

## “¿A qué vas a ese lugar?”: mujeres, tiempo de placer y cultura de masas

Carolina Spataro\*

### Resumen

El objetivo de este artículo es estudiar un espacio de socialización complejo integrado por un grupo de personas, en su mayoría mujeres de entre 40 y 65 años, que forma parte de un club de fans de Ricardo Arjona en la Argentina, cantante y compositor guatemalteco de gran éxito en la industria discográfica hispanohablante.

Indagaremos el modo en el que, por un lado, las horas que estas mujeres dedican al club de fans generan cuestionamientos por parte de su entorno así como también disyuntivas propias sobre en qué usar su tiempo. Por otro, los sentidos que le otorgan a las mismas, afirmando que allí se sienten “*libres*” en comparación de espacios y vínculos en donde son interpeladas en un cruce de género y condición etaria que las ubica en el rol de cuidadoras de su hogar y de su familia.

Concluiremos que preguntarse no tanto con lo que la música de Arjona *es* y sino con lo que *posibilita hacer* (De Nora, 2000) -esto es, indagar a la cultura de masas en términos de habilitaciones- permite observar que estas mujeres construyen un espacio de reivindicaciones diversas y que su disputa por poder decidir en qué usar su tiempo es un ejercicio de autonomía.

**Palabras clave:** mujeres, cultura de masas, roles de género, uso del tiempo.

### Abstract

The aim of this paper is to study a complex socialization space formed by a group of women, mostly aged between 40 and 65 that belong to Ricardo Arjona’s fans club in Argentina. He is a singer and composer of great success in the Spanish speaker recording industry.

We will interrogate the modalities of that space in two senses. On the one hand, the ways in which the time those women dedicate to the fans club is questioned by their environment as well as their own personal dilemmas about how to use their time. On the other hand, the sense given to the time devoted to the fans club space where they feel “free” in comparison to other spaces where they are challenged in terms of gender and age condition and thus placed in the role of house and family keepers.

We conclude that the relevant question to make is not what Arjona’s music is but what it allows to make, as a possibility (De Nora, 2000). In other words, questioning the mass culture in terms of what it enables to do to women, considering that they build spaces of diverse claims and that their dispute for what they do with their time is an exercise of autonomy.

**Key words:** women- mass culture- gender roles- use of time

---

\* Dra. en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magister en Comunicación y Cultura y Licenciada en Comunicación Social (UBA). Becaria posdoctoral CONICET con sede en la Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín (UNSAM). Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). [carolinaspataro@yahoo.com.ar](mailto:carolinaspataro@yahoo.com.ar)

Desde hace dieciséis años un grupo de alrededor de 30 personas, en su mayoría mujeres de entre 40 y 65 años, se reúne los primeros sábados de cada mes en un bar céntrico de la ciudad de Buenos Aires<sup>1</sup>. Ellas forman parte del club de fans oficial de Ricardo Arjona en la Argentina, un cantante y compositor guatemalteco de gran éxito en la industria discográfica<sup>2</sup>. Desde allí promocionan su producción musical, realizan tareas solidarias, crean lazos de amistad y compañerismo, así como también elaboran ciclos vitales de manera colectiva. A partir de la apropiación de un objeto de la cultura de masas ellas conforman un grupo de pertenencia y un espacio de socialización complejo al que reconocen como un lugar propio.

Ahora bien, cuando estas mujeres -que ya han pasado largamente la adolescencia- dicen que van a una reunión de un club de fans, suelen recibir cuestionamientos familiares así como también enfrentarse a sus propias disyuntivas respecto a en qué ocupar su tiempo. A pesar de esto ellas han podido construir un espacio de socialización complejo al que denominan “*su lugar*”<sup>3</sup> y afirman que cuando están en las reuniones se sienten “*libres*”. Esta autopercepción de libertad se hace evidente no sólo cuando la formulan explícitamente sino cuando señalan que hay otros lugares en donde no se sienten así. Ahora bien, decir que algo es más o menos que otra cosa implica preguntarse ¿comparado con qué? Estas mujeres establecen esa comparación respecto de espacios y vínculos en donde son interpeladas en un cruce de género y condición etaria que las ubica en el rol de cuidadoras de su hogar y de su familia.

Este artículo<sup>4</sup> se propone analizar los modos en los que estas mujeres utilizan su tiempo -teniendo en cuenta su edad y ciclo vital- y su relación con la cultura de masas.

---

<sup>1</sup> La mayoría de ellas viven el Conurbano Bonaerense. Algunas son amas de casa, pero en la mayoría de los casos tienen trabajos rentados fuera de su hogar: desde docentes de escuelas primarias y secundarias, pasando por abogadas, empujadas en empresas y comercios, dueñas de comercios de distintos rubros, entre otras ocupaciones.

<sup>2</sup> Edgar Ricardo Arjona Morales, conocido en el ambiente artístico como Ricardo Arjona, es un cantautor nacido en Guatemala en 1964 y de gran éxito en varios países de habla hispana hace más de quince años. Desde su primer disco en 1985 hasta hoy su discografía se compone de trece álbumes de estudio, un álbum en vivo y seis álbumes recopilatorios. Su producción híbrida retóricas diversas provenientes del bolero, la balada, la canción de protesta y el pop por lo que no es fácilmente catalogable como perteneciente al mundo de la música romántica, por más que muchas de sus canciones narren historias sobre vínculos erótico-afectivos.

<sup>3</sup> Las expresiones de las integrantes del club de fans serán entrecomilladas y marcadas en cursiva.

<sup>4</sup> Este trabajo es parte de mi tesis de doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA): “¿‘A dónde había estado yo?’: configuración de feminidades en un club de fans de Ricardo Arjona”. La investigación que respalda este trabajo fue financiada por becas doctorales del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de la Argentina (CONICET) y por proyectos que, con

Para ello nos preguntaremos: ¿cómo ocupan su tiempo estas mujeres? ¿en qué momentos y lugares pueden hacer algo que les gusta? ¿tienen espacios donde hacerlo dentro de su hogar? ¿qué implicancias tiene que salgan de sus casas para ir a un club de fans? Para responderlas indagaremos, en un primer momento, sobre las características de esta escucha al interior de sus hogares así como el modo en el que significan el tiempo utilizado en el club de fans. En segundo momento analizaremos el relato de Tania, una mujer que pasó años sin "*vida social*" -modo en el que define los años dedicados al cuidado de sus hijos- situación que pudo revertir a partir de la transformación que operó en su trayectoria cuando Arjona le "*cambió la vida*"<sup>5</sup>.

### **1. Roles de género y espacios de ocio**

Un dato que apareció recurrentemente en el trabajo de campo fue una particularidad de la escucha musical en los relatos de las mujeres del grupo: la mayoría afirmaba que escuchar las canciones de Arjona en sus casas era una actividad de difícil realización. Por ejemplo Laura, docente de literatura de 43 años, que vive junto a su marido y sus tres hijos en la Ciudad de Buenos Aires, lo escucha en su mp3 cuando esporádicamente sale a caminar el fin de semana o a diario, mientras lava los platos. Esta imagen de una escucha individual mientras se realizan tareas domésticas apareció una y otra vez en las entrevistas: mientras cocinan, lavan, planchan, limpian y ordenan escuchan a Arjona y, en muchos casos, lo hacen con los auriculares. Esta modalidad de escucha da cuenta de por lo menos tres cuestiones: la primera es que afirman que ellas son las que tienen a su cargo la mayor cantidad de tareas vinculadas al funcionamiento del hogar: ordenar, cocinar, hacer las compras, limpiar, planchar, ir a buscar a sus hijas/os a la escuela, cuidarlas/os, entre otras que son de su exclusiva realización o que comparten, en algunos casos, con otras mujeres que contratan para realizar esos

---

sede la UBA y la Universidad de San Martín (UNSAM) y dirigidos por Pablo Alabarces y Pablo Semán, son financiados por UBACYT y el FONCYT.

<sup>5</sup> La metodología utilizada para la investigación que da sustento a este trabajo combinó herramientas del campo de la comunicación y de la antropología. Respecto del primero, realicé análisis de la producción de Arjona haciendo hincapié en la dimensión de los rasgos con los cuales se construye la representación de los escenarios, actores y conflictos en la superficie textual de sus líricas. Por su parte, también utilicé el método etnografía y realicé, desde mediados de 2008 hasta mediados de 2011 un trabajo de campo con el club de fans oficial de Ricardo Arjona en la Argentina que consistió en realizar observación participante y entrevistas biográficamente orientadas.

trabajos<sup>6</sup>. La segunda es que les gusta hacerlo en compañía de las canciones de Arjona y la tercera tiene que ver con el uso de los auriculares: algunas afirman que poner un disco de Arjona en sus casas suele generar algún tipo de conflicto ya sea porque su entorno no comparte dicho gusto musical, porque lo cuestiona por ser “*mala música*” o porque considera que ellas le dedican demasiado tiempo e interés a este cantautor. Sin embargo, las críticas no implican que ellas dejen de escucharlo, pero sí que elijan un modo de escucha -a través de sus auriculares- en la que evitan molestar a su entorno y que su entorno las moleste a ellas. Al respecto Laura dice:

*Esto de no tener un tiempo para vos... y cuando lo tenés y ponés un cd molestás al otro que está estudiando, o a uno que está con la tele o al que no le gusta. ¡No hay un rato en que esté sola! O cuando estoy sola estoy laborando. Después están todos en casa, los nenes, mi marido más tarde (...) entonces no tengo ese espacio para decir “me siento a escuchar un cd”.*

Un punto sobre el que se apoya esta modalidad de escucha es la dificultad que suelen tener las mujeres para construir un espacio-tiempo de ocio en el hogar, problema que aparece claramente en el ya clásico trabajo de Radway (1991). En su estudio sobre lectoras de literatura romántica la autora observó el modo elocuente en el que estas mujeres lograban rechazar las constantes demandas de su familia y hacer deliberadamente algo para su propio placer cuando leían sus libros favoritos. Tal como afirma Radway, las lectoras afirmaban que esos momentos eran vividos como una “declaración de independencia” y un camino para decirle a los otros “Este es mi tiempo, mi espacio. Ahora déjenme sola”. Asimismo, en su estudio sobre la familia/hogar como unidad básica del consumo televisivo, Morley afirma -retomando a Radway- que las diferencias en los hábitos vinculados al consumo cultural entre varones y mujeres - donde ellos son quienes deciden, por ejemplo, qué programación ver en la televisión y tienen más disponibilidad de tiempo para hacerlo al interior del hogar- responde a las particularidades de las tareas sociales que se atribuyen a los roles domésticos de feminidad y masculinidad (Morley: 1996: 217). Estos análisis ponen en escena una estructura de relaciones sociales de poder doméstica basadas en el género que crean al hogar como el sitio de ocio para el varón y el de trabajo para la mujer. Y es justamente

---

<sup>6</sup> Party (2009) acuñó el concepto “música para planchar” para indicar el lugar físico y social preponderante de la balada en América Latina: el espacio privado del hogar y las actividades domésticas llevadas adelante por las mujeres.

la estructuración del ambiente doméstico a través de dichas diferencias entre derechos y obligaciones generizadas el telón de fondo sobre el que se desarrollan las pautas particulares de consumo. Frente a esta falta de lugar<sup>7</sup> y tiempo dentro del hogar familiar, las seguidoras de Arjona buscaron una alternativa: salir de sus casas para hacerse de un espacio propio.

En contraposición a la escucha privada, con auriculares, durante la realización de las tareas domésticas, las mujeres del club de fans de Arjona construyen un lugar en el espacio público para escuchar, hablar y conocer novedades de su artista favorito. Para muchas de las que participan del grupo “*el primer sábado de cada mes es sagrado*”, por lo que no faltan a las reuniones y si se les superpone con otro evento social, generalmente deciden ir al encuentro del club de fans. El sentido que muchas le dan a ese encuentro es el de una “*fiesta*”, dato que se hace evidente en ellas por el modo en el que se arreglan, visten y maquillan ese día. Sonia, una mujer viuda de de 60 años que vive sola en el Conurbano, le dejó claro a su hija que “*los primeros sábados del mes yo no cuido nietos*”, ya que suele hacerlo durante la semana mientras su hija y su yerno trabajan, así como los fines de semana cuando ellos salen. Pero esos días “*no estoy para nadie*”<sup>8</sup>, asegura, tal como enfatizaban las lectoras de literatura romántica del trabajo de Radway (1991) mencionadas anteriormente. Este comentario señala un dato que se repite en otras entrevistas: muchas mujeres deben, para realizar algún tipo de actividad que les gusta, construir su espacio de autonomía poniendo límites a las demandas de sus familias.

Como hemos señalado, algunas de ellas reciben críticas sobre su participación en el club de fans: las acusaron, por ejemplo, de querer “*hacerse las pendejas*”, de estar haciendo cosas de “*adolescentes*”<sup>9</sup>, en la medida que la práctica fan suele vincularse a una franja etaria joven. El fanatismo, dirá Lewis (1992), “está asociado con la adolescencia o la niñez, y es representado como femenino, no masculino”. Asimismo,

---

<sup>7</sup> La falta de “un cuarto propio”, en términos de Virginia Woolf, ha sido ampliamente trabajada por el feminismo. Ver Amorós (1994).

<sup>8</sup> Esta frase es utilizada por el canal de cable Cosmopolitan, que tiene una estética y un contenido por el que es definido como “para mujeres”, para promocionar un ciclo de películas que se emite a las 22 hs. El spot publicitario dice: “Si quieres desenchufarte y que nadie te moleste, Cosmo te da esa posibilidad. Dile no a las obligaciones e interrupciones y disfruta de un momento especialmente pensado para ti”. Aquí el verbo “interrumpir” explicita una modalidad de consumo que se da en un contexto de demandas por parte del entorno.

<sup>9</sup> Es necesario aclarar que no todas las mujeres del grupo viven estas situaciones: la posición etaria y la situación conyugal son centrales ya que las mujeres de mediana edad casadas son las que reciben más críticas, aunque no la totalidad de ellas.

esta práctica implica mecanismos de infantilización: "el link entre inmadurez y feminidad opera como una estrategia para burlarse de la mujer y su fanatismo" (ídem: 158), argumento que se hace explícito en los cuestionamientos que muchas de estas mujeres reciben.

Ahora bien, además de la inadecuación etaria y/o de ciclo vital, ¿qué es lo que molesta de esa participación? Esta pregunta tiene, al menos, dos respuestas. Por un lado, que el motivo de encuentro sea un cantante varón. Sin dudas las fantasías que se construyen alrededor del vínculo artista varón/fan mujer tienen un importante peso en dichos comentarios. Más allá de los posibles encuentros que efectivamente se concretan con Arjona -que son muy eventuales- y de lo que suceda en los mismos, el hecho de que mujeres de mediana edad se reúnan a hablar de un varón que les resulta atractivo -en lo artístico pero también en lo físico- es evaluado como fuera de lugar para lo que es posible de ser hecho por ellas. En algunos casos también existen sospechas sobre si la salida del hogar durante tantas horas un sábado al mes es efectivamente a un club de fans, que se manifiestan de manera implícita en algunos casos y explícitas en otros. Eleonora, por caso, una mujer de 40 años que vive junto a su marido y sus tres hijos adolescentes en el Conurbano, decidió llevar a su hija menor al club no por no contar con alguien que se encargara del cuidado de la niña sino porque quería evitar su marido se pusiera furioso cada sábado al mes en el que ella decidía irse de la casa que comparten para participar de las reuniones. Frente a los escándalos y cuestionamientos que él le hacía y a las sospechas sobre para qué usaba tantas horas del fin de semana -que debía compartirse, según él, en familia-, ella no dejó de ir sino que decidió llevar a su hija menor para evitar problemas, dando cuenta de lo estrecho de los espacios de autonomía de algunas mujeres frente a las demandas familiares y, asimismo, de las estrategias puestas en juego para sortearlas.

Por otro lado, el hecho de que sea en reuniones de un club de fans en donde se "gaste" el tiempo implica también cuestionamientos, ya que el fanatismo es la expresión de un gusto y consumo placentero por determinado objeto o persona y semejante demostración de hedonismo no es bien vista en determinados ciclos vitales de las mujeres vinculados históricamente al cuidado del entorno familiar. Asimismo, Bataille (2008) da una explicación el modo en el que se valora el uso del tiempo: él ha señalado que la parte más apreciable de la vida se plantea como la condición de la actividad

social productiva. Y el placer, sea cual fuere, se reduce a una concesión, a un “entretenimiento cuyo papel sería secundario” (ídem: 11). El placer estaría del lado del gasto improductivo, como aquellas prácticas en dónde se pone el acento en la pérdida: el lujo, los duelos, los cultos, los monumentos suntuarios, los juegos, la actividad sexual perversa, los espectáculos, las artes (ídem: 114) y, podríamos agregar, el fanatismo; gastos que no tienen que ver con la conservación material de la vida. En el caso que analizamos, el “gasto” del tiempo que realizan estas mujeres en el club de fans tampoco tiene que ver con lo que puede entenderse como gastos “productivos”, como procurar un ingreso económico y sostener los andamiajes de la vida familiar, tareas estas últimas que han sido históricamente feminizadas. Por el contrario, estas horas mensuales se “gastan” de un modo que es considerado, en algunos casos, inútil ya que no sólo es un momento meramente placentero, sino que el mismo se realiza a través de una práctica estigmatizada: el fanatismo. “¿A qué vas a ese lugar?”, “No pierdas el tiempo”, “Estás loca” son frases que demuestran esta operación de subvaloración<sup>10</sup>.

Ahora bien, el hedonismo tiene un límite para este grupo de mujeres: las actividades solidarias. En este club de fans, como en muchos otros (Borda, 1996; Martín, 2006; Skartveit, 2009) se recaudan objetos para ser donados a diferentes instituciones -escuelas, jardines de infantes, hospitales, etc.-. Sin embargo, lo que caracteriza a este grupo es la donación de objetos realizados por ellas mismas, sobre todo ropa y juguetes que confeccionan centralmente con el tejido y la costura. Es posible interpretar que dichas actividades funcionan como una especie de caridad compensatoria con la que estas mujeres justifican su salida del hogar familiar para participar de un espacio como un club de fans cuando ya pasaron largamente la adolescencia. Esto es, las actividades solidarias también sirven a los fines de explicarles a los/as otros/as y también, en muchos casos, a ellas mismas, por qué pertenecer a un club de fans no es una “locura”. Al respecto, lo que dice Susana es un ejemplo de este mecanismo compensatorio: ella tiene 40 años, es empleada administrativa, divorciada, y vive en la Ciudad de Buenos Aires con su nueva pareja y un hijo que tuvo con su primer

---

<sup>10</sup> Si bien este tipo de comentarios son los que aparecen en gran parte de las entrevistas realizadas a estas mujeres, hay otros entornos familiares -pocos- que no cuestiona explícitamente este uso del tiempo. Asimismo, como reverso de esta subvaloración, una de ellas va a las reuniones acompañada por su marido y sus dos hijos, y esta salida es entendida como un “*plan familiar*” que realizan una vez al mes. En otros casos, algún que otro marido colabora trasladando las bolsas de objetos que reúnen para donar o en una actividad puntual.

matrimonio. Ella afirma que al principio su familia y amigos se burlaban por su participación en el club de fans, “*pero cuando escuchan lo que vos le contás, lo que hacen [en el club de fans] y que no es que ‘Arjona, Arjona’, se dan cuenta que está bueno*”. Y allí está uno de los puntos centrales de este trabajo: cómo el destino que le dan a su tiempo debe ser justificado, para su entorno y para ellas mismas, como un momento en el que están haciendo algo que pueda ser catalogado como útil para otro. Que las reuniones fueran sólo “*Arjona, Arjona*” sería clasificado como un gasto improductivo, en términos de Bataille (2008), es decir, una concesión de la actividad social productiva. Muchas de ellas probablemente no se permitirían reunirse durante dos o tres horas al mes sólo para hablar de un varón que les gusta y las conmueve. O si lo hacen sólo por ello, cuando son interpeladas por su entorno, muchas ponen en primer lugar la justificación por vía de la meta solidaria.

De esta manera, la función de las actividades solidarias en el grupo tiene, en principio, dos explicaciones: una es que cuando el cantautor no está por sacar un disco, no está por hacer una gira o un nuevo corte de difusión, las charlas sobre él pueden agotarse con más rapidez. Después de analizar la última producción, los más recientes videos y declaraciones, puede que no haya mucho más para hacer. Podríamos preguntarnos de qué modo este grupo podría encontrar otras actividades que las mantuvieran ocupadas durante esa baja del componente Arjona en los encuentros. Tal vez hubieran podido hacer varias cosas, claro está, pero ellas eligieron realizar trabajos solidarios que van más allá de la mera recolección de objetos, y allí está la segunda explicación, central en este planteo: algunas de estas mujeres han sido educadas bajo el paradigma que indica que su tiempo debe ser utilizado para hacer algo por el otro; por sus maridos, hijos, padres, suegros, amigas o, en este caso, “*por el que menos tiene*”<sup>11</sup>.

En un entramado complejo del uso de su tiempo, que incluye la figura de un varón que canta canciones que las conmueve, un grupo en donde pueden conocer personas y entablar amistades y, a la vez, realizar actividades que denominan “*trabajos*” con metas solidarias, ellas tejen un importante espacio de socialización. Éste les permite, por un lado, distanciarse de las demandas familiares y, en un mismo movimiento, gestionar un espacio donde utilizar su tiempo de un modo placentero.

---

<sup>11</sup> Gil Lozano *et. al.* (2000) señala que la feminización de ciertas profesiones -tales como el magisterio y la enfermería- tuvo que ver, por ejemplo, con el desplazamiento de la responsabilidad del cuidado de los otros en el hogar al ámbito laboral.



En las próximas líneas nos detendremos en el relato de una mujer del grupo que nos permite profundizar el análisis sobre el uso del tiempo de las mujeres que participan del club de fans en relación con sus ciclos vitales y, a su vez, el vínculo que desde ese cruce se establece con la cultura de masas.

## 2. La artesana

Tania tiene 54 años, es una mujer que le gusta arreglarse, peinarse y vestirse a la moda, con ropa a la que suele agregarle algún detalle, ya sea pintar a mano una remera, bordarle una flor o algo por el estilo. Tiene cinco hijos y una nieta, y vive con cuatro de ellos y con su marido en un departamento en la Ciudad de Buenos Aires. A la hora de definir a qué se dedica dice "*soy ama de casa y hago artesanías*", tareas que combina con algunos trabajos temporales. Con el dinero del último se compró un dvd portátil para ver los videos de Arjona, ya que no le gusta usar el que está en el comedor de su casa porque su marido critica insistentemente al cantautor.

Ella es una de las integrantes del grupo más dedicada a las actividades solidarias: colabora clasificando las donaciones y teje mensualmente muñecas y diversos objetos - los más elogiados por el grupo- con muchos colores y detalles vistosos que son donados a los diferentes jardines con los que colaboran. Respecto de su historia de vida, Tania cuenta -dato que se repite una y otra vez en las entrevistas a mujeres de más de 50 años- que su padre no la dejaba salir sola en su juventud, que se casó a los 20 años y a los 22 tuvo a su primera hija. Si bien se define como "*corta de carácter*", indicando que es "*tímida*", comenta que cuando terminó la secundaria comenzó a estudiar Diseño de Indumentaria durante un año, que luego se cambió a la carrera de Derecho, y después abandonó la universidad para trabajar en Energía Atómica, en un puesto que le había conseguido el suegro. Ese fue su trabajo hasta que tuvo a su tercer hijo, momento en el que renunció y decidió quedarse en su casa cuidando a su familia, dando cuenta de otro dato que insiste en los relatos de algunas de estas mujeres: hay un momento en el que deciden hacer un repliegue a lo privado a causa de las demandas familiares. Ese paso le significó un importante cambio ya que "*tener tantos hijos te lleva directamente a no tener una vida social: estaba siempre con ellos, con mi hermana o con mi marido*", dando cuenta que no tener vida social significa para Tania que la misma haya quedado reducida a su entorno familiar más íntimo. Cuando sus hijos crecieron y ella creyó que

podría retomar algunas actividades, enfermaron sus padres y Tania los llevó a vivir a su casa, por lo que su cuidado, sumado a las tareas domésticas, ocupaba todo su tiempo. Y aquí otra coincidencia que se repite: el cuidado del entorno familiar para estas mujeres no finalizó cuando los hijos crecieron ya que luego aparecieron las demandas de asistencia de las personas mayores de la familia.

Debido a su situación económica endeble -que desde que ella dejó de trabajar dependió de los trabajos inestables de su marido: taxi, remise, changas-, Tania comenzó a trabajar en su casa para poder pagar los medicamentos de su mamá forrando bombones, poniéndolos en cajas y decorándolos con flores. Un día utilizó el material que le sobraba de esa tarea para hacer algo diferente: un cuadro que colgó en el living de su casa. Si bien siempre le habían gustado las actividades plásticas, no había dado lugar a ese interés hasta ese momento. Su padre pintaba y le regaló, antes de morir, las pinturas, pinceles y lienzos que utilizaba, objetos que Tania guardó en una caja debajo de su cama. Ese fue su primer cuadro, pero luego abandonó mientras sus hijos fueron menores. Cuando éstos crecieron y sus padres murieron, Tania comenzó con dos actividades que fueron muy significativas en su vida. La primera fue retomar la pintura: buscó la caja con los pinceles, pinturas y lienzos que le había dejado su padre y comenzó a pintar. La mayoría de esos cuadros suelen quedar dentro de su hogar, pero algunos se exponen para la venta en una galería para turistas de la ciudad. La segunda actividad tuvo que ver con su gusto por Arjona: buscó información sobre él en internet y encontró la página web del club de fans. Ella señala que la escucha de las canciones de este cantautor significaron un quiebre en su vida: “*en ese momento Arjona me cambió la vida. Yo estaba tan sola, tan desconectada de todo*”. Su hija le hizo escuchar una de las canciones más famosas del guatemalteco -“Historia de taxi”- y le regaló el disco con la misma. Tania entiende ese momento como un “*click*”: compró los discos originales, un discman y unos auriculares. A partir de allí realizaba todas las tareas domésticas con la música de Arjona, ya que le gustaban sus canciones así como “*él como hombre, ¡escuchame, soy una mujer!*”. Ella entiende que esas canciones funcionaron como “*una compañía*”, un alivio a su soledad.

Una de las razones por la que quiso acercarse al club de fans es que imaginaba que ahí iba a poder estar “*más cerca de gente que le gusta lo mismo que me gusta a mí*”, ya que en su casa nadie escucha a Arjona sino que, muy por el contrario, lo critican

porque consideran que su música es “*mala*” y sus letras “*cursi*”; dando cuenta de que la posibilidad de conocer personas que tengan un interés similar al propio es uno de las razones fundamentales por las que muchas/os se acercan a los clubes de fans (Borda, 1996, Martín, 2006). Ahora bien, cuando buscó información sobre el artista en internet lo que le llamó la atención de la página web del club es que si bien el grupo “*seguía a Ricardo*”, también hacía otras cosas: había fotos de ellas en el hospital de niños entregando gorros y bufandas a los internados y “*pensé ‘es una cosa distinta’ y me dije ‘me tengo que animar’*”. El señalamiento sobre la posibilidad de que el club de fans sea algo “*distinto*” -no sólo “*Arjona, Arjona*”, en palabras de Susana- tiene que ver con el juicio previo que muchas de ellas tienen sobre el fanatismo: las fotos que mostraban las actividades solidarias del grupo le indicaban que allí no sólo se hablaba de Arjona, lo cual la motivó para participar.

Se hizo socia en el mes de febrero pero asistió por primera vez a una reunión en octubre. Esta distancia entre asociarse y participar es muy habitual en el grupo: el paso del tiempo va afianzando la decisión. La primera vez le pidió a su hija que la acompañara, porque “*¡sola yo me moría! Tenía una taquicardia ¡una vergüenza!*”. La causa de su vergüenza es que Tania sentía que era “*una mujer grande que no tenía diálogo*”. Mucho tiempo dedicado al cuidado de los hijos y luego al de los padres significaron para Tania un gran problema de sociabilidad, ya que sentía que “*ya era libre pero no podía salir*”, a causa de la falta de costumbre.

Esas primeras reuniones fueron para ella un reencuentro con la vida social después de años marcados por el alejamiento de la misma: “*para mí era una conexión al mundo, Ricardo me cambió la vida*”. Sus hijas la alentaban para que continuara participando del club de fans, pero su marido estaba en total desacuerdo. “*Hubo guerras y guerras*”, recuerda. Para evitar discusiones las primeras veces ella le decía que iba a otro lugar, ya que él creía que un club de fans significaba “*gritar por un tipo*” y eso le parecía una práctica inadecuada para su mujer. Luego de un tiempo le contó en qué estaba utilizando los primeros sábados del mes para participar del club de fans y él se enojó mucho. “*¡La primera vez que fui a festejar el cumpleaños de Arjona<sup>12</sup> no sabes lo que fue! ¡Una mujer de 50 años va a festejar en un picnic el cumpleaños de un tipo que*

---

<sup>12</sup> Todos los años el grupo festeja en el mes de enero el cumpleaños de Ricardo Arjona haciendo un picnic en la plaza que se encuentra detrás del Hotel Faena, lugar en donde el artista suele hospedarse cuando está en Buenos Aires.

*no está! ¡Van a soltar los globos! ‘Son una manga de...’*”, le decía su marido. Si bien ella no completó la frase, podemos deducir que para él ellas eran, por lo menos, una manga de locas excitadas por un cantante.

En la primera reunión del club sintió que la recibían muy bien, pero no dejaba de sentirse una “*estúpida*” por no poder entablar una conversación con otras personas, y así estuvo durante un año. Además, ella observaba que en el grupo se valoraba el trabajo manual que hacían otras mujeres por lo que le daban muchas ganas de decir que también sabía hacer cosas. Pero Tania no se animaba. Al año de participar decidió llevar uno de sus cuadros al club de fans, uno que había hecho especialmente para Arjona. Él estaba por venir y ella sabía que la comisión directiva suele comprar objetos para regalárselos<sup>13</sup>, por lo que pensó “*lo tengo que llevar*”, pero esa sola idea le daba mucha vergüenza: “*yo hablaba sola en mi casa, me decía ‘¿por qué no lo voy a llevar?’ Si las chicas mandan a hacer cuadros, yo los hago, además están en venta en un lugar de turistas, y se habían vendido, me habían pagado a mí ochenta pesos ¡pero lo habían vendido en dólares! ¡No puedo ser tan estúpida!*”. Cuando se decidió sacó el cuadro de su casa “*camuflado*”, para que su marido no se diera cuenta, poniendo en escena un gesto que es muy significativo para ejemplificar tres cuestiones: la primera es la incomodidad que le provocaban a Tania las quejas de su marido sobre la participación en este grupo y su anticipación a evitar que esas quejas sean aún mayores si se sumaba la evidencia de que también dedicaba horas de la semana para tareas vinculadas al club de fans. La segunda es el derecho que él consideraba tener -y que ella no cuestionaba verbalmente- para emitir juicios sobre el uso del tiempo de su mujer. Y la tercera es el modo en el que Tania se agenció la posibilidad de hacer lo que quería: no sólo participar del club sino también llevar su cuadro. De esta manera, la situación de Tania da cuenta no sólo de la existencia de mandatos respecto de lo que pueden y no hacer las mujeres en determinado ciclo vital -mandatos que reciben de su entorno y de sus propias concepciones morales- sino también indica que los mismos no fueron infranqueables para estas mujeres. El trabajo de Kandiyoti (1988) señala, a partir de su estudio sobre dos culturas que suelen ser definidas como opresivas en términos de las relaciones de género – la de la India y la de África-, que las mujeres no son seguidoras pasivas de las

---

<sup>13</sup> Cuando el cantautor realiza shows en Buenos Aires un grupo reducido del club de fans tiene la oportunidad de saludarlo en persona. En esas ocasiones suelen llevarles regalos que compran o confeccionan para el encuentro.

reglas patriarcales de las estructuras familiares en las que nacieron sino que "negocian con el patriarcado". Esto significa que utilizan estrategias en un marco de restricciones, y negocian los guiones implícitos que "definen, limitan y alteran las opciones del mercado y domésticas de las mujeres," (ídem: 283). Esta práctica, afirma la autora, ejerce una influencia poderosa en la formación de la subjetividad de género de las mujeres y determina la naturaleza de la ideología de género en diferentes contextos. "Las negociaciones con el patriarcado", dirá, "no se limitan a informar las elecciones racionales de las mujeres sino que sino que forman parte más de de un aspecto inconsciente de su subjetividad de género desde su temprana socialización tanto como de su entorno en la adultez" (ídem: 285). Y la potencia de este concepto es que ejerce una influencia poderosa en la formación de la subjetividad de género de las mujeres y determina la naturaleza de la ideología de género en diferentes contextos.

En su "negociación con el patriarcado", Tania llevó a una reunión del club de fans su cuadro. Pero una vez allí no supo qué hacer. Después de un tiempo le hizo señas a una de las directoras del club, la llevó al fondo del bar y le dijo: "*mirá, yo pinto, hago cosas que están en venta y se me ocurrió hacer éste para darle en nombre del club de fans. Pero es en nombre de todas ¡yo me muero de decirle que es en mi nombre!*". En una de las visitas de Arjona a Buenos Aires Tania pudo participar de un encuentro con él, ya que salió sorteada entre todas aquellas personas que no habían faltado ese año a las reuniones. Con el cuadro en la mano, Arjona preguntó "*¿quién hizo esta belleza?*", momento en el cual salió detrás del montón de gente y se acercó. Él le preguntó su nombre y ella dijo "*Tania*". Esa respuesta fue sorprendente para ella. En su casa todos la llaman por su primer nombre, María, nombre que empezó a usar cuando se casó, ya que así la llamaba su marido. Hasta ese entonces, sus padres, hermana y amigos de la infancia la llamaban Tania: "*en ese momento dije Tania, arranqué con ese nombre otra vez y me reencontré con esa historia*". Hoy firma con ese nombre sus cuadros y tiene como ring-tone en su celular un fragmento de una canción de Arjona que dice "*y se llama Tania*".

De ese momento quedaron dos registros: un autógrafo dedicado para "*Tania, la artista*" y una foto en la que Arjona está mirando con atención su cuadro, y ambos están enmarcados y colgados en el comedor de su casa. Su marido no supo nada de ese encuentro hasta después de sucedido y hoy acepta esos cuadros en la pared, porque "*no*

*le quedó otra que incorporarlo*". De fondo de pantalla de su celular tiene el autógrafo y a pesar de que su hija le cuestiona que tenga ese papel y no una foto de su nieta, ella le responde "*a mi nieta la tengo en el corazón. El celular es mío y pongo la foto que se me da la gana*". Su marido ya sabe que Tania participa de las reuniones y que teje para las tareas solidarias que allí se realizan. Sin embargo, si bien ya no hay "*guerras*" entre ellos por este tema, aún hoy le molesta que ella escuche a Arjona en sus auriculares mientras hace las tareas domésticas y suele decirle, cuando llega de las reuniones, "*venís muy cansadita por tu Arjonita*".

Pero, tal como hemos indicado, esos comentarios no evitaron que Tania participe no sólo de las reuniones del club de fans sino también de los recitales de Arjona, a los que va acompañada por la gente del grupo de fans y por una amiga de la secundaria con la que se reencontró través de la red social *facebook*. Con ella, dice, "*estamos haciendo ahora lo que no hicimos en la adolescencia*". Y lo que aparece en este comentario no es un dato menor: muchas mujeres de la generación de Tania han configurado su vida social a partir de los rígidos mandatos de sus familias que les prohibían determinadas prácticas por su condición de género. Los testimonios indican que no podían salir solas, ir a bailar, dormir con un varón antes de casarse, pasar la noche fuera de sus casas, entre otras cuestiones. Es por ello que muchas entienden que este espacio de socialización es uno de los primeros que construyen de manera autónoma de su entorno.

Tania también concurre a los festejos del cumpleaños de Arjona así como de la fiesta de 15 años del club de fans<sup>14</sup>. Para este último evento le pidió ropa prestada a la hermana de su marido y le dijo que era para un casamiento. Ella no quiso contar el verdadero motivo de la fiesta ya que le resulta muy molesto que cuando la visitan en su casa la interroguen sobre por qué tiene un cuadro de Arjona colgado en su comedor: "*ellos no saben todo este movimiento interior que me produjo y creen que voy a club de fans porque me gusta él y esas cosas. Y no me interesa tener que estar explicando*". Lo que una mujer de su edad tiene que explicar es por qué le gusta este varón y "*esas cosas*", que son básicamente lo que el entorno reduce a fantasías en torno al deseo de

---

<sup>14</sup> Otro de los cumpleaños que festejan anualmente es el del club de fans, evento que suele realizarse el primer sábado de octubre en el bar en donde se juntan habitualmente, recordando el 16 de septiembre de 1996 en donde las fundadoras del club se cruzaron por primera vez en el aeropuerto de Ezeiza, con motivo de la llegada de Arjona al país. Pero el del 2010 fue un festejo especial ya que el grupo cumplía 15 años. El evento fue realizado en un salón porteño, organizado con menú, disjockey y baile, con el estilo de los cumpleaños de 15 tradicionales.

orden sexual que a ella puede generarle Arjona. Ahora bien, aquí podríamos preguntarnos si no hubiera sido una señal de mayor autonomía que dijera para qué quería la ropa y defendiera su derecho a usar su tiempo como le plazca frente a quienes la acusan de hacerse la “*pendeja*” o estar “*loca*”, como decirle a su marido que iba a un club de fans y no a otro lado, o sacar el cuadro de su casa sin necesidad de “*camuflarlo*”. Puede ser, explicitar que ella tenía derecho de utilizar su tiempo según sus propios intereses hubiera sido una opción, pero implicaba un alto costo que ella no quería pagar: tener que dar explicaciones. Y aquí nuevamente tres datos que aparecen de manera recurrente en este grupo: el modo en el que el uso del tiempo de las mujeres es cuestionado por el entorno, las explicaciones que se les piden y las maneras en que ellas sorteando dichos obstáculos.

Para Tania participar del club de fans significó todo un desafío que le “*cambió la vida*”: tiene amigas, retomó la pintura, empezó a tejer, a mostrar sus trabajos, a hablar en público y a salir: “*ahora no quedó solamente en casa. ¡Soy otra, puedo hablar y hasta le llevé mi cuadro!*”. Esto no quiere decir que las decisiones y cambios vitales fueran resultado exclusivo de su elección musical ni del espacio conformado en el club de fans, pero sí que esa apropiación forma parte de las fuerzas que operaron en la elaboración de “*todo un movimiento interior*” que la llevaron a tomar decisiones antes impensadas para ella: no sólo empezar a realizar actividades que le hacen “*bien*” y construir un espacio de socialización independiente de su entorno familiar, sino también tomar distancia de los comentarios de tono imperativo que recibía de su marido sobre lo que debía y no hacer ella, en tanto mujer casada y madre de familia. En términos de Kandiyoti (1988), Tania “*negoció con el patriarcado*” y a partir de allí amplió el horizonte de lo posible en su vida. Kandiyoti entiende que dichas negociaciones no se dan de la misma manera en todos los contextos ni se mantienen eternizadas e inmutables en el tiempo, pero habilitan “*transformaciones históricas que abren nuevas áreas de lucha y negociación en las relaciones entre los géneros*” (275). Y en el caso analizado, dichas transformaciones aparecen mediatizadas por la cultura de masas.

### **3. Conclusiones y deriva epistemológica**

A lo largo del texto hemos indagado sobre el uso del tiempo de las mujeres que forman parte del club de fans, los cuestionamientos que reciben, las disyuntivas a las

que se enfrentan, así como los sentidos que le dan a las horas que invierten en el club de fans en términos de momentos en donde experimentan “*placer*” y “*libertad*”. Muchas de ellas construyen este espacio distanciándose de las demandas de su entorno familiar, como es el caso de las que señalan que los primeros sábados del mes dice “*no estoy para nadie*”, estableciendo los límites que le permiten dejar de lado su rol de cuidadoras.

La pregunta que vertebró este artículo, así como la investigación en la que se inscribe, tiene que ver no tanto con lo que la música de Arjona *es* y sino con lo que *posibilita hacer* (De Nora, 2000): esto es, indagar a la cultura de masas en términos de habilitaciones. Este trabajo se inscribe dentro de un grupo de indagaciones que han abordado en ese sentido el vínculo entre cultura de masas y mujeres: Fiske (1989) señala que las fans de Madonna producían, a partir de sus elecciones musicales, interpretaciones de su sexualidad que ponían en cuestión los mandatos patriarcales; así como McRobbie (1991) indica lo mismo respecto del modo en el que las adolescentes daban sentido a sus lecturas de revistas para chicas; por su parte, Radway (1991) afirma que las consumidoras de novelas románticas ponían límites a las demandas de su entorno y construían un lugar propio a partir de la lectura de sus textos favoritos; Ehrenreic *et. al.* (1992), en relación a las fans de Los Beatles indican que, en una sociedad altamente patriarcal como la inglesa, las adolescentes tuvieron la posibilidad de que sus expectativas fueran no sólo de ser “buenas” y “puras” sino que el abandono del control -los gritos, los desmayos, los empujones- “fueron, no en forma de intento consciente, una protesta a la represión sexual que regía sobre la cultura adolescente femenina. Es el primer y más dramático levantamiento de la revolución sexual de las mujeres” (ídem: 1992). Asimismo, Wise (2006) considera que muchas fans de Elvis Presley encontraban en su figura y sus canciones una compañía frente a las angustias y soledades experimentadas en la adolescencia, más allá de un ícono sexual. En continuidad con esta lógica de habilitaciones, podemos afirmar que la música de Arjona y el club de fans funcionaron para sus integrantes, entre otras cosas, como un lugar a partir del cual construir lazos de compañerismo y amistad con otras mujeres con las que conjugar la condición de género compartida, así como las tensiones existentes en sus vidas cotidianas. Ciertas canciones y el espacio que construyeron a partir de sus gustos musicales funcionaron como proveedores de ciertas narrativas y prácticas a partir de las



cuales pudieron “negociar con el patriarcado”, en términos de Kandiyoti (1988). Esto es, a partir de las cuales se permitieron llevar adelante una práctica poco habitual para su franja etaria y ciclo vital como salir de sus casas para participar de un club de fans.

Pero ¿qué significan estas habilitaciones? Este grupo de mujeres construye un espacio de reivindicaciones diversas y su disputa por poder decidir en qué usar su tiempo. Algunas de las que integran el club de fans de Arjona erosionaron expectativas con las que fueron educadas respecto de lo que debían hacer en tanto mujeres, en la medida que tomaron distancias de ciertos mandatos culturales y demandas del entorno familiar; y respecto de lo etario, ya que lo hicieron a una edad en la que pertenecer a un club de fans es entendido como una ruptura respecto de la pretendida coherencia entre edad y conducta. Y esa agencia fue posible, en parte, a partir del cruce con la cultura de masas y, en particular, con un objeto musical que suele ser catalogado por cierto periodismo o por el sentido común académico como sexista. Tal como señalan Radway (1991) y McRobbie (1998), existe una tendencia en ciertos sectores académicos y/o feministas<sup>15</sup> a subestimar los recursos y las capacidades de las mujeres “ordinarias” de participar en sus propias luchas en tanto mujeres con algún grado -no mensurable por cierto- de autonomía. Y esa tendencia puede, asimismo, obturar el análisis de los modos complejos, y por momentos ambiguos, de configuración de feminidades en el cruce con la cultura de masas.

Sin embargo, es necesario mantener cierta vigilancia epistemológica para no catalogar espacios de agencia de las mujeres como lugares de resistencia feminista<sup>16</sup>. De hecho, afirmar que el club de fans de Arjona es un espacio feminista sería inadecuado porque, por un lado, significaría otorgarle una nominación con la que ellas no se definen. Por el otro, porque indicaría una propuesta de redireccionamiento de los sentidos de autonomía, placer y libertad que se configuran en este grupo hacia un posicionamiento político con el que nos identificamos como analistas. A su vez, porque implicaría caer en una postura populista, en términos de Grignon y Passeron (1991), ya que supondría entender todas las experiencias que allí se producen como “resistencia cultural” (ídem: 75), mutilando y censurando de esta manera el análisis al subsumir toda

---

<sup>15</sup> Para ampliar ver Spataro (2013)

<sup>16</sup> Tal como señala Abu-Lughod (1990) la resistencia se ubicó como un foco a estudiar en los trabajos en Ciencias Sociales y, en algunos casos, las acciones culturales fueron interpretadas como resistencia al orden establecido, con una tendencia a romantizar dichos estudios.

práctica bajo una coherente etiqueta de liberación o sumisión. Las piezas del complejo rompecabezas que representan las diversas experiencias de mujeres en relación con la cultura de masas no pueden reducirse a una definición taxonómica de sus feminidades, en la medida que las mismas pueden ser por momentos impugnadoras del orden, en ocasiones celebratorias del mismo y la mayoría de las veces ni una ni otra cosa.

## Bibliografía

- ABU-LUGHOD (1990): “The romance of resistance: tracing transformations of power through Bedouin women”, en *American Ethnologist* 17, pp. 41–55.
- BATAILLE, George (2008): “La noción del gasto”, en *La conjuración sagrada. Ensayos 1929-1939*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo.
- BORDA, Libertad (1996): *Fans: entre prácticas y discursos*. Tesis de licenciatura de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, mimeo.
- CURIEL, Ochy (2005): “Identidades Esencialistas o Construcción de Identidades Políticas. El dilema de las Feministas Negras » en *Mujeres Desencadenantes. Los Estudios de Género en la República Dominicana al inicio del tercer Milenio*, República Dominicana, INTEC.
- DE NORA, Tia (2000): *Music in everyday life*, New York, Cambridge University Press.
- EHRENREIC, Barbara; HESS, Elizabeth; JACOBS, Gloria (1992): “Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun” en Lewis, Lisa (ed.): *The Adoring Audience. Fan cultura and popular media*, New York, Routledge.
- FISKE, John (1989): *Understanding Popular Culture*, Boston, Unwin Hyman.
- GIL LOZANO, Fernanda; PITA, Valeria y INI, Gabriela (2000): “Introducción”, en *Historia de las mujeres en la Argentina: siglo XX*, Buenos Aires, Taurus.
- GRIGNON, Claude y PASSERON, Jean Claude (1991): *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- KANDIYOTI, Deniz (1988): “Bargaining with Patriarchy”, in *Gender and Society*, Vol. 2, No. 3, pp. 274-290.
- LEWIS, Lisa (ed.) (1992): “Introducción” in *The Adoring Audience. Fan cultura and popular media*, New York, Routledge.
- MARTÍN, María Eloisa (2006): Martín, María Eloísa: *No me arrepiento de este amor. Un estudio etnográfico das prácticas de sacralización de una cantora argentina*. Tesis de doctorado para el doctorado en el Museo Nacional, Universidad Federal de Rio de Janeiro.
- MCROBBIE, Angela (1991): *Feminism and Youth Culture. From ‘Jackie’ to ‘Just Seventeen’*, London, Youth Questions
- (1998): “More!: nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres”, en Curran, James; Morley, David y Walkerdine, Valkerdine (comps.) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Buenos Aires, Paidós.
- MORLEY, David (1996): “El marco femenino-masculino en que la familia ve televisión” en Morley, David *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu.
- PARTY, Daniel (2009): “Placer Culpable: Shame and Nostalgia in the Chilean 1990s Balada Revival” en *Latin American Music Review*, Volume 30, Number 1. Austin, University of Texas Press, pp. 69-98.
- RADWAY, Janice (1991): *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*, London, University of North Carolina Press.
- SKARTVEIT, Hanna (2009): *Ángles populares. La formación social y espiritual de Gilda y Rodrigo*, Buenos Aires, Antropofagia.

Carolina Spataro. “¿A qué vas a ese lugar?”: mujeres, tiempo de placer y cultura de masas. *Papeles de Trabajo*, Año 7, N° 11, mayo de 2013, pp. 188-206.

SPATARO, Carolina (2013): “Las tontas culturales: consumo musical y paradojas del feminismo”, en *Punto Género. Núcleo de Género y Sociedad* Julieta Kirwood. Chile: Universidad de Chile, en prensa.

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

Recibido: 04/06/2012. Aceptado: 18/07/2012