

BABASÓNICOS HORADANDO LA BURBUJA

Miami y Groncho como una lectura de los 90

Por Nicolás Scheines

“Todos en el mundo somos grasas,
no hago distinción de sexo y raza,
sólo que unos lo disfrutan y otros no pueden evitarlo”

“El Summum”, *Miami*, 1999

“Me dejo ir con libertad
y en simultáneo
estoy disfrutando de esto”

“Casualidad”, *Miami*, 1999

“Es una provocación, es una provocación,
quiere desnudar la farsa del mundo de hoy”

“Clase gata”, *Groncho*, 2000

EL PRÓLOGO DE ESTE TEXTO: LOS 90, LA BURBUJA

En 1999 Fernando De la Rúa prometía en un spot de campaña que, con él de presidente, un peso seguiría valiendo un dólar. Creo que este es un buen símbolo para señalar que con esa promesa de campaña se le puso punto final a lo que se conoce popularmente en Argentina como “los 90”. Funciona como un simple movimiento de manos que sirve para borrar el espectro de humo de boliche, un mero gesto que alcanza para demostrar que algo que parecía ser eterno puede esfumarse en un momento. Pura fantasía de Disney, basada sobre todo en este principio incuestionable e inamovible: *un peso ES un dólar*. Los verdes circulan en restaurantes y kioskos, los argentinos (algunos, sólo algunos) viajan a Miami y a Orlando (y a Cancún y a Punta Cana y a Punta y a Floripa y a donde sea), se mueven como en el patio de sus casas por el ‘Primer Mundo’, disfrutan la ilusión, la viven, les va a durar para siempre.

Pero no. Ahí llega este tipo aburrido a arruinar la fiesta, a asegurar que un peso seguirá siendo un dólar, como si otra cosa fuese posible. Es como estar en un restaurante y que el mozo nos aclare que no hay cucarachas en la cocina. Eso no nos tranquiliza, no hace

más que activar la posibilidad de que alguna vez hubo o que alguna vez habrá cucarachas, negras, grandes, chicas, recorriendo las alacenas, paseando por platos y cuchillos, por las verduras y la carne. Y ya está, se esfuma la ilusión del plato immaculado, se diluye en el aire la fantasía (tan naif, tan Disney) de Argentina potencia mundial, integrante del primer mundo. Adiós a la Argentina de los shoppings y el consumo, el país abierto a las mejores marcas internacionales, el que transmite todos sus canales de aire desde Francia por un Mundial de fútbol, el que se deshace de su industria eternamente inferior para comprar lo de afuera, lo mejor de cada país. Desde ese instante de 1999 hasta el 19 de diciembre de 2001 sólo se vive una lenta agonía, la antesala del fin.

Mientras el equipo publicitario de De la Rúa diseñaba, sin saberlo, el alfiler que pincharía la burbuja, Babasónicos creaba *Miami*, un disco lleno de burbujas artificiales y lleno de alfileres, una muestra de que no todos vivían ahí adentro. O, mejor, una muestra de que desde dentro de la burbuja se vislumbran sus contornos, se trasluce un exterior del todo distinto. Cuando todo explote, aquellos que vieron ese afuera, quienes descubrieron los límites de la burbuja estarán más preparados que los otros; es muy probable que no entren en pánico, que no hundan cucharones en cazos metálicos pidiendo, reclamando, rogando que les devuelvan aquella fantasía a la que se habían acostumbrado.

El disco *Miami* (1999) y su lado B, *Groncho* (2000), exhiben con desparpajo, violencia, humor e ironía la construcción de la burbuja, y terminan clamando ayuda, como si fuese un presagio del estallido final, una plena autoconsciencia de la burbuja que se venía gestando desde el 76 con la implantación del sistema neoliberal en el país, y que encontró en la ‘cultura pop’ de los 90 —por llamarla de algún modo— su mayor esplendor. Políticos devenidos en estrellas de TV, estrellas de TV devenidas en figuras culturales, narcos devenidos en exitosos empresarios y en políticos. Y siempre Miami allí, de fondo, como la pata de Estados Unidos, el símbolo de esta cultura que dominó una década y que en 1999 comenzaba a evanescerse.

En este trabajo veremos cómo distintos fragmentos de *Miami* y *Groncho* trabajan con esta ficción en la que están inmersos, y que vulgarmente denominamos “los 90”.

EL PRÓLOGO DE MIAMI: “4 AM” Y LA NENA SE DESPIERTA

Miami comienza con una referencia política directa: “4 AM”, primera canción, es también el horario tope de verano para que los locales nocturnos cierren sus puertas en la provincia de Buenos Aires, impuesto por el decreto 1.555 firmado por el gobernador Eduardo Duhalde en 1996. Acción política, sí, pero encriptada, hecha guiño, como todo en Babasónicos. No es el Mono Relojero que grita: “¡Andate a dormir vos!”. Es una más de las historias intimistas que caracterizan a muchos temas de la banda, cantadas hacia un interlocutor concreto, una adolescente a ser conquistada (“huye conmigo, abandona a los demás”)¹. En el marco de esta prohibición, la sexualidad, el despertar adolescente, la perversión, el quiebre a las normas siguen tan vigentes como antes. Es más: en lugar de un encuentro de boliche, regulado en cierta medida por la sociedad actual (alejamiento de los padres, protección de grupos de amigas/os, similar clase social y edad, regulada por zona, valor de entrada y selección a cargo de los patovicas, etc.), esta chica se despierta en su casa justamente a la hora en que cierra el boliche, movida por un impulso interior que la lleva a salir de ahí (“te despertaste con la extraña sensación / de que ya no pertenecías / a la decó de adolescente habitación”), y termina fugándose con un hombre, vestida en forma provocativa (“te pusiste el pantalón /aquel que más mujer te hacía”) y en plena Plaza Constitución, “mientras dormía la familia”.

Duhalde no aparece en ningún momento en la canción, pero ese “silencio de la noche de telón”, las 4 AM, hora en la que ya nada puede suceder, en la que se está a resguardo del descontrol y la violencia que generan los boliches y los jóvenes bebidos, habilita a que la chica salga, a que huya con el hombre, a que se resquebraje la institución Familia, a que vejen a la nena de papá en la madrugada de Constitución. La canción relata una historia íntima, y sin embargo es política; es el prólogo de un disco que, siempre teniendo a los jóvenes como principales interlocutores, despliega múltiples significaciones de los años 90, en general veladas, con más de un sentido, pero fácilmente identificables. Como veremos, la tendencia en este disco es que haya una referencia clara y evidente, y una más oculta, que hay que desentrañar. En “4 AM” el título remite directamente a la ley de Duhalde, pero en una primera instancia, la letra no parece estar en la misma línea.

¹ Las citas que no incluyen otra aclaración hacen referencia a la canción de la que se está hablando. Para ver las letras completas de ambos discos, consultar el anexo al final de este trabajo.

Lo mismo sucede con la tapa: sólo cuando se descubre que no se trata del mapa de EE.UU. sino del propio mapa argentino recortado y girado es que *Miami* cobra una significación plena: no es sólo Miami como tópico, sino que es intentar darlo vuelta todo para lograr una Argentina artificialmente idéntica a los EE.UU., cueste lo que cueste, tal vez la mayor sinécdoque de aquel período que comenzó con la “Plata Dulce” de los militares y acabó con el “Uno a Uno” del menemato, tomando la terminología de Viñas. EE.UU., Miami y libertad de mercado, las utopías de la Argentina de la clase dominante, en desmedro de las clases bajas, en desmedro del futuro. Un sueño de libertades a partir de la prohibición. Así y todo, la nena huye, la familia se desarma, la nena no está más en su habitación, y nadie lo puede impedir.

ESA RONCHA QUE DEJAN LOS DESFACHATADOS

Una banda de mexicanos borrachos, una road-movie a toda velocidad, un “carro” destartado, y un mensaje: “Abran la frontera, la estampida veo llegar”. Eso es “Desfachatados”, el segundo tema de *Miami*, una oda al festejo y al descontrol, la alegría de quienes todo lo pueden, aquellos que destrozan a su paso “moteles y bares” porque “cuesta abajo no les cuesta nada”. El rasguído de la guitarra del inicio es una incitación mexicana a la burla, una ironía de lo que vendrá. El descontrol es en una caída, se da siempre arriba de auto con el parabrisas roto, según el videoclip: no hay protección ante un eventual golpe, no hay cuidado, es puro goce sin consciencia.

¿Manejar un auto es manejar un país? ¿Los 90 se caracterizaron por la fiesta de unos pocos, que hacían lo que querían porque total “cuesta abajo no les cuesta nada”? ¿Y el *aire mexicano* de la canción será acaso un señalamiento de que Argentina sigue el camino marcado por el “Efecto tequila” del 94-95, cuando en el país del norte estalló la crisis a raíz de la implantación del modelo neoliberal?

Estas preguntas inducen a una sobrelectura, pero son los propios Babasónicos quienes nos llevan a ella dos temas después: ¿cómo escuchar “La roncha” si no es en relación directa con los “Desfachatados”? El comienzo de “La roncha” también tiene un pequeño juego con la guitarra, pero modificado al punto tal que parece un simple estirar cuerdas, una deformación del inicio de “Desfachatados”, es el “clamor de una canción”, la

“nostalgia desafinada” que “ronca el encordado una guitarra a la distancia”. “Todo aquí es barato, / la vida no cuesta nada” se entona en el mismo ritmo que el estribillo de la otra, “levantando polvo vienen los desfachatados”. Es decir que “La roncha” suena igual que “Desfachatados”, pese a que un tema está en las antípodas del otro: uno es calmo y avanza hacia un éxtasis, mientras que el otro es jolgorio permanente; uno está en registro bajo y el otro no. No sólo suenan igual, sino que comparten algunos aspectos del mismo campo semántico, como el “calor abrasador / tierra apisonada” del comienzo de “La roncha” con el calor mexicano y la tierra luego de sufrir la “estampida” de los desfachatados, o el quid de ambos temas: “cuesta abajo no les cuesta nada” (“Desfachatados”) y “Todo aquí es barato / la vida no cuesta nada” (“La roncha”).

Roncha es lo que dejan los desfachatados luego de su paso. No es una herida, no es una enfermedad. En principio, lo que los Babasónicos pueden ver en 1999, con el programa neoliberal ya aplicado pero aún en auge (recordemos la promesa de campaña de De la Rúa de mantener el uno a uno), es una lesión en la piel, una protuberancia, algo que queda a la vista de todos, en la superficie, pero que puede tener otras significaciones a futuro, como cualquier enfermedad transmitida por un mosquito. La roncha es lo que está ahí, lo que se ve: “Fiesta es el veneno, está en su piel...” / “Vuelan como moscas en la miel... / En esta visión no hay mañana. / Cómo se diluye el porvenir”. Y luego sí, lo que hay detrás de la roncha: “Fiebre”, repetida hasta el final, “fiebre” como una advertencia de la dilución del porvenir, todo el in crescendo de la canción hacia este momento, un minuto de Dárgelos diciendo “fiebre”, acompañado ahora sí de todos los instrumentos (incluyendo algunos violines y un solo de flauta), una explosión de sonido que hace estallar la idea de la roncha, todo lo que hay detrás. De la tierra apisonada no queda nada ya. Lo que no costaba nada se arrebola en delirios de fiebre.

No voy a forzar la interpretación, pero parece estar muy subrayado al momento de la escucha la relación directa entre estos dos temas, estableciendo un vínculo que habilita pensar que en la frase “en esta visión no hay mañana” el “esta” se refiere directamente a la visión de los desfachatados, que no dejan nada a su paso porque “cuesta abajo no les cuesta nada”. La lectura en clave política es sencilla, y los 90 de figuras como Menem y sus Ferraris o María Julia Alsogaray y sus pieles (estos desfachatados que “vienen dando

tumbos, viven fuera de la ley”) significan una profunda deslegitimación de las instituciones y un vaciamiento del Estado que destruyen el futuro, una premonición de lo que vendrá.

Lo interesante es que para construir esta crítica política los Babasónicos se valen del pastiche y la ironía, por un lado (los desfachatados son claramente reivindicados en su propio discurso; está en el oyente descubrir la ironía), y de la puesta en relación de distintas canciones del disco con tonos diversos pero con un mismo tópico.

Este juego de tonos altos y bajos² se repite a lo largo de *Miami* con otras canciones. “El Playboy”, “Paraguayana”, “Combustible” y “El Summum” también comparten con “Desfachatados” el tono festivo, la veneración de figuras centrales del boliche, la noche y el despilfarro, los juegos de seducción que mezclan ‘reyes de la noche’ setentosos y noventosos, “Armando Bó” con sonidos eléctricos de las nuevas corrientes musicales (“Paraguayana”), la propia inclusión de la voz de la Coca Sarli diciendo “¡Cuidado con las curvas! / ¡No, jaja, las mías no!” (“El playboy”) o el gesto pigliesco de “Combustible”, donde Dárgelos dice: “quemo el dinero [...] necesito gas para seguir”, en clara alusión a una dependencia de ciertas sustancias para alcanzar “la alegría que [le] falta”. “El Summum” es, valga la redundancia, el summum de esta combinación, sobre todo si se toma en cuenta el videoclip, que comienza con un cura filmado tipo cine argentino basura de los años 70 anunciando que lo que se verá corrompe los valores de la institución familiar, sumado a una bizarra entrevista a un ficticio “Benito Scorza”, un viejo italiano de bigote cano y bandana de leopardo que da una entrevista en su yate mientras navega por el río. Toda una humorada para presentar al rey de la noche, el rey de los grasas que en los 90 circula por los boliches y cabarets de Recoleta.

En contraposición a estos temas, otros, como “Dragdealer”, “Gustavo Show”, “Gran Prix” y “Mal viaje”, en otro tono, suenan como los finales de fiesta de las otras canciones, con una lógica similar a la que vincula a “Desfachatados” con “La roncha”. Si bien las relaciones no son directas, como en aquel caso, en un plano general los primeros hablan del descontrol, mientras que los últimos responden a un clima apagado de tonos grises. Por ejemplo, las rimas de “Dragdealer”, toscas y forzadas, ponen cualquier cosa en relación,

² Me refiero, desde mi ignorancia musical, a esas canciones con mucho ritmo e intensidad, que se oponen nítidamente en Babasónicos a otras de un ritmo más lento, entonadas incluso en sonidos menos audibles, a veces susurradas más que cantadas. Sospecho que estos términos serán mejor comprendidos a partir de oír el disco.

junta términos por el sólo hecho de que su sonoridad sea similar, pero todo queda bajo el manto de esa primera frase: “Todo está en crisis”. De hecho, su primera parte podría pensarse como un desprendimiento de la historia narrada en “4 AM”, el final de esa adolescente que perdió la inocencia: “Todo está en crisis, / bajo el cielo de Piscis, / mírenla a Isis, / llorar, / la adolescencia, / trae turbulencia, / perdió inocencia, / mírenla”. Los hechos desgarradores que se delinean aquí son la contraparte de la fiesta: la droga que circula en “Combustible” tiene una contracara, la vida de estos sujetos marginales que sostienen al sistema, a la burbuja (en este caso, este *dragdealer*): “el clavamista, / se fue de pista y a los turistas, / piensa estafar, / anda en la transa, / mintió en la balanza, / busca una zanja, / donde volcar, / porque este amor, / no tiene solución, / lo hecho hecho está, / y no vuelve atrás”.

En todos los otros temas se dan operaciones similares, e incluso esta diferencia de tonos está en las canciones instrumentales: en “Bardo de estrella”, octavo tema del disco, aparecen los sonidos de la fiesta ‘en la cresta de la ola’, un ritmo nada armónico, que lejos de ser un instrumental en el que se persigue destacar cierta melodía y algún solo, no pasa de ser una mezcla aparatosa de ruidos y sonidos. “Colgado” suena tiempo después, entre “Gran Prix” y “Mal viaje”, y mantiene el tono más calmo de éstos, que podría ser interpretado como el paralelo musical de lo que se ve en las letras; es lo que viene después del “bardo de estrella”, del descontrol protagonizado por los reyes de la fiesta, los reyes de la burbuja.

GRONCHO, 35 MINUTOS DE LADO B

“A principios de la década de 1950, la canción en el lado A era la canción que la discográfica quería promocionar, mientras que en el B se incluyeron las grabaciones de calidad inferior, instrumentales, etc.”

Wikipedia, entrada “Lado A y lado B”, obtenido el 8-12-2014

Sin entrar en detalles de índole comercial, sabemos cómo surgen los “lados B” de Babasónicos, según la nomenclatura que la propia banda le da a esos discos. Lo que no entró en *Pasto* (1992), *Trance sombra* (1994) y *Dopádro* (1996) conformó *Vórtice marxista* (1998), así como *Vedette* (2000) fue el lado B de *Babasónica* (1997) y *Groncho* (2000) lo fue del disco eje de nuestro análisis, *Miami* (1999). Además, recientemente

apareció *Carolo* (2013), último lado B de la banda, pero con otras características: se trata de lo que no entró en el disco-boom de Babasónicos, *Jessico* (2001) y fue editado en un disco doble por Sony, junto con el “lado A”, anunciado y promocionado como un nuevo disco de temas viejos. Los otros, en cambio, surgieron como parte de una disputa con la discográfica, que acabó en publicaciones paralelas bajo el sello Bultaco Records, invención de la propia banda, con la cual también editarían versiones remixadas y otras rarezas de las que no hablaremos.

A partir de esta génesis queda mucho para decir entonces del disco que nos ocupa, *Miami*, y su lado B, *Groncho*, porque allí vemos todo lo que efectivamente Sony no quiso incluir en la edición comercial. Pese a que ya pudimos observar que *Miami* no es precisamente ‘cómodo’, ni desde las letras ni desde la música, con una amplia variedad de tonos, ritmos, melodías y sonidos que no resultan tan fáciles de clasificar en un género, que es la panacea del mercado (para poder ser vendido primero hay que estar clasificado, tiene que poder ser ubicado en una ‘batea’, y esto vale tanto para la música como para cualquier otra expresión artística), *Groncho* tiene otras incomodidades, que en la mayoría de los casos son más explícitas. La tapa misma es un lado B, junto con su título: el “groncho” es el opuesto (supuestamente) del que viaja a Miami, es el que se queda acá, el que no entró en la ola del sistema de consumo, y se queda en ese adefesio que combina estructuras de cemento llenas de humedad, grafitis, ‘iglesias universales’ y otras yerbas: lo que no se quiere ver, el otro lado de la Argentina del Primer Mundo, el país del menemato que se autoexilia en Miami para pertenecer y que consume para no salir de ese mundo. “Todos en el mundo somos grasas, / no hago distinción de sexo y raza, / sólo que unos lo disfrutan y otros no pueden evitarlo”, decían ya en el lado A (“El Summum”). En el lado B se muestra lo oculto, aparecen ‘otros grasas’, como “Pop Silvia”, una ironía constante al culto de la belleza artificial (¿referencia a Silvia Süller? No importa...). El ritmo de balada romántica, el tono de enamorado con el que Dárgelos flexiona su voz no es más que un pastiche para esta “embajadora del encanto facial”, “alteza visionaria”, “coronada Miss Galaxia / iluminada por tormentas de flash, / encantadora su presencia estelar, / automática belleza de cristal”. El estribillo cuenta con una de esas frases que desbaratan la ironía, que muestra el artificio de la canción, su crítica: “brillo acumuló y hoy te encandila”. La luminaria insoportable de esta “grasa” que se cree reina, una ‘groncha’ más, como todos, sin

“distinción de sexo y raza”, pero que es nuestra “embajadora del encanto facial”, nuestra “belleza de cristal”.

Si en el lado B se esconde esta burla al sistema de canonización de estrellas formulado por la TV, también se ríe de los canonizados en el mundo de la música: “No debe haber / un solo ser sin amor, sin amor” (“Clase gata”) es una versión del “Nadie puede, nadie debe vivir, / vivir sin amor” de “El amor después del amor” de Fito Páez, pero siempre desde la ironía y el pastiche:

Llévame hasta el hospital,
a la maternidad
que voy a dar a luz
enfermeras muy sexys

Estoy en llamas de emoción
con la respiración aire provocador
mueren por atenderme

El rockstar pide que alguien lo lleve al hospital, da a luz a enfermeras sexys, se emociona con que los otros “mueran por atenderlo”; es decir, vive en una fantasía, en un limbo cuyo único centro es él mismo, un “pop Silvia” de la música, un “Pomelo” como el creado por Pedro Saborido y Diego Capusotto en el genial “Peter Capusotto y sus videos”. El tema no sólo ironiza contra el recordman de ventas en discos, sino contra toda esta “clase gata”, incluyendo al otrora prestigioso Charly García, devenido en showman estelar de los 90, el ejemplo vivo de por qué el SEDRONAR alguna vez durante esos años empapeló las calles con leyendas en blanco sobre negro que rezaban: “Maldita cocaína.”. Cuando Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota se opone al “no voy en tren, / voy en avión” de Charly (*Parte de la religión*, 1987) al cantar “¡Yo voy en trenes! / (no tengo dónde ir...)” (“Todo un palo”, *Un baión para el ojo idiota*, 1988), se ubica en la vereda de enfrente de esta vertiente del Rock Nacional que fue cooptada por el Sistema, que ingresó a él por las revistas y la TV y que se instalaría para siempre como trasfondo pseudo-cultural de lo que se escucharía en los 90 a través del *mainstream*, el arte que no modifica, que nace institucionalizado. Babasónicos, en cambio, juega con estas estéticas, y les retruca desde el mismo Sistema (aunque en el lado B), manteniendo las afirmaciones de Fito y Charly, pero llevadas al extremo del ridículo, que es, a su vez, el que parece más verosímil: “Aerolínea del amor / si voy en cama yo / con tu media pensión / clase gata azafata”. Ni en tren ni en avión: en la cama de éste, disfrutando de todas las atenciones de las azafatas: un show, una fachada más

a destruir: “ya vi tu estupidez / no tiene perdón, / descansen un rato. [...] Es una provocación, es una provocación, / quiere desnudar la farsa del mundo de hoy”. Incluir esta declaración de principios, el objetivo de “desnudar la farsa del mundo de hoy” es uno más de los pastiches, la superposición de discursos que incluye también a la crítica que hacen, nobles intenciones que no pretenden encontrar otro camino, sino provocar.

Y si de provocar se trata, no sólo son parodiadas las figuras del rockstar y de los ‘mediáticos’ que circulan por los medios masivos. En estos *mass-media* que monopolizan el campo cultural de los 90 aparecen nuevas figuras, mixtura entre la publicidad, la política, los dibujos animados y nuevas formas de hablarle a la sociedad: Fleco y Male ya son personajes míticos de aquella década, que tuvo al SIDA y a las drogas como principales ‘enemigos’ en la agenda pública de salud. Con la creación del SEDRONAR (Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico) en 1989, la drogadicción y el narcotráfico aparecen como elementos en los que el Estado tiene una forma de intervención directa, haciéndose responsable tanto de la salud de los adictos como de desbaratar las redes de distribución de las sustancias ilegales³. En ese marco es que lanzan una campaña publicitaria a partir de dos adolescentes hechos en dibujos animados, que interactúan con personas ‘reales’ (imitando a la popular serie infantil de 1996 *Dibu. Mi familia es un dibujo*, en la aplicación de nuevas tecnologías), entre las que

³ No parece menor el dato de que los dos primeros secretarios hayan estado procesados por irregularidades (Alberto Lestelle, quien estuvo al mando de la secretaría desde 1989 hasta 1995, cuando acusó a los legisladores nacionales de “dar un nariguetazo” antes de hablar en la Cámara, fue procesado en 2007 por desviación de fondos, mientras que su sucesor, Gustavo Green, tuvo que dejar su cargo un año después, procesado por una causa de 1993 en la que se lo acusó de privación ilegal de la libertad agravada por violencia y por el uso de armas), mientras que los otros dos secretarios de los 90 sean dos de los principales hombres de confianza de Duhalde (Julio César Aráoz, desde el 96 al 98, fue jefe de la campaña presidencial de Duhalde en 1999 y en 2011, mientras que Eduardo Amadeo, su sucesor hasta el 99, fue vocero de Duhalde durante la presidencia de éste, y candidato a gobernador de Buenos Aires por su partido en 2011). Eduardo Duhalde es frecuentemente acusado por diversos sectores de la opinión pública de haber introducido y manejado las redes de narcotráfico en el conurbano bonaerense.

De todas formas, estas son todas sospechas y suposiciones que escapan este análisis. Sólo quiero hacer énfasis en los cuestionamientos que pueden recaer sobre esta secretaría, en línea con lo que diré en torno al tema “Drogas... ¿para qué?” y cómo circulaba el tópico “drogas” en los medios masivos de comunicación en los 90.

Más información sobre el procesamiento de Lestelle: <http://www.lanacion.com.ar/872448-lestelle-ira-a-juicio-oral-acusado-de-corrupcion>

Más información sobre el procesamiento de Green: <http://www.lanacion.com.ar/171095-vuelven-a-procesar-a-gustavo-green>

Para ver la acusación de Luis D’elía al llamado “*zabeca* de Banfield” (nunca nombra a Duhalde) de introducir y manejar el narcotráfico en la Argentina desde hace 30 años: https://www.youtube.com/watch?v=Ay_gWaHdGQQ

se encuentran sus amigos y el Dr. Alfredo Miroli, subsecretario de Prevención y Asistencia del SEDRONAR. El lema de la campaña es “Drogas... ¿para qué?” y consiste en spots televisivos en los que Miroli busca transmitir el miedo a las drogas a través de vocabulario específico y palabras técnicas, observando efectos que en todos los casos se vinculan a la pérdida de neuronas, a la muerte y a la impotencia sexual. El mensaje sin duda está vinculado al “Maldita cocaína.” que vimos antes, con el objetivo final de dar a cualquier sustancia ilegal una imagen negativa, un camino que sólo lleva a la muerte⁴.

Babasónicos, una vez más, se apropia del discurso y lo expone en su tema homónimo, “Drogas... ¿para qué?”. Ante el cuestionamiento de Fleco al rechazar un cigarrillo de marihuana (“¿Así que yo me fumo un porro, menos neuronas para mí, y más guita para ellos [los narcos]?”), Babasónicos toma ese “ellos” y expone el sistema que maneja la droga: “Ellos las crean, ellos las nombran / ellos las cortan, las promocionan. / Ellos la exportan y la fraccionan / la distribuyen, ellos la explotan / Entonces, drogas... ¿para qué?”. El mensaje es claro y, posiblemente, real: son los ‘narcos’ los que arman la red de consumo que va desde la producción hasta la promoción y la distribución, para quedarse con la ganancia, como en cualquier empresa que maneja toda la cadena del producto, con el beneficio de que, al ser un mercado ilegal de alto riesgo, la ganancia que obtienen por cada transacción se multiplica exponencialmente. Sin embargo, existe una diferencia radical de este tema con los spots de Fleco y Male: quién ocupa el lugar del “ellos”.

En un nuevo marco de producción de significados (la canción de rock, y no ya el spot televisivo) el mensaje adquiere nuevas significaciones, y si el espíritu de denuncia es idéntico (la plata de las drogas va para los narcos), los narcos ahora son distintos. La canción acusa abiertamente a los mismos realizadores de la campaña (al SEDRONAR, al Estado o, mejor, a la clase dirigente en general) de ser los narcos en cuestión: “TV barata, masaje y cable / nos venden todo, miserables / no me alimenten con su risa / estoy asqueado de tu caricia”. El mensaje del SEDRONAR aparece como un producto más que se vende, otra farsa del sistema que se rinde a los pies del marketing y la publicidad, una secretaria que tuvo al frente a un secretario que no dudó al desviar fondos de programas de asistencia para la drogadicción y a otro acusado de represor en plena democracia, pero que ante los

⁴ Desde el psicoanálisis se podría plantear una falla estructural en la campaña, pues la pulsión de muerte probablemente sea uno de los principales estímulos para acercarse a ellas, pero ése es otro cantar...

mass-media sale con campañas de consciencia pública para denunciar las redes de distribución con las que se vinculan en las sombras. “Ellos” no son una banda de rufianes marginales a lo Arlt, narcotraficantes de la más baja estofa, sino que son los mismos que gobernaban en los 70 y que gobernaban también en los 90: “Terrorista polarizado / represor desocupado / torturador con celular / comando urgente anti Ray-Ban”. En los 90 la transa se multiplica, y los mensajes anti-narcos sólo parecen un mal chiste de un sistema político que sostiene y trabaja a la par de los narcos.

“PROMOTORA” Y “EL SHOPPING”, FORMAS EXPLÍCITAS

Tanto en *Miami* como en *Groncho* hay dos temas que escapan a la estrategia de la sugestión, de la ironía sutil, y se convierten en canciones de crítica social en forma explícita. Es cierto que “El shopping” (*Miami*) y “Promotora” (*Groncho*) no son “Señor cobranza” (Las manos de Filippi, interpretado por Bersuit Vergarabat), pero tampoco requieren una escucha muy atenta para notar que se está hablando del sistema actual (los 90, y también hoy), que critica a la lógica neoliberal de consumo permanente.

“El shopping” parece una reversión de aquel artículo tan divulgado de Beatriz Sarlo titulado “El centro comercial”, donde se señalan sus principales características como nuevo centro de encuentro de los pobladores de las urbes, espacios cerrados que reproducen una falsa ciudad, con luz permanente que dificulta distinguir el día de la noche, y con pasillos que se repiten, para favorecer la desorientación e incentivar a que en el torbellino el sujeto acabe por comprar algo que no necesita, pero que de un momento a otro desea. Se trata de un espacio impostado y repetido, un prediseño de fábrica que hace que todos los shoppings del mundo sean más o menos parecidos.

El boom del shopping en Argentina comenzó a surgir masivamente en los 90: Unicenter y Patio Bullrich se inauguraron en 1988, Alto Palermo en 1990, Paseo Alcorta en 1992, Alto Avellaneda en 1995, el Tren de la Costa y sus diversas estaciones-shopping también en 1995, el Abasto de Buenos Aires en 1998, y esto sólo por nombrar los más conocidos de Capital Federal y el Conurbano. Babasónicos toma nota del suceso y lo interpreta como una forma de dominación:

Mentes maestras nos tienen atontados,
dicen: "entrá que está climatizado",

y esto aparenta ser normal, transcultural,
es nuestro plan globalizado.
Siento que pocos controlan las recetas,
sofisticada química a la venta,
creen tenerme bajo control también,
tejan marañas yo fumo bajo el agua,
¿Qué es lo normal cerca de estar en el fin de la Historia?
Sintonizá, llega el final,
tantas preguntas y una sola respuesta

La globalización llega con forma de shopping, amparada en un crecimiento pandémico que está impulsado por la caída del Muro y la conquista de un mundo nuevo (un *mercado* nuevo, como siempre, desde Roma hasta hoy, pasando por la Conquista de América y el imperialismo característico de los últimos 3 siglos). El consumo masificado supone la estúpida canonización de una frase que marcó los 90: “Hemos llegado al fin de la Historia”, concluyó el politólogo norteamericano Francis Fukuyama tras la caída de la U.R.S.S., e increíblemente su mensaje tuvo enorme repercusión en el mundo. “¿Qué es lo normal cerca de estar en el fin de la Historia?”, se preguntan los Babasónicos, burlándose de Fukuyama y sus seguidores, mientras *fuman bajo el agua*, es decir, desafían al mundo de lo posible, se escapan de la vertiente consoladora del consumo constitutivo del ser que propone la lógica del shopping.

En el lado B del disco, el shopping vuelve a aparecer, y lo hace con la misma connotación negativa, pero en este caso dentro del *paisaje noventoso* que traza el recorrido laboral de una promotora (justamente, alguien dedicada a promocionar, a vender a través del marketing, marca de época). En este recorrido aparecen nuevas prácticas laborales que reemplazan a la industria nacional, desmantelada desde la llegada del neoliberalismo en 1976, y también se narra una nueva arquitectura y nuevas prácticas sociales, desde la “rotisería” y el “fútbol 5” hasta las típicas “remiserías”, signo por excelencia de la decadencia de la clase media, donde el auto familiar —logro del trabajador— se reconvierte en único medio de vida:

Luces mejor con la barriga
y después fue rotisería
Y en la cocina diste un brinco
y convertiste en fútbol 5.
La solución vos la sabías
todo hoy es remisería

[...]

Aquella industria nacional pasó a edificio abandonado,
sirvió como estacionamiento y es el shopping del momento.
La gloria del cine de barrio tiene nueva *felizardo*
si como templo estafa lista, hoy es
bingo menemista.

Todo se reconvierte, la ciudad se mantiene estructuralmente pero cambia sus fachadas, en directa relación al arte de tapa del disco (no olvidemos que “Promotora” pertenece a *Groncho*). Así como la remisería es signo de la decadencia individual de una clase, la reconversión del mercado del Abasto en shopping es una realidad que no puede ser más metafórica, cambiando la provisión de la ciudad por el ocio puro y la máquina de consumo. El cine de barrio transformado en Iglesia Universal o en “bingo menemista” es trocar entretenimiento familiar por el show de Dios o del azar (¿cuánta diferencia habrá realmente entre estos dos términos?).

Como decíamos, “El shopping” y “Promotora” son críticas crudas —casi traicionando el propio estilo de la banda por su forma tan directa—, y son las que más sencillamente expresan el ‘clima de época’, lo que estaba a flor de piel para quien lo quisiese ver. En la iconografía de los 90 sólo parecen faltar la cancha de paddle y el parripollo que completan el imaginario popular de la década. En esta línea, estas dos canciones, si bien críticas e interesantes musicalmente (no lo analizaremos aquí), se acercan más a algún video nostálgico de YouTube que abunda en momentos de los 90 o a otras expresiones artísticas que apelan a una serie de lugares comunes para retratar la época.⁵ De todos modos se debe tener en cuenta que la crítica que hace Babasónicos es de 1999, y no una mirada retrospectiva desde años posteriores. Además, ambos temas cumplen la función no menos importante de volver explícita la crítica, lo que permite abrir una línea que habilite la lectura de las otras canciones.

⁵ En YouTube circulan muchos videos del tipo “¿Te acordás de los 90?”, con “Brillante sobre el mic” de fondo, cortesía de Fito Páez (por ejemplo, éste: https://www.youtube.com/watch?v=zo1cCZDq_f0), e incluso hace poco la productora de humor Nah! Contenidos lanzó una serie en la misma plataforma, llamada “Volver al Uno a Uno”, donde un par de hombres regresan constantemente a los 90 y se cruzan con todos los clichés de la época (episodio 1: <https://www.youtube.com/watch?v=wEKbz7743Y0>).

La colección de cuentos de narradores jóvenes a cargo de Diego Grillo Trubba *Uno a uno* (Reservoir Books [Mondadori]) también pretende narrar los 90 con resultados dispares según los cuentos, pero donde los lugares comunes de la época son una constante.

“CASUALIDAD”, “EL SÚBITO”, “BOOGIE BOUTIQUE”, EL MENSAJE FINAL

“Sé qué es bueno para mí, no caigas” se oye como en un susurro la voz de Dárgelos. De hecho, estas palabras no aparecen en las letras que transcriben las páginas web; en el oído suenan como si de un mensaje subliminal se tratase, un poco al estilo de aquel episodio de Los Simpsons en que una banda juvenil canta “yvan eth nioj”, con el fin oculto de atraer voluntarios a la Marina a través del mensaje encubierto de esas letras al revés, “Join the Navy”. En este caso Babasónicos parece dejar de lado la ironía, y esboza un ruego a su potencial audiencia. Lo mismo pasa en “El súbito”, de *Groncho*, que en medio de un ritmo trágico inserta una voz intervenida extraída probablemente del cine, que en este caso sí está transcripto en las letras, entre paréntesis: “(No me hieras a mí... porque te hieres... ayúdame)”. El “ayúdame” es imposible de describir aquí, pues en la audición suena cortado, fragmentado, se repite constantemente, es como un pedido de ultratumba que sólo al final termina siendo audible (en muchas ocasiones suena simplemente como “ayuda”), pero trae el mismo tono desgarrador que imprime Dárgelos en su voz al cantar y repetir “Dame más memoria para recordar / la libertad, cuando no la tenga”, temeroso de lo que le pueda llegar a ocurrir con la pérdida de la memoria, con la libertad, en este sistema que atrapa todo, y que, como un “¡flash!”, “fulmina tu destino”. Todo pelagra aquí (“Tus ideas licuadas, / chupadas, lamidas, mojadas, / se hundén, se agotan”), porque en realidad lo que está en juego es el propio ser individual, sujeto que puede ser cooptado desde distintos frentes, ya sea por la promoción o el shopping, por la publicidad o la fiesta y el desenfreno asociado a las drogas, las redes de narcotráfico, etc. Parece imposible no formar parte de esta fiesta: “Me dejo ir con libertad / y en simultáneo / estoy disfrutando de esto”, dice “Casualidad”, y se trata justamente de este juego en el que se disfruta la fiesta, pero siempre siendo conscientes de la mentira que representa. Desde dentro del sistema es necesario mantener ese instante de lucidez que permite horadar la burbuja, recordar cuál es la libertad, que está por fuera del sistema de consumo y desregulación impuesto en los 90.

El temor, el gran miedo, es perder ese instante de lucidez, ser finalmente absorbido, deglutido por el sistema, un sistema que también deja un mensaje en el último tema que cierra la serie: *Groncho* finaliza con “Boogie Boutique”, una canción de electrónica como cualquier otra que suena y sonó en Pachá, pero con una particularidad: “Obedece”, se oye a una voz decir entre sonido y sonido, como uno más de estos mensajes subliminales

desperdigados en los discos, un juego misterioso con intenciones que no intentaré develar, ya que no hablo de un ‘mensaje reflexivo’, de una moraleja o una enseñanza que dejan *Miami* y su lado B, *Groncho*, sino un mensaje entendido literalmente, como un mensaje en una botella, un pedido de ayuda, un grito de auxilio para poder enfrentar este mundo que te exige pertenencia a cualquier precio: “Fiesta de farsantes de la espuma social / invitame a pasar” (“Fizz”, *Jessico*, 2001) es el grito de 2001, otra vez regodeándose en la ironía, aunque cada vez más inmersos en el sistema.

En 2005 los Babasónicos parecen resignarse, aceptar la frustración de que el mensaje enviado en la botella está en el fondo del mar:

Como agitadores en un medio conservador,
muy desquiciados, bajaron mambo,
alto cope, estilo y gran provocación
y se marcharon sin decir nada.
ustedes lo pedían, ustedes lo querían
ahí lo tienen...
el cisne apareció y ustedes...
miren lo que han hecho con el duende del rock,
lo han destrozado,
lo han convertido en una estampa estúpida de sumisión
y desalmado se fue de casa.
ustedes lo pedían, ustedes lo querían
ahí lo tienen...
el cisne secuestro al duende y lo llevó
el cisne se llevó al duende lejos.

“Pobre duende”, *Anoche*, 2005