

Darío Sampietro.  
Licenciado en Sociología. Universidad Nacional de Mar del Plata.  
[dariosampi@hotmail.com](mailto:dariosampi@hotmail.com)

### ***Pasiones ricoterías. Los fans y sus juicios musicales sobre lo nuevo del Indio Solari.***

#### *Resumen.*

Esta ponencia busca rastrear las encrucijadas entre música y sociedad a partir de un fenómeno específico de la cultura argentina. Se pondrá la mirada en una particular arista que ofrece este tipo de tema: la tensión entre los juicios de la escucha. Trabajare sobre la noción de juicios musicales. El ejercicio será observar las ideas que circulan en el público ricotero en relación a la imagen que tienen del Indio Solari.

El análisis cubrirá la trayectoria solista del Indio en la perspectiva imaginaria de sus fans. Lo que moviliza y reaviva la discusión tiene que ver con la polémica que emerge con la salida de su último disco. La batalla en las redes entre sus fans es interesante de comprender en relación a la trama música y sociedad, obra y oyente, artista y público.

*Palabras claves:* música-sociedad-obra-artista-publico-juicios musicales-fans.

#### *Introducción.*

“Malísimo el cd del Indio, no son las letras que nos tenes acostumbrado, parece un cd de Romeo Santos...”

“Creo que quiso volarnos la cabeza, y como siempre lo logró, discazo”.<sup>1</sup>

Batallas en las redes sociales iluminan uno de los tantos caminos para analizar el impacto de la obra de un artista sobre su público. El Indio Solari sacó su último disco promediando este 2018, el quinto de su carrera solista, y las redes se convirtieron en un campo de poder en disputa sobre la concepción del arte de un ídolo e icono del rock nacional. La legitimidad, la autenticidad y la emocionalidad de un trabajo estético-musical que genera

<sup>1</sup> Estas son dos opiniones de seguidores del Indio Solari a través de las redes sociales en relación a la salida de su nuevo disco.

bandos opuestos entre sus fans. Están, como se lee en el epígrafe, los que no les gusta el nuevo cd de Solari y se encuentran los que les “vuela la cabeza”. En el medio se podría decir que hay grises también. Pero lo que interesa en estas líneas es desarmar y exponer los discursos sobre los gustos de los juicios de valor de los seguidores del artista. Juicios estéticos y juicios musicales que nos ayudan a comprender las relaciones entre música y sociedad, o como dice Hennion (2002), “la pasión musical”.

¿Es lícito para el analista proyectar sus gustos personales, o debe limitarse a documentar la valoración estética de sus consumidores? Esa es una de las preguntas que realiza López Cano (2011) en “Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina”. Aquí me voy a centrar en la valoración estética del público para entender lo que el propio autor denomina como juicio musical, siempre entendiéndolo como un proceso social de mediaciones. Y es ahí donde también recogeré los aportes de Hennion y DeNora para reconfigurar la escena música-sociedad en la trama discursos valorativos-estético-musicales del público sobre su ídolo-artista. Porque en definitiva, los juicios de valor pueden producir conocimiento, pero deben ser concienciados en el discurso académico y así ser tomados como objeto de investigación (Boix, 2015). Si bien gran parte de la academia se ha centrado en juicios estéticos y sociológicos por parte de los investigadores, en este caso intentare demostrar esos juicios pero no en los que analizamos la obra musical sino en los propios juicios del público sobre su artista.

En ese sentido, primero revisaré algunas ideas de distintos pero confluyentes paradigmas teóricos sobre sociología de la música para entender las relaciones entre obra y público y música y sociedad. Y luego me meteré de lleno en el núcleo principal de esta ponencia: los discursos de los fans del Indio Solari y la recepción de su obra.

### **De pasiones musicales. Entre mediaciones y tecnologías del yo.**

Las posiciones de Hennion (2002) y DeNora (2000) ayudan a concebir lo socio musical saliendo de las naturalizaciones de sujetos y temas en el análisis de la relación música-juventud, así como de la forma empobrecedora en que se presentan los análisis del conflicto en el que la música es parte (Semán, 2015). Antoine Hennion, sociólogo francés presenta

una sociología de la mediación musical desarrollada a partir de la teoría del actor-red<sup>2</sup>. En su desarrollo es fundamental prestar atención a las diversas mediaciones que se manifiestan entre un individuo y su música, comprendiendo como un mediador todo lo que interviene para que algo ocurra (Fuentelba Acuña, 2014). Se refiere a aquellos elementos que posibilitan que la música pueda ser escuchada, apropiada, subjetivada, significada, valorada (Hennion, 2002). En ese sentido, Hennion afirma que todas las acciones involucradas en la audición son elementos esenciales si lo que se quiere es desarrollar una sociología comprensiva del objeto musical (Hennion, 2003).

Lo importante para el análisis es observar los espacios donde se desarrolla lo que Hennion denomina la pasión musical, teniendo en cuenta los lugares donde la música existe y las prácticas se articulan, comprendiendo lo que los individuos hacen y reflexionan respecto a sus propias prácticas musicales (Hennion, 2010, 2012)

Hennion considera fundamental la dimensión del flujo social en la constitución de la música, donde intervienen no sólo actores sino también objetos que agregan multiplicidad al fenómeno (Latour, 2008). Es decir, la música es en sí misma una relación social, un hacer ligado con prácticas que no son musicales en un sentido estricto auditivo y con tecnologías y dispositivos que imprimen su huella en la música que se produce (Boix y Semán, 2017). Por ello, la música ya es en sí misma sociedad y no una metáfora, reflejo o expresión de lo social. Es el resultado de estas mediaciones, o más bien, la música es la propia relación de mediación y no tiene existencia por fuera de ella. El concepto de mediación, en ese sentido, no viene a saldar nada nada de antemano: es una pregunta que se lanza cada vez a las músicas reales, particulares y concretas: ¿cómo están hechas?, ¿sobre qué arreglos se apoyan?, ¿qué hacen?, ¿qué hacen hacer? (Boix y Semán, 2017).

En esa interrogación que define el corazón de la noción de mediación reside una apuesta por superar el dualismo: entre el sujeto y el objeto, entre la obra y la sociedad, entre lo humano y lo no humano, oposiciones que se sintetizan de acuerdo a Hennion en dos aproximaciones analíticas polares e igualmente reduccionistas del fenómeno musical: el

---

<sup>2</sup> Esta teoría desarrollada principalmente por Callon (1986) y Latour (1988) considera actante tanto a humanos, como a objetos (no-humanos), y discursos. Propone una visión simétrica y monista del mundo. Señala la importancia de lo tecnológico en la explicación del mundo, tratándolo de una manera equivalente a la manera en que se trata lo social.

esteticismo y el sociologismo (Boix y Semán, 2017). Mientras en los esteticismos todo remite a la obra, en los sociologismos todo señala a la sociedad. En una propuesta de superación de estos dos polos de interpretación sobre la relación entre música y sociedad, Hennion recupera para el análisis las mediaciones, los “mixtos” de cosas y humanidad, conduciéndonos a un “re poblamiento del mundo musical” (Hennion, 2002, p. 19) en el que obra y sociedad, sujeto y objeto, se coproducen (Boix y Semán, 2017).

En síntesis, para Hennion, los medios de la relación musical son el objeto de análisis esencial en la relación entre las obras «mismas» y el público, entre música y sociedad. Lo que el sociólogo señala es que no hay que centrarse en los determinismos: la estética o la musicología, del lado del objeto, y la psicología o la sociología, del lado del sujeto. Ambos marcos teóricos se ponen de acuerdo para anular los intermediarios en beneficio de las causas que habían elegido. Lejos de descalificarlos, una teoría de la mediación también debe poder cargar contenido tanto al oyente como a la obra. Hennion (2002) advierte que no se trata de retornar a un sujeto universal del gusto, fundado filosóficamente o establecido empíricamente. Ni a la obra como punto de aplicación único de los análisis estéticos de la belleza o las investigaciones históricas de la musicología. Es necesario, según el sociólogo francés, poder reintegrar en el análisis, al aficionado a la música como sujeto de su pasión o las obras musicales en tanto que son bellas: si no existe oyente ni música más que en situación, dependiendo de los lugares, los momentos y los objetos que los constituyen, sostenidos por los dispositivos y los mediadores que los producen, apoyados en la presencia de los otros, en la formación de los participantes, en la instrucción de los cuerpos, en el uso de los objetos, toda esta teoría refuerza y enriquece a uno y a otra, en lugar de anularlos (Hennion, 2002).

Para comprender el problema y reforzar los análisis de Hennion, es necesario conocer de qué formas la música puede habilitar a un individuo para la acción social. Esta idea de habilitación (affordance) ha sido tomada del trabajo de la socióloga norteamericana Tia DeNora, quien desarrolla una perspectiva de análisis donde la música se presenta con la posibilidad de construir, de hacer a los actores sociales, lo que constituye una música en acción, como aquella capacidad que posee la música de producir agencia en un individuo (Fuentealba Acuña, 2014). La autora señala que la música proporciona un lugar para la

demonstración de categorías, capacidades y distribuciones sociales de la acción (DeNora, 2000, 2012).

Así, la música habilita cuando se torna relevante en la organización de la acción, a través de la motivación, pensamientos, imaginación, etc. De ahí que DeNora afirme que la música entra en acción, incorporándose como estructura habilitante, creando metáforas que rigen las vidas de los actores (DeNora, 2000).

DeNora amplía la idea de agencia y su relación con el plano estético y, desde el punto de vista de la misma, también emprende una crítica paralela a la dicotomía sujeto-objeto ayudando a problematizar la ambigua y muchas veces insidiosamente equívoca noción de “contexto”. A partir de ellos, el paralelismo música-sociedad puede ser sustituido plenamente por la imbricación. Ya no es la sociedad expresándose en la música, sino constituyéndose en ella (Semán, 2015)

La música como tecnología del yo funciona para DeNora como un dispositivo que los actores utilizan reflexivamente con el fin de incidir de forma deliberada sobre sus propios estados de ánimo. La música se vuelve un dispositivo para la autorrepresentación, permitiendo a las personas desplegar usos estratégicos: alcanzar o modificar ciertas emociones, transitar de un estado anímico indeseado a otro (Welschinger, 2011).

Profundizando la tesis de Frith (1987) sobre la música como artefacto cultural configurador de experiencias en las identificaciones, DeNora (2000) propone entender a la música como una tecnología que los actores utilizan reflexivamente con el propósito de conseguir incidir de forma deliberada sobre sus propios estados de ánimo, en una especie de “autoprogramación” en que los consumidores/escuchas reflexionan sobre su experiencia y demuestran saber qué tipo de música “necesitan” en distintas situaciones y como sostiene DeNora, se vuelven “DJs” de la banda sonora de sus vidas. (Welschinger, 2014).

Los usos de la música ya no son sólo el efecto de la lógica subversiva de las apropiaciones, del desvío que las prácticas le imponen a las prescripciones de uso, sino de algo que implica esta idea, pero la desplaza del plano de la comprensión de un mensaje a un plano que es el de la acción misma (Semán, 2015). Una cosa es que, en producción, como decían los analistas del discurso, se destile un sentido místico de una letra de rock. Otra cosa es

que, al oírla, se viva esa canción y se haga pogo en un recital. De tal modo, para DeNora, la música es algo más que un medio “significante” o “expresivo”. En el desarrollo de la vida cotidiana, la música está involucrada en muchas dimensiones del agenciamiento social, sea en sensaciones, percepciones, en la cognición y conciencia, en la identidad y la energía (DeNora, 2000). De esa forma la música se sitúa en una relación dinámica con la vida social, ayudando a invocar, estabilizar y cambiar los modos de agencia, en lo individual o en lo colectiva.

Si la música es, siguiendo a Hennion, sociedad, la acción social, siguiendo a De Nora, puede ser musical. Cuando estas dos afirmaciones se encuentran, puede inferirse que el todo (la “sociedad”, la “cultura”) tiene en la agencia expandida en su papel y su consistencia, una instancia analítica equivalente a un contrapunto dinamiza la totalidad (Seman, 2015). Así, estudiar lo musical es comprender lo social. Porque en lo que se busca como fenómeno sociológico se posiciona un objeto de estudio complejo: una obra musical en sus relaciones sociales. Tratar de poner en relieve los discursos del público sobre la concepción de un disco de rock es indagar en las mediaciones de lo musical/social.

### **El ruiseñor, el amor y la muerte<sup>3</sup>. El Indio y su público en las redes.**

Uno podría empezar diciendo que lograr un buen análisis sobre el fenómeno sobre las vastas opiniones en las redes sociales, básicamente Facebook, de la recepción del último disco del Indio Solari por parte de sus seguidores, no corresponde en este avance y exposición de algunas ideas. Pues en esta ponencia, debido a la extensión natural de la misma, solo bosquejare algunas aristas del caso. En ese sentido, he trabajado sobre las principales fanpage que posee el público ricotero<sup>4</sup>. Recogí luego de una larga lectura, los

---

<sup>3</sup> Así se llama el nuevo cd del Indio Solari. “El ruiseñor, el amor y la muerte”.

<sup>4</sup> Debo aclarar que existen muchos grupos y fanpage en Facebook tanto sobre Los Redondos, como el Indio Solari y Skay. En este trabajo utilice los que a mi criterio funcionan como los más destacados por su cantidad de seguidores. He tomado algunas de las páginas de Facebook de Los Redondos y otras del Indio como una aproximación a los discursos. Es que en general, luego de leer una enorme cantidad de mensajes de distintos grupos en la red, las ideas que circulan son las mismas y se repiten. Si bien tienen algunas diferencias y connotaciones específicas, la noción general es la que describo en estas líneas.

comentarios que me permitieron problematizar la disputa que se genera en torno a la apropiación del gusto musical de los escuchas.

Doy comienzo a la indagación por medio de una de las principales fanpages de Los Redondos, denominada “Redondos Subtitulados”. Primero presento la opinión de un fan y luego la contestación-debate que le sigue con dos seguidores más interviniendo:

“La decadencia, retirate como un héroe o vive lo suficiente para dar lastima (y siendo kirchnerista, Dios mío) el traidor era el al final. Un disco decepcionante. Con toda la inmensa admiración que he sentido en 20 años (desde los 11 años) aún me pone la piel de gallina escuchar algunas canciones de Los Redondos del primero hasta el segundo disco. Gracias a Dios existe YouTube. Me ahorro media luca. Este en un penoso fin para mí”. (Rodrigo Gómez)

“Hacé lo más coherente y no lo escuches. Si él no te hizo el CD a vos. Él hizo un cd, expresó un arte, y el arte es así, te gusta o no. Que se yo, si no lo sentís, no lo escuches, y escuchá algo que te mueva o te llegue. Pero en fin, él no hizo una obra para vos. Observá otras opiniones y verás que diferente le llega a los demás. O sea, la decadencia para vos, es La Meca para otros. Saludos Rodrigo”. ( Matias Doctorovich)

“Matias Doctorovich lo hizo para sus admiradores. Asi por ende. Como todo artista, si lo hizo para mí. Y lo para vos y todos nosotros. Por que es eso lo que hace y reitero, un artista. Da a luz una obra. Sin receptores. La obra no es nada. Por supuesto que no lo escucho mas y por supuesto que por si no te diste cuenta que, ademas de ser solo meras expresiones en un medio absolutamente permitido, fijate ya que te agrada la lectura, que las opiniones son bien parciales. Saludos y buena suerte”. (Rodrigo Gómez)

“HAY ALGO BIEN CLARO. LOS REDONDOS YA NO EXISTEN. PARA NO DECEPCIONARSE, ESTA ES LA VERDAD. LO ÚNICO IMPORTANTE SON ESOS BELLOS RECUERDOS REDONDOS DE ADOLESCENTES<sup>5</sup>”. (Mariana Franzosi)

De manera intencionada quise comenzar con estos comentarios porque una de las notorias características que se encuentran en las batallas discursivas del público ricotero en las redes es la estigmatización al Indio Solari por etiquetarlo de kirchnerista. Y lo que se muestra en la crítica de este mensaje es primero ese prejuicio político-ideológico que posee sobre su ídolo. No es el único caso que coloca al público de Solari en veredas enfrentadas. Mas allá

---

5 Dejo las mayúsculas tal cual las exhibió la autora del comentario en el grupo de Facebook.

de la posición política del cantante, lo que quiero destacar es que en la concepción de su último trabajo artístico, parte de sus seguidores tienen en cuenta, a la hora de recibir y ejecutar la escucha del álbum, esa condición y ese prejuicio que llega a teñir sus juicios musicales parcializando la sentencia hacia un lado negativo. Como sostenía DeNora (2000) la música se desplaza en el desarrollo de la vida de las personas y se involucra en muchas dimensiones del agenciamiento social, tanto en sensaciones, percepciones, en la identidad y la energía con que, este caso los seguidores del Indio esbozan un juicio musical específico sobre su ídolo. La música, en ese sentido se presenta en una relación dinámica con la vida social, permitiendo invocar, estabilizar y cambiar los modos de agencia, tanto en el plano individual como en el colectivo (DeNora, 2000). Por otro lado lo que noto en este primer comentario de los fans que apunto en este trabajo es la segunda característica que se encuentra de manera generalizada en esa confrontación en el público ricotero: básicamente y no solo sucedió con la recepción de este último disco, sino con los anteriores también, podemos darnos cuenta de que figuran los que admiran la obra solista del Indio y los sigue conmoviendo y por otro lado los que prefieren los temas de la época de Los Redondos, sobre todo los primeros discos, por su pulsión más rockera y según esta parte del público, más “atrevida” y “jugada” en letras y música. En esa línea de análisis, pienso como DeNora (2000) a la obra musical como tecnología del yo. O sea, como un dispositivo que los fanáticos utilizan reflexivamente con el fin de incidir de forma deliberada sobre sus propios estados de ánimo. De esa forma, la música se vuelve un dispositivo para la auto representación, dando la posibilidad y permitiendo a los oyentes desplegar usos estratégicos: canalizar ciertas emociones y transitar de un estado anímico indeseado a otro (Welschinger, 2011). O, como en este caso, prefiriendo un rocanrol más básico que lo proyecte a la nostalgia de una etapa de la historia de Los Redondos preferida para este tipo de escuchas y seguidores.

Lo que le sigue a ese comentario peyorativo sobre el nuevo trabajo del Indio es una defensa al cantante de dos seguidores. Esta característica en las confrontaciones discursivas también es recurrente en las redes sociales. De manera general podría decir que siempre hay algún o algunos pocos fans que critican la obra de Solari, pero inmediatamente le siguen opiniones que ensayan una defensa emotiva hacia su ídolo. El propio público hace de las veces de abogado de Solari e inmediatamente dejan en claro posturas que resguardan la admiración



del trabajo artístico del músico exhibiendo su continuada admiración sobre su desempeño como artista de rock.

Ahora bien. ¿Que podemos decir entonces del gusto de los fans y de la obra de un artista? ¿Se encuentran separados? ¿Cómo se apropia un oyente-seguidor de un disco de rock en este caso? ¿Es la música como arte o la música como gusto? ¿Dónde podemos poner los acentos? ¿Qué mediaciones figuran en la imbricación de la obra musical y lo social?

Para ello debemos rehacer esta relación entre la música como arte y la música como gusto, siguiendo a Hennion (2002) a partir de la reconsideración de sus soportes: la re-habilitación del oyente, como sede del sentimiento, de la emoción, de la pasión, del entusiasmo, del placer, de estados. Pero en esa sintonía existe la vinculación con las situaciones, imbricados en sus dispositivos técnicos y sociales. Los momentos, el tiempo, el modo, condicionan el gusto y la escucha y por ende la apropiación. Pero no es la afirmación subjetiva de un «me gusta eso», que sella el juicio musical, sino la lenta proyección de las relaciones musicales inestables en los objetos, numerosos y heterogéneos, apoyados unos en otros, y, recíprocamente, la naturalización progresiva, en el melómano, del sentimiento de reconocimiento de la música que se dispone (Hennion, 2002). Seguramente, una primera escucha del disco del nuevo Indio Solari<sup>6</sup> no elaborará en el gusto musical de sus fans la misma sensación y el mismo juicio musical que cuando pase por ejemplo un año escuchando el disco. Nos pasa a todos esto. No es lo mismo escuchar un disco recién salido que a lo largo del tiempo. Siempre se va recreando la emocionalidad y la sensación con el correr del tiempo. Si bien podemos decir que hay una estructuración del gusto musical en sí mismo que existe como un armazón elemental que tiene que ver con los propios gustos musicales-sonoros de cada uno, también ese gusto básico de los oyentes que puede condicionar su escucha, a su vez contiene la posibilidad de ir mutando según experiencias, momentos, estados de ánimo, etc. Y eso pasa a través del tiempo.

¿Y la obra? ¿Seguirá siendo siempre el tabú de la sociología del arte? La respuesta de Hennion (2002) es que no hay obra sino en situación. La propia obra es mediación, captura y presencia de un oyente a través de los dispositivos. Lo que sostiene el sociólogo francés es que:

---

<sup>6</sup> Hay que tener en cuenta que este análisis está basado en comentarios de los fans del Indio realizados sobre el primer mes de la salida del último disco de Solari.

“No se trata de disolver la obra en sus mediaciones sociales, lo que restauraría el dualismo objeto/sociedad, sino de mostrar que, por lejos que se lleve el análisis en el interior de la música, uno siempre se encontrará con el trabajo de la mediación: no hay un límite más allá del cual la música ya sólo sería música y la obra por fin un objeto cerrado”<sup>7</sup>.

De esa manera para Hennion (2002) la más profunda definición de la música es la música como mediación. Advierte que la cuestión no es la de la significación de la música. Lo que se trata de entender es la semiología de la música: la que funda la música. Esto significa para el autor la reaparición de locutores activos, tanto en la emisión como en la interpretación del sentido. En ese sentido la semiología está obsesionada por la omnipresencia del problema central de la mediación, es decir, el “de la oscilación entre el interior y el exterior, entre la inclusión (incluso virtual) del sujeto capturado en el texto o de la expulsión fuera del texto de una heterogeneidad del lector que se vale de astucias, se desvía y se oculta” (Hennion: 2002:19). Así vemos que hay una especie de capacidad, de acción en las mediaciones de lo musical y lo social. La obra, podemos decir, un disco de rock, presenta un sentido en términos de su elaboración por parte del artista y todos sus objetos que hicieron posible ello, y además un estado que se vuelve activo en la práctica del escucha y quizá de esa manera se reconstituye o termina de cerrar el círculo. En el caso de la obra de Solari el mismo Indio una vez le decía a la Revista Rolling Stone:

“La poesía debe ser sugestiva. Una obra es simbólica. Si lo entendiésemos de otra forma no haría canciones, sino panfletos o política. Nos dicen que nuestras letras son difíciles, pero yo no veo que los chicos las encuentren difíciles; suena más bien a excusa, para justificar una poesía más llana y sin calidad. Uno hace montajes alegóricos, como adivinanzas, para que el otro juegue y se entusiasme”<sup>8</sup>.

Un disco, una letra, una canción, siguiendo la idea conceptual del mimo Solari, la termina dibujando el oyente, quien se la apropia. Por eso cuando en este trabajo digo, a la par de las ideas de Hennion, que la música es mediación, la música es la sociedad y está imbricada en ella. Pero la música o la obra musical, o un disco más específicamente, son en situación.

---

7 Hennion, A. (2002), La pasión musical, Barcelona, Buenos Aires, México, Paidós.

Pag.16

8 Revista Rolling Stone. Año 3. Número 33. Diciembre de 2000.

Los oyentes, los fanáticos, los seguidores de un artista sirven de agenciadores del campo musical. Pues la obra también es parte del público, son ellos quienes reconfiguran la potencia de lo musical.

Lo que sigue en el análisis es una serie de comentarios de fanáticos en otras de las más conocidas fan pages de Los Redondos “Mundo Redondo. Las puertas del nuevo cielo”:

“Mmmmmmmmmmm y lo vuelvo q repetir redondo de ricota hasta la muerte!;!;!;!;!;! Los solistas del indio se los dejo alo rico teens diría cocorito !!!!!;!;!;!!” (Ramiro Dalieri)

“El Ruiseñor, el amor y la muerte me parece de lo más exquisito que ha hecho Monsieur en los últimos tiempos. Son conscientes que somos contemporáneos de un fenómeno único e irrepetible? Gracias por tu arte pelado.” (Noe Rodrigues Goitea)

“Que pedazo de disco no tiene desperdicio, genial la música, los arreglos, las letras, gracias Indio por tanto, hoy salió a luz un disco antológico y eterno.” (Paulo Cristian Figueroa)

Aquí, nuevamente lo que señala el primer comentario es esa clásica división en el público ricotero: aquellos que prefieren los primeros discos de la banda y los que están más “abiertos” a los cambios musicales sufridos por la trayectoria del grupo y luego del Indio Solari solista. También se deja ver en el comentario otra vieja asociación entre clase o estatus (“rico teen”) y música “soft” digamos. ¿Qué quiero decir?, que hay una relación por parte del público rockero a grandes rasgos, entre los que les gusta un rock más pop asociado a chicos de clase media y entre los que prefieren un estilo más duro y rockero asociado a jóvenes de barrios underground o mas periféricos. Esto, aclaro, es la idea que circula en parte del mismo público. Un tema interesante para el análisis sociológico. Pero que excede lo propuesto en este trabajo.

Por otra parte, los otros dos comentarios le rinden buenos elogios al nuevo trabajo de Solari. En general, lo que fui encontrando a lo largo de las lecturas de cada fanpage, vuelvo a reiterar, fue una especie de secuencia que demostraba básicamente un promedio de 2 o tres comentarios despectivos del disco sobre diez o un poco más de buenas recepciones por parte de sus seguidores. Es necesario ubicar el análisis del aficionado y del gusto, como sugiere Hennion (2010) bajo el signo de esta doble transformación: la de la «música» que

se transforma en repertorio y la del participante que pasa a ser comprador-oyente-descargador. Ese bosquejo nos ofrece la oportunidad de entender que las vinculaciones y los modos de hacer del oyente pueden articular y formar subjetividades –y no solamente responder a etiquetas sociales como las que veíamos en los comentarios relacionando música-clase–, y tener una historia irreductible a la de las obras. Por ello, advierte Hennion, es necesario concebir una sociología más pragmática, más próxima a lo que hacen y piensan los actores, los fanáticos, los escuchas.

Entonces, el gusto, continuando con la visión de Hennion (2010) no es ni la consecuencia –automática ni inducida– de los objetos que provocan el gusto por sí mismos, ni una pura disposición social proyectada sobre los objetos o el simple pretexto de un juego ritual y colectivo. Es un dispositivo reflexivo e instrumentado para poner a prueba nuestras sensaciones. No es un proceso mecánico, sino que es un sistema de relaciones intencionadas, configuradas por los públicos y las obras, y todas sus mediaciones.

Los siguientes comentarios<sup>9</sup> vienen de otra página preferida por los fans de Los Redondos y del Indio: “Redonditos subtítulos”:

“Creo q es el peor disco del indio de toda su carrera, eso no quiere decir q sea malo, lo digo como algo personal... pajaritos por ejemplo me pareció increíble, si lo tocaba entero en vivo me iba feliz... si toca este disco en vivo completo me mato”. (Agustin Biscay Cibils)

“Seguramente el pseudo rockero dirá "ay malísimo, no tiene ningún tema para poguear" .. vayan a escuchar punk salchichas, a mí me gustó mucho el disco, muy distinto a lo que venía haciendo , está genial.” (Bruno San Martín)

“Un par de temas muy buenos, pero tiene más de la mitad que son realmente muuuuuuy onda Alejandro Sanz, ni sui géneris se hubieran animado a sacarlos jaja.... Igual el indio es un groso. Callejón de los milagros es el peor tema de la historia del indio, demasiado onda verano del 98 en el fogón jaja”. (Martín A Kus)

“Y me acuerdo que nos vendían que iba a ser el disco mas rockero del Indio, que iluso fui. HORRIBLE ESTE DISCO!!!! Donde quedo esa fuerza que tenias antes”. Axel Boetsch

“El mejor disco de su etapa solista, bienvenido que no se repita y parezca mucho ni a los redondos ni a sus anteriores discos solistas, pocos artistas tan influyentes logran no repetirse a si mismos... GRANDISIMO INDIO!!!” (Nestor Pfefferman)

<sup>9</sup> Aclaro que dejo textual tal como figuran los comentarios en la fanpage, tanto puntos, comas, ortografía, etc.

En estas cinco opiniones de los seguidores del Indio existen sensaciones y visiones encontradas. Como venimos viendo, hay a algunos que les gusta el nuevo trabajo y hay otros que no les parece de lo mejor. Lo que más prevalece, tanto en estas sentencias como en demás opiniones, es la confrontación de aquellos fans inclinados a una versión más rockera del Indio, como los tenía acostumbrado la etapa primigenia de Los Redondos, y aquellos otros que, si bien los conmueve esa dimensión rocker y poguística de la música del Indio, prefieren a su vez estos trabajos más elaborados musicalmente y que no necesariamente poseen temas al estilo “Rock para el negro Atila”<sup>10</sup>, por citar solo uno. Dentro de este último grupo de seguidores, se muestra una apertura musical que festeja la evolución artística del Indio Solari, apoyándolo, respetándolo y reivindicando su trabajo actualizado.

El público, como venimos sosteniendo, no es un negativo de la obra: es un usuario. Una obra artística es conveniente verla, según nuestro planteo, como un proceso de liberación: comprender que, lejos de suponer una sujeción del público a su imagen, la nueva autonomía que el arte ha sabido conquistar implica la autonomía del público, autonomía que no ha hecho más que balbucear (Hennion, 2002). En ese sentido el arte es relación, no objeto. Frente a él, es necesario un interlocutor libre, no un consumidor, prisionero de la concepción del arte que pertenece a los artistas y críticos que le imponen qué es lo que le ha de gustar y se convierten, así, en sus portavoces unilaterales (Hennion, 2002). La obra musical de un artista independiente como el Indio Solari desarma la relación cerrada y causal entre público y artista, entre recepción y consumición. El disco no es un objeto pasivo dispuesto a su consumo, a su escucha. El un agenciamiento en disposición a una relación musical. El usuario, el público, los fans, coproducen la obra, participando, promoviendo la acción del gusto, de la escucha, de concurrir a un recital, de poguear, bailar, etc. Entre mediaciones, música y sociedad configuran un entramado interconectado, plagado de situaciones, momentos, particularidades, intenciones, objetos, agenciamientos. Así, en este trabajo he querido relevar la idea de que las batallas mismas entre un público

---

<sup>10</sup> Es un tema rockero de Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, del disco “Lobo suelto, cordero atado” de 1993.

seguidor de un artista en referencia a su concepción de un nuevo disco, es una relación mediadora del campo de lo musical y social.

Por ultimo veamos unos comentarios más de, en este caso, una fan page creada por ricotereros a partir del nuevo trabajo discográfico del Indio, y que lleva como nombre el título del cd, “El ruiseñor, el amor y la muerte”:

“De todos modos, es un discazo. De lo mejor que se ha producido en el rock nacional en estos (podría decirse) cinco últimos años, y con perdón, por favor, de las producciones solistas anteriores del Indio. Las cuales fueron fantásticas. Saludos”. ( Cristian Unm 2)

“Malísimo el cd indio no son las letras que nos tenés acostumbrado parece un cd de Romeo santos”. ( Javier Martinez)

“Sos un gran loco de la vida. Gracias por enseñarnos a través de tus canciones. Por los jóvenes, salu”.( Luisina Gallo)

“A primera vista una Maravilla como siempre. Letras un tanto oscuras y hay que deglutirlo despacio pero es una gran bOCANADA DE aIRE pURO para este momento realmente de mierda que atravezamos”. (Gerardo Fort)

Nuevamente, la historia se repite, en este caso un comentario despectivo y tres positivos sobre la recepción del nuevo trabajo de Solari. Cualquiera puede entrar en la red y observar en las fanpages del Indio y Los Redondos este tipo de relación: una serie de comentarios negativos y luego una más cuantiosa cantidad de buenas percepciones de las primeras escuchas del “Ruisseñor, el amor y la muerte”. En esa divisoria, lo que he querido comprender no es el gusto musical o el juicio musical en sí mismo, sino tratar de poner en contexto esa disputa observando que decir por ejemplo, “parece un cd de Romeo Santos”, habla no solo de los gustos dentro de los mismos fans del Indio, ni tampoco solo de las disputas y las diferenciaciones entre pares, sino que también describe la configuración mediada en los complejos sistemas de lo musical y lo social. Nos muestra que los discursos, las opiniones y los gustos sobre el nuevo aporte artístico de un artista como el Indio Solari, superan al mismo músico y de esa manera la obra la termina de confeccionar el agenciamiento de sus fans. Sus ideas, sus preferencias, sus emociones, sus historias, sus situaciones, sus lugares, dan forma a la relación musical de tal manera que la música se vuelve sociedad en cada instante.

Esta contribución ilustra el gusto musical como un logro significativo y una actividad situada, con sus trucos y artimañas, en lugar de reducirla a un juego de identidad y diferenciación social. El gusto es una modalidad problemática de vinculación al mundo. En esta concepción pragmática, se analiza como una actividad reflexiva, corpórea, estructurada, colectiva, equipada, dependiente de los sitios, los momentos y los dispositivos; lo que simultáneamente produce las competencias de un amante de la música y un repertorio de objetos (Hennion, 2010). Explicar el gusto exige que el sociólogo se concentre en los gestos, los objetos, los cuerpos, los medios, los dispositivos y las relaciones involucradas. El gusto es un comportamiento. Reproducir, escuchar, grabar, hacer que otros escuchen música... todas esas actividades vienen a ser algo más que la realización de un gusto que «ya existía». Todo ello se redefine durante la acción y el resultado es, en parte, incierto. Así, la vinculación de los aficionados y la forma de hacer las cosas se combinan, forman subjetividades y tienen una historia que no se puede reducir a la de las obras. Entendido de esta manera (Hennion, 2010), como trabajo reflexivo conducido sobre la base de las vinculaciones propias, el gusto del aficionado ya no se considera una elección arbitraria que es explicada por razones sociales ocultas. Más bien, es una técnica colectiva, cuyo análisis ayuda a entender la manera en la que nos hacemos sensibles a las cosas, a nosotros mismos, a las situaciones y los momentos, mientras en paralelo controla reflexivamente la forma en que esos sentimientos pueden ser compartidos y discutidos con los demás.

**Para finalizar.**

En el desarrollo de estas líneas quise decir que para comprender lo musical-social (lo digo así porque son inseparables) debemos prestar atención a las diversas mediaciones que se manifiestan entre individuo y música. Y cuando digo individuo digo también colectivo. A todo aquellos elementos que posibilitan que la música pueda ser escuchada, apropiada, subjetivada, significada y valorada (Hennion, 2002). No solo es importante analizar las acciones en las prácticas auditivas manifestando su poder de agencia. Sino que, en este trabajo lo que pretendí es poner en relieve las disputas discursivas en las redes sociales de los fans del Indio, no tanto para analizar en sí mismo esas batallas relacionadas casi siempre al gusto, al sentido de pertenencia, a la autenticidad y la identidad del ricotero,

sino para ver un poco más allá de eso. Quise comprender lo minucioso que puede ser entender un fenómeno social moviéndome de lo particular (las opiniones de los fans) a lo general, la trama música-sociedad. Porque en definitiva hablar de esas disputas de sentido y pertenencia, de juicios y sentencias, me permitió desarrollar la complejidad de la mediación entre obra y público. Me dio la posibilidad de exigirme como intérprete de las imbricaciones de lo musical y lo social y ver que existen por todos lados relaciones y no música por un lado y sociedad por otro, disco y escucha, artista y fan. Sino que hay fuerzas, atracciones, gravitaciones, en definitiva, mediaciones.

Bibliografía:

Boix, O. y Semán, P. (2017): *Mediaciones y pragmatismo*. Cuestiones de Sociología, 16, e031.

Boix, O. (2015): *Entre el esteticismo y el sociologismo: un debate bibliográfico sobre el rap francés*; Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones Gino Germani; Apuntes de Investigación del CECYP; 25; 6-2015; 219-232.

Callon, M.; Law, J.; Rip, A. (1986): *Mapeo de la dinámica de la ciencia y la tecnología: Sociología de la ciencia en el mundo real*. Basingstoke: Macmillan

DeNora, T. (2010): *Music in everyday in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.

DeNora, T. (2012): La música en acción: constitución del género en la escena concertística de Viena, 1790- 1810, en Benzecry, C. (comp.), "Hacia una sociología cultural, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, pp. 187-212.

Frith, S. (1987): Hacia una estética de la música popular, en Cruces, F. y otros (eds.), "Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología", Madrid, Trotta, pp. 413-436.

Hennion, A. (2002): *La pasión musical*, Barcelona, Buenos Aires, México, Paidós.

Hennion, A. (2010): Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto. *Comunicar*, nº 34, v. XVII, 2010, *Revista Científica de Educomunicación*; ISSN: 1134-3478; páginas 25-33.

Latour, B. (1988): *The pasteurization of France*. Translated by Alan Sheridan and John Law. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. ISBN 9780674657618.



Semán, P. (2015): *Música, juventud, hegemonía: crítica de una recurrencia*. Apuntes de Investigación del CECYP. N° 25. pp. 119 – 146.

Welschinger, N. (2014): 'Roll over Beethoven!' *El poder de la música en la vida cotidiana*. [Reseña del libro *Music in EverydayLife*, por Tia DeNora]. Versión. Estudios de Comunicación y Política, 33, 143-150, en <http://version.xoc.uam.mx/>

Welschinger, N. (2011): *El poder de la música en la vida cotidiana*. Reseña de Tia DeNora, *Music in Everyday Life*”, Revista Argentina de Estudios de Juventud, vol. 1, N°4, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Welschinger, Nicolás (2014): *Rolling no, stone*’. *La música como ‘tecnología del yo*, en “Jóvenes mujeres de sectores populares en la Argentina”, Versión. Estudios de Comunicación y Política. Nueva Época, no 33, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, de 2014, pp. 59-69, edición digital. En línea: <<http://version.xoc.uam.mx/>>.