pero lo hace perder su autonomía una vez que toma las riendas de tal planificación. Dicha identidad o armazón ya no es escondida por los dirigentes o dueños del capital sino que se reafirma y es más poderosa en tanto se vuelve más explícita. De esto surge que el cine y la radio ya no necesiten exponerse como arte (Adorno y Horkheimer, 1944/94: 166), sino más bien como un negocio que genera utilidad e incluso se definen a sí mismos como industria que crea productos con matices artísticos y que vende participando del mercado.

Más adelante los autores plantean la existencia de un catálogo expreso o implícito de lo prohibido y lo tolerado y esta sería la forma en que la industria cultural impone su propio lenguaje y vocabulario a través de las prohibiciones, entonces la rara capacidad de cumplir minuciosamente las exigencias del idioma de la naturalidad en todos los sectores de la industria cultural se convierte en la medida de la habilidad o competencia, y todo lo que se dice debe poder ser controlado en relación al lenguaje de la vida ordinaria (Ibíd.: 174).

Finalmente un planteo bien interesante para mi estudio es la idea de que el negocio de la industria cultural consiste en maquillar la cotidianidad de la que el sujeto se quiere escapar y ofrecerla como la vida maravillosa que todos, pero que pocos pueden tener, ya que la diversión promueve la resignación que se quisiera olvidar precisamente en ella (Ibíd.: 186).

Sobre la identidad. Erving Goffman Para este autor en la interacción social participan la conducta individual y la influencia de las estructuras simbólicas sociales, las interacciones entre los actores son formas de articular la dimensión individual con la colectiva. El individuo aprende mediante la socialización a construir un “sí mismo” que le permite manejarse dentro de la sociedad en la que vive en combinación con otros. La persona se familiariza con los roles de otros que le permiten construir la escena donde se desarrolla la interacción. Las relaciones entre los individuos son una puesta en escena en la que la persona trata consciente o inconscientemente de manipular la impresión que los demás reciben de ella. El individuo muestra en su vida cotidiana y corriente una máscara o fachada que sirve para la puesta en escena de acuerdo a una situación dada y con una personalidad que se forma a partir de pautas culturales propiamente locales y cerradas en torno a sus vivencias. La fachada tiene un carácter abstracto y general, se construye a partir de los signos oficiales, legitimados e idealizados de la cultura o establecimiento social. La puesta en escena puede ser individual o en equipo. El equipo es definido como un conjunto de individuos que en cooperación íntima permiten una definición proyectada de la situación, en relación con una interacción o una serie de interacciones en las cuales se mantiene la definición pertinente de la situación. Los integrantes del equipo se apoyarán mutuamente tanto mediante expresiones verbales como no verbales, que pueden ser intercambiables según las necesidades. Dado el caso en que algún miembro del equipo no siga las normas de “complicidad” puede llegar a ser eliminado, y es posible que se pase a un equipo rival. La dramatización de los actos se lleva a cabo dentro de un entorno físico que se denomina escenario, en el cual los actores llevarán a cabo la escena ante un auditorio que es el interlocutor al que hay que convencer. El auditorio juzga lo que observa y en el caso de que exista una incoherencia entre lo expresado verbalmente y las manifestaciones no verbales (gestos, miradas, etc.), el juicio puede ser negativo. En este esquema existe una colaboración implícita entre actores y auditorio y es de esta manera como se construyen las formas de convivencia en determinada cultura.

Los equipos para fijar su propia identidad necesitan de otros equipos que actúen como referencia. Esta referencia la puede indicar la diferente naturaleza del otro, relacionada a su diferente clase social o a pautas culturales distintas. Lo importante de esto es que la existencia del otro equipo justifica los procedimientos del primero y que un conjunto grande de actos no tendrían sentido si no hubiera un equipo rival al cual desestimar. A su vez cuando los miembros de un equipo tienen status y rangos formales distintos dentro de un establecimiento social, es probable que la dependencia mutua creada por la pertenencia a un mismo equipo pase por encima de las divisiones y grietas sociales o estructurales del establecimiento, y de este modo proporcionar una fuente de cohesión. Por otro lado, el autor nos aclara que si los miembros de un equipo deben cooperar para mantener una definición dada de la situación ante su auditorio, es muy difícil que puedan mantener esa impresión particular entre sí (Goffman, 1959/89:93).

En los equipos la definición de la situación se torna una tenue línea divisoria, ya que esta no es compatible de igual forma para todos los integrantes del equipo, a diferencia de cuando el individuo actúa en equipo unipersonal (Ibíd.:98).

Propuesta metodológica

Para realizar esta investigación el enfoque metodológico empleado fue de corte cualitativo. En líneas generales se puede afirmar que los métodos cualitativos parten del supuesto básico de que el mundo social es un mundo construido con significados y símbolos, lo que implica que a la hora de investigar debemos buscar esas construcciones y sus significados. Por ello las técnicas cualitativas buscan entrar en el proceso de construcción social, reconstruyendo los conceptos y acciones de la situación estudiada. Esto supone describir y comprender los medios a través de los cuales los sujetos se embarcan en acciones significativas y crean un mundo propio y de los demás (Ruiz Olabuénaga, 1999). La pertinencia de un abordaje cualitativo al problema de investigación planteado está dado por:

1- Aproximarse al universo simbólico de las bandas que quiero estudiar.

2- Tomando la propuesta de Ortí (1997) la posibilidad de aplicar un cuestionario de encuesta precodificado estaría colocando sesgos acerca de la construcción social y cultural que yo tengo acerca de lo que supone ser un plancha o tener una banda que se autodenomina "plancha". Este problema también se me puede presentar en una entrevista pero tengo la posibilidad de volver a formular la "pauta", volver a aplicar la entrevista en caso de detectar estos sesgos. Además – y esto relacionado al diseño propiamente dicho- este problema que me formule, así como las ideas que tengo "a priori" sobre esta cuestión están esperando ser corregidas, reformuladas y reconstruidas (para seguir una perspectiva interaccionista-simbólica) en caso de que mi proyecto de investigación lo requiera y el trabajo de campo me lo "exija".

Esbozo de un diseño cualitativo desde la temática elegida:

A- Tema: Cumbia plancha

B- Formulación del problema: El fenómeno de la cumbia plancha es un “producto” incorporado a la industria cultural o es un fenómeno que permite la afirmación de identidad.

C- Tipo de diseño: Para realizar esta investigación se utilizó un “diseño proyectado”. Siguiendo a Valles, este tipo de diseño suele caracterizarse por encontrarse más “atado” que un diseño de tipo “emergente”. Un diseño proyectado es muy útil cuando el tiempo que se dispone para realizar la investigación es corto, como en el caso de este estudio.

D- Decisiones muestrales:

Selección de contextos y casos: el análisis se acotó a Montevideo. Teniendo en cuenta que el fenómeno de la cumbia plancha se manifiesta principalmente en la capital del país.

Fecha: año 2005-2006. El criterio es capturar las interacciones en el mundo de lo simbólico de mi problema de investigación en el contexto actual.

Selección de estrategias de obtención de datos: se seleccionó la estrategia del estudio de caso. Se emplearon como técnicas de recolección de datos: análisis de contenido de las letras y observación participante de una de las bandas. Para familiarizarme con el contexto en los seis meses anteriores al trabajo de campo estuve mirando el programa de “Igual a Igual” conducido por Omar Gutiérrez en canal 4. En este programa los días sábados se realizan actuaciones en vivo de bandas de música tropical en general. De esta manera pude obtener un conocimiento de la distinta naturaleza de las bandas (diferenciar a una banda de cumbia plancha de una tropical pop, de una tropical clásica, de una villera argentina, etc.). Por otro lado también utilicé como estrategia, la escucha diaria de programas de género tropical uruguayo en la radio. Estos programas tenían la particularidad de ser en vivo y permitían que los oyentes llamaran para “salir al aire” e interactuaban entre sí (se formaban parejas, grupos de amigos, etc). Esto me permitió conocer el significado de algunas palabras que utilizaban así como también descifrar la resignificación que le asignaban a estas. Comencé mi trabajo de campo en el mes de diciembre de 2005.

Informe de análisis

El análisis de contenido tiene diversas aplicaciones que se relacionan con los objetivos que se propone el investigador. Al emplear esta técnica intentaba describir las características de la comunicación que se produce entre la banda y quienes los escuchan a través de las letras. El objetivo era averiguar que se dice, como se dice y para quien se dice. El análisis lo realicé en dos etapas: por un lado el análisis de contenido de las letras y por otro lado el análisis de las observaciones que surgieran del trabajo de campo.

Dentro de mi proyecto de investigación analicé las letras de dos bandas de cumbia plancha, a las que llamaré “A” y “B” para preservar la confidencialidad. La elección de las letras para el análisis esta dada en que considero que es a partir de ellas que los oyentes y los no oyentes se posicionan para referirse a lo que es ser un plancha como así también para manifestar su componente de producto asimilado a la industria cultural. Es decir que considero que las letras permiten desde fuera de la banda dar una

definición de lo que es ser un plancha para estas bandas. Uno de los objetivos era buscar la imagen o fachada que manifiestan las bandas a partir de las letras. La construcción de “un sí mismo” en términos de Goffman que les permite manejarse dentro de la sociedad en la que viven en combinación con otros. En definitiva se busca la puesta en escena según la cual las bandas de cumbia plancha tratan de manipular –consciente o inconscientemente- la impresión que los demás reciben de ellos. Para ello interactúan con el auditorio que es el interlocutor al que hay que convencer y por tanto es el que juzga la escena. En nuestro caso el auditorio es definido como todas las personas que escuchan las canciones sean planchas o no.

El análisis de las observaciones realizadas permite rastrear las posibles implicaciones del género con el fenómeno de la industria cultural. La interacción con la banda en momentos previos al show permiten acercarse a lo que (siguiendo a Goffman) sería la “trastienda”² y luego el observar el show permite visualizar el “escenario” donde se desarrolla la escena y donde se pone de manifiesto la fachada al auditorio.

Interpretación

Este trabajo se inició con una pregunta: ¿es la cumbia plancha afirmación de identidad o es un fenómeno incorporado a la industria cultural? Es difícil dar una respuesta única y absoluta.

Identidad

¿Qué es ser un plancha? La palabra plancha viene de la jerga carcelaria y hace referencia a la ficha de cada preso, esta ficha se llama “plancha”. Quien esta en la cárcel tiene una plancha, esta fichado y de ahí pasa a ser un plancha. Este término en su origen denotaba un “estigma”, ser un plancha es ser un delincuente, es la diferencia entre el que esta adentro y el que esta afuera. Las bandas estudiadas le dan otro significado: “el plancha” para ellos es el del estadio, donde “meter la plancha” es hacerse respetar, ponerle un parate al que esta de vivo.

¿Por qué surge la duda de si la cumbia plancha será afirmación de identidad? Si seguimos el análisis interaccionista simbólico de Goffman, plantear esta cuestión implica tener presente que las bandas de cumbia plancha son un grupo que actúa diferenciándose de otro. ¿Pero cual es ese otro grupo? ¿Cuál es el auditorio al que se dirigen?

La primera pregunta tiene múltiples respuestas. Las bandas planchas aparecen en contraposición de cualquier grupo musical “cultural” clásico o clasista para ser más preciso. Se diferencian de las

² Cuando planteo la posibilidad de observar la “trastienda” en absoluto considero que allí no se mantenga la fachada pero si considero que permite un análisis más detallado pudiendo verificar las modificaciones que tiene la misma.

modalidades diversas y fusionadas de canto popular (que poco o nada tiene y ha tenido de popular en el sentido de “masas”), también del rock en todas sus manifestaciones, pero también del candombe y en fin la lista podría ser infinita. Se diferencian también de la cumbia tradicional y dentro de las propias bandas de cumbia plancha se pueden encontrar elementos diferenciadores, categorías de pertenencia y exclusión.

En lo que refiere al auditorio no existe una especificación clara, pero es notorio que no son los “planchas” de los cantegriles sus seguidores, quienes más bien se adscriben a la cumbia villera. La cumbia plancha profundiza sobre el drama social y político del país actual. No retoma los clásicos problemas de la clase pobre que son recorridos por la música tropical tradicional (madres solteras, hombres abandonados, amor no correspondido, prostitución, menores infractores, etc.) sino que se para en un momento histórico específico elaborando una posición acerca de la realidad política.

La cumbia plancha afirma una identidad frente a una cultura elitista. Pero esa identidad no habla del plancha “chorro”, del de la “cárcel”, del ratero pichi que le roba a su vecino. El plancha en este subgénero es resignificado, la identidad aparece reeditando la diferencia entre ricos y pobres, entre cínicos e hipócritas. Es una oposición conflictiva: un “ellos” y un “nosotros” que se manifiesta en el recorrido de una disputa social que narra la historia de la última crisis socio-económica del Uruguay.

El plancha al que alude este género es al que le pone un freno a la discriminación, el que se enfrenta a los círculos de poder, a los políticos hipócritas, sin salir a robar sino desde su lugar, desde la pobreza “digna”, del que trabaja y aunque no le alcanza el dinero no sale a robar.

Esa identidad no pretende conformar un pacto musical e identitario, sino afirmarse positivamente constituyendo una identidad que se opone a la desigualdad en el acceso a bienes materiales y culturales. La cumbia plancha aporta a la resignificación de la estigmatización realizada por la cultura hegemónica, el nombre “plancha” llama la atención de los “otros”, ese estigma que genera miedo, es una bandera de respeto, es el “ahora les toca a los planchas”.

El plancha se futboliza dotándose de una jerarquía, de un espacio simbólico e imaginario desde donde defender a los más pobres, es una cultura emergente y frágil al mismo tiempo. Emergente por que se promueve y saca a escena lo invisible, desnaturaliza al plancha, muestra la heterogeneidad de esa cultura (el de la cárcel, el del estadio, el que limpia parabrisas) y frágil por que es excluido, discriminado y engañado por los políticos y demás círculos de poder.

La cumbia plancha retoma un acervo de palabras comunes e identificatorias que componen un universo de sentido, metáforas duras, que son rearticuladas marcando presencia: arruinado, más firme, tkb (te cabe, haciendo referencia a “entrar” en el sentido de comprender, de estar inserto en esa

movida), sabelo (entendelo, que te quede claro). Son metáforas que inducen a tomar partido, que buscan un ámbito de comunicación en esa cultura que sature el resquebrajamiento del vínculo social. En sus letras no se encuentran componentes que promuevan el consumo de pasta base, ni apología del delito, ni santificación del delincuente. Con lo anterior no niego que aparezcan alusiones referidas al consumo de drogas, alcohol, a cierta rebeldía hacia la policía pero estas referencias también aparecen en otros géneros. Parecería ser que el problema no es lo que dicen ni como lo dicen, el problema es que lo dicen ellos, por que cuando otros géneros como el tango, el rock o el jazz lo plantean no es sinónimo de alerta para la sociedad incluida.

En cualquier cultura hay más de un significado acerca de las personas, objetos y sucesos. Estos significados luchan entre sí para volverse hegemónicos. La cultura implica sentimientos que se vinculan con la identidad y que permean los significados que le otorgamos a las cosas y a las personas. Esto nos permite distinguir entre los que están dentro y los que están fuera. Para los que están dentro ciertas “desviaciones” le son permitidas y hasta justificadas. Consumir drogas puede interpretarse como válvula de escape, insultar a la policía como signo de valentía, etc. pero la cosa cambia cuando se trata del que está fuera, del otro, del diferente. En el caso de las bandas de cumbia plancha se puede verificar que nada o poco tiene que ver con la pasta base, con robos, con el abuso sexual, con asesinar policías, etc. al menos no es eso de lo que hablan las letras.

Los estereotipos son representaciones incompletas o falsas propias del sentido común y están relacionados con la ideología de cada grupo social. La existencia de estereotipos permite a los individuos de las distintas sociedades identificarse con cierto grupo y diferenciarse de otros. El estereotipo es un factor de tensión y disenso en las relaciones entre distintas culturas, esta basado en el prejuicio y por tanto es arbitrario, parcial y subjetivo.

En la actualidad al estereotipo de cumbiero “terraja”, “mugriento” se le ha agregado el de “delincuente”, “adicto”, según los cánones de la cultura dominante. Es decir ese cumbiero terraja y sucio ahora también es un consumidor de drogas baratas que las obtiene mediante el robo. Y como todo estereotipo funciona aislando cierto comportamiento o conducta de su contexto y atribuyéndola a todo individuo que se presume pertenece a esa cultura, congelando formas alternativas de comprenderlos. Pero que pasa cuando se enteran que en sus letras se tocan temas que tienen que ver con la política, con lo social, con lo económico: ahí enseguida se busca la explicación de la industria cultural. Si se tocan esos tópicos en la cumbia es para vender más. Interesante paradoja que en una sociedad que se caracteriza por el consumo, que categoriza a las personas por el acceso a bienes materiales y “culturales” se cuestione el carácter mercantilista de la música tropical, como si las otras manifestaciones musicales no vendieran, como si en las otras movidas culturales no interviniera el mercado.

En la actualidad la identidad plancha manifestada por las bandas, sufre una tensión, que esta latente en la contradicción que implica llevar a cabo una puesta en escena que busca denunciar la estigmatización y el prejuicio y por otro lado seguir representando la particularidad de ser un plancha que desdeña los gustos de las “clases superiores”. La salida a este dilema sería cambiar la puesta en escena y por tanto la fachada, por supuesto que esto implica volver a convencer al auditorio, corriendo el riesgo de identificarse con otro grupo del cual originalmente se mantenía distancia.

La industria cultural

Hace alrededor de diez años que el negocio de la cumbia ha abandonado las tarimas de los bailes tropicales para trasladarse a oficinas, que si bien comenzaron en las propias residencias de los músicos, a medida que el fenómeno se torno más comercial, tomo una forma administrativa racional. Actualmente los grupos tienen sus representantes y hasta en algunos casos auspiciantes, impensable hace veinte años cuando era música exclusivamente de terrajas. Actualmente la cumbia se ha resignificado y a ese elemento “grasa” se lo ha tomado como gracioso, divertido dentro de la vulgaridad de las clases bajas.

Tomando los planteamientos de Adorno y Horkheimer se puede afirmar que la división y especificidad de los distintos públicos esta planificada de antemano por la industria cultural. Es más, una manifestación de la cultura que en el fondo, se ha convertido en producto de la industria cultural, opera según la formula de otro producto, que es totalmente diferente de su contenido y tiene éxito de todas formas pues siempre se apela a que son productos para distintos públicos y que estos los piden según sus necesidades, cuando en verdad son necesidades creadas por los productores del negocio de la cultura. Esto permite entender como es posible que casi todas las clases sociales bailen al ritmo pegadizo de los “tropical-pop”, los “clásicos”, los “nostálgicos” y la “cumbia plancha”.

En lo que refiere al público se puede encontrar que los adolescentes de clase media que consumen la nueva movida tropical, legitiman sus gustos musicales aclarando que lo que ellos escuchan no es la cumbia grasa de Casino, Karibe con K o Sonora Borinquen³ sino que es una movida diferente, que es otra cosa. En definitiva es como si para todos hubiera algo previsto a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son apoyadas y propagadas artificialmente (Adorno y Horkheimer, 1944/94)

Abandonando al público que consume el género y volviendo a las bandas estudiadas, se puede encontrar una fuerte relación entre la banda y los procesos laborales. Integrar la banda para ellos es un trabajo y hay pautas determinadas por los productores o dueños de cómo se debe proceder en los shows. El proceso de producción es mecanizado, un show tras otro se debe cumplir con lo ensayado y delimitado por el jefe. En esta lógica laboral el trabajador no debe pensar, sino que debe asimilar el

³ Estas tres bandas son ejemplos de la cumbia clásica anterior a la masificación del género.

producto sin esfuerzo intelectual aunque si con mucho esfuerzo físico. En una sola noche pueden llegar a tener seis toques exactamente iguales y deben de poder rendir lo mismo en cada uno de ellos a fin de conservar el “empleo”.

Esto genera disrupciones en algunos integrantes de las bandas dado que, a pesar de lo que mucha gente pueda imaginarse, los cantantes tropicales piensan y se cuestionan su lugar en la producción. En los últimos cinco años de apogeo de la movida tropical muchas bandas se han separado por problemas de dinero y de contenido de las letras.

La movida tropical funciona como un negocio por que la lógica del sistema capitalista así lo impone. Lograr tener una banda no es tarea fácil, por más que un grupo de jóvenes se junte y arme una banda, lograr entrar en el circuito de los boliches que pagan dinero por las actuaciones es complejo por que los productores “grandes” manejan esos espacios.

El mercado tropical sigue estando inmerso en un público que básicamente pertenece a la clase baja o media baja. Los integrantes de las bandas no son jóvenes “marginales” pero tampoco disponen de un capital monetario que les permita poder manejarse sin depender del dinero que pueden recibir por actuación. Por eso el problema de crear una banda sin financiamiento de los “dueños” de la movida, de quienes tienen los contactos es muy difícil. Esto lleva a que los músicos dependan de ese ingreso y en muchos casos deban compensar con otras actividades remuneradas en ambientes no tropicales. Sería interesante para otro estudio rastrear si este fenómeno no se presenta en otras manifestaciones culturales o si es algo propio de la industria cultural tropical.

Para la escuela de Frankfurt la industria cultural acerca la estrella al consumidor para lograr una identificación pero también la aleja para generar distancia. Esto puede explicar el por que los músicos no son del mismo entorno directo que los planchas, pero es interesante cuestionarse si este planteo es valido. En el caso de las bandas estudiadas el significado de plancha no es el que le da el sentido común, el plancha fue resignificado, abriendo el concepto, planteando que no solo es plancha el adicto, el delincuente, sino aquel que busca hacerse respetar. Es la homogeneidad que desde afuera de la cultura plancha se le asigna a la misma la que no permite vislumbrar la trama de significados que hay en ese concepto y en definitiva nos obliga a entenderlo solo como industria cultural.

Según Benjamín (1936/94), la pérdida del aura lleva a cambios en la superestructura que por supuesto son más lentos que los que se pueden producir en la infraestructura. La atrofia del aura en el terreno de la música ha permitido la emergencia de las actuales bandas de cumbia plancha, que fue precedida por el ascenso de las tropical-pop. Quienes “producen”, estos nuevos ritmos tropicales, muestran la existencia de una presumible trascendencia política-social, desde un “antiguo” (absolutamente discutible) lugar de terraja hacia un espacio de hegemonía. En sus canciones

manifiestan que la cumbia esta re viva, que los boliches chetos están vacíos y que los de cumbia están totalmente llenos. Esta suerte de dominación simbólica que intentar expresar en sus canciones puede entenderse como un potencial emancipador para estas bandas.

A modo de conclusión

La cumbia plancha posee una existencia objetiva y una vida propia que se ha separado de la idea original de su creador y a pesar de haber sido obra de la conciencia de un espíritu subjetivo – la banda- posee luego de su objetivación, una validez al margen de esta y una posibilidad independiente de resubjetivación. Esto implica que el fenómeno de la industria cultural y como consecuencia el consumo masivo de la cumbia plancha, es parte del proceso de resubjetivación de esta música, que además presenta el impulso coercitivo de la serie “técnica” que lleva a la emergencia continua de nuevos grupos de cumbia que ya no representan totalmente las “tradiciones cumbieras”. Se trata de un fenómeno que se vincula con las clases más bajas, los integrantes de las bandas dependen de ese ingreso asalariado para subsistir, lo cual hace muy difícil poder emanciparse de la lógica de mercado que tiene la movida tropical en la actualidad. Los músicos visualizan el integrar la banda como un trabajo, una ocupación. Es justamente lo que los hace dignos, lo que los diferencia de los planchas rateros⁴ y también de los hipócritas de la clase alta que se llenan los bolsillos con la plata de los pobres a través de mecanismos fraudulentos. Entender la banda como un trabajo es un orgullo, tiene una connotación emocional fuerte. En el caso de las bandas estudiadas no es posible hablar de masividad, de grandes movimientos populares en torno a sus líderes. Tampoco se puede entender el formar parte de la movida tropical plancha como una posibilidad de movilidad ascendente, dado que el dinero que perciben por dicha tarea es muy poco. Considero que la sociedad uruguaya con su perfil mesocrático, marcado por una tradición discursiva del más o menos, no es un mercado donde pudiera fomentarse ningún tipo de manifestación cultural que promoviera el consumo de pasta base, la muerte o los robos despiadados. La cumbia plancha habla justamente de la crisis de esa sociedad de clase media, intentando acercar, al menos a nivel simbólico a la clase baja, en cierta forma buscando una suerte de identificación entre los que menos tienen. Pero la industria cultural que es totalitaria, retoma esta identidad emergente no de manera sublime sino reprimiendo. Allí donde el músico intenta crear substrayéndose de la lógica laboral se encuentra con una prolongación de los procesos de producción, de esta forma el sistema le sigue “metiendo la plancha”.

⁴ Ladrón de baja categoría dentro de la jerga plancha

BIBLIOGRAFÍA

Allport, G. (1954/1962) "La naturaleza del prejuicio". Eudeba. Buenos Aires

Bardin, L. (1986) "El análisis de contenido" PUF, Paris

Benjamín, W. (1936/94): "La obra de arte en la época de la reproductividad técnica". Discursos Interrumpidos. Planeta-Agostini, Barcelona, España.

Cea D´Ancona M. Angeles (1996) "Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas de investigación social", Síntesis Sociología, Madrid.

Geertz, C. (1973/80): "La interpretación de las culturas". Gedisa, Barcelona, España.

Goffman, E. (1959/89): "La presentación de la persona en la vida cotidiana". Amorrortou. Buenos Aires, Argentina.

Gómez Mendoza, M.A. (2000) "Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: definición, clasificación y metodología" En Revista N° 20 Ciencias Humanas- UTP Colombia.

Grignon, C. y Passeron, J-C. (1978/91): "Lo culto y lo popular". La Piqueta. Madrid, España.

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1944/69): "La industria cultural". En "Dialéctica del iluminismo". Ed. Sur, Buenos Aires, Argentina.

Krippendorff, K. (1980) "Metodología de análisis de contenido. Teoría y practica" Paidós Comunicación, Barcelona.

López-Aranguren, E. (1986) "El análisis de contenido" en Garcia Ferrando, J y Alvira, F. (comps.), "El análisis de la realidad social, métodos y técnicas de investigación" Alianza Universidad Textos, Madrid.

Martínez de Albeniz, I (2001): "La ambivalencia de lo popular en los estudios culturales" en Papeles del CEIC, N° 2, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva). Universidad del País Vasco. En <http://www.ehu.es/CEIC/papeles/2.pdf> (Fecha de consulta 1/7/05)

Ortí A. (1999) "Métodos y técnicas cualitativas de investigación social" en Delgado y Gutiérrez (comps) Síntesis Sociología, Madrid

Ruiz Olabuenaga, J. I. (1999) "Metodología de la investigación cualitativa", Universidad de Deusto, Bilbao.

Simmel, G. (1898/1968): "El concepto y la tragedia de la cultura", En Sobre la aventura. Ed. Península. Barcelona, España.

Simmel, G. (Sin dato sobre fecha del original /1986): "El individuo y la libertad. Ensayos de critica de la cultura". Ed. Península. Barcelona, España.

Valles M. (1997) "Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional" Síntesis Sociología, Madrid.

Vela Peón, F (2001) "Los procedimientos básicos de recolección como técnica y método". En Tarrés, M. L. (comp.) "Observar, Escuchar y Comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social". Miguel Ángel Porrúa- El Colegio de México- FLACSO. México, primera edición.