
GILDA, EL ÁNGEL DE LA CUMBIA. PRÁCTICAS DE SACRALIZACIÓN DE UNA CANTANTE ARGENTINA

Eloísa Martín

Introducción

En este artículo procuro mostrar cómo algunas personas que se identifican a sí mismas como fans de Gilda, a través de diversas prácticas, colaboran en el proceso de consagración de la fallecida cantante. Durante dos años de trabajo de campo en la tumba de Gilda, al mismo tiempo que escuchaba relatos sobre pedidos atendidos y observaba cómo las promesas eran cumplidas en forma de exvotos, una parte importante de los nativos se negaba explícitamente a considerar sus prácticas como relativas a la “religión”. Estas personas era, al mismo tiempo, los visitantes más asiduos del cementerio, aquellos que han establecido un lazo más duradero y fiel con la cantante, quienes cuidan de su tumba y se consideran los guardianes de su memoria: los miembros de los fan’s clubs. Sin embargo, estos fans tienden a actuar de modos demasiado diferentes a lo que la bibliografía establece para la categoría. En muchos casos, se comportan de modo similar a lo que la literatura sobre religiosidad popular describe como devotos, solicitando favores a cambio de exvotos o sacrificios, relatando milagros (Martín 2007). A pesar de que el caso particular de Gilda podría llevarnos fácilmente a deslizamientos de este tipo, veremos que fan y devoto no son sinónimos intercambiables: las diferencias entre ambos términos deben ser consideradas,

pues para los nativos representan categorías utilizadas en contextos y tiempos diferentes. Para los nativos, no todo aquel que hace milagros es un santo, ni tampoco los milagros tienen existencia restringida al ámbito de la religión. Paralelamente, un nudo teórico previo me previno de imponer la categoría de religión a las prácticas nativas: la propia definición de religión es, como afirma Asad (1993:29), el producto histórico de un proceso discursivo.¹

Pese a la negativa a considerarla parte del ámbito de la religión, sí, hay un reconocimiento de que Gilda es partícipe de una textura diferencial del mundo-habitado, al que denominaremos sagrado. Participación ésta, que no es continua, sino que es activada en tiempos y espacios específicos. Propongo, así, analizar la relación que los fans establecen con Gilda en términos de prácticas de sacralización: los diversos modos de relacionarse con ella que la inscriben en dicha textura diferencial del mundo-habitado. Estas prácticas no redundan, sin embargo, en una definición única del *status* de la cantante ni se reducen la relación que los nativos establecen con ella al par “santo/devoto”. Propongo, entonces, que es posible hablar de prácticas de sacralización por fuera de la relación devocional y a partir de recursos ajenos al abanico “religioso”, sin que ello implique cualquier demérito –en el sentido de ser versiones falsas, menores o incompletas de algo “puramente religioso”.

Hablar de prácticas de sacralización nos permite, entonces, evitar las concepciones dualistas de sagrado (entendido como opuesto y radicalmente diferente a lo profano) y, al mismo tiempo, elude el innatismo apriorístico de las definiciones clásicas. Nos posibilita, en cambio, entender lo que acontece en torno de Gilda en términos de lo que Latour (2002) denomina *fe(i)tiche*²: “esses seres deslocados, que nos permitem viver, isto é, passar continuamente da construção à autonomia sem jamais acreditar em uma ou em outra. Graças aos *fe(i)tiches*, construção e verdade [así como construcción y realidad] permanecem sinônimos.” (:55). A partir de la propuesta de Latour, no perdemos de vista la cuestión de la agencia humana ni de la posible transitoriedad del *status* de “sagrado” (cualquiera que sea el contenido específico que adquiera), reconociéndoles tanto el origen humano como su autonomía.

De Miriam a Gilda

Gilda nació, en el seno de un hogar de clase media de la ciudad de Buenos Aires, el 11 de Octubre 1961 con el nombre de Miriam Alejandra Bianchi.³ Las dificultades económicas acaecidas a raíz de la enfermedad y posteriormente la muerte del padre hicieron que Gilda, su hermano y su madre se mudaran, durante los años de su adolescencia, de un tradicional barrio de clase media a un complejo habitacional en las afueras de la ciudad de Buenos Aires. Gilda fue maestra jardinera y se casó, a los 18 años, con un pequeño

comerciante, con quien tuvo dos hijos. En 1990, respondiendo a un anuncio en el diario, decidió comenzar a trabajar como cantante en un género improbable para una mujer de clase media: la cumbia y adoptó el nombre artístico de Gilda para lanzarse como solista.

Es posible fechar el nacimiento de la cumbia en La Costa colombiana, en la segunda mitad del siglo XIX: combinando influencias africanas, indígenas y, en menor medida, hispánicas, pasó de ser el principal estilo folclórico de la región a uno de los símbolos nacionales de Colombia. La cumbia que se instala en Argentina a mediados de los 60, ya había pasado, en su país de origen, por algunas modificaciones derivadas, principalmente, de su entrada en el circuito comercial. El género, que en Argentina tiene variaciones regionales y estilísticas, alcanzó su auge entre finales de la década del 80 y mediados de la del 90. Aunque esto no significa que la cumbia fuera adoptada de la misma manera por los distintos sectores sociales. Paralelamente, el discurso hegemónico evidenciado a través de los medios de comunicación masivos, a partir de los años 80, establece una categoría dominante que la homogeniza y estigmatiza con el término "*bailanta*". *Bailanta* define, para una lectura casi exclusivamente no nativa, no sólo un conjunto de géneros musicales, sino a los espacios donde esa música es ejecutada y bailada. Adjetiva, a su vez, a la estética, a los productos mediáticos (programas de tv, revistas, emisoras de radio) y a las personas que adhieren a ella, como grotesca, humorística, picaresca, vulgar y grosera. De este modo, la cumbia ha sido considerada, a partir de la mirada dominante, como de algo de baja calidad: es música de "*grasas*", de "*negros*".

Entre 1992 y 1995, Gilda grabó cuatro álbumes⁴ y, a pesar de haber convertido algunas canciones en éxitos que trascendían el ambiente de la cumbia (algunas fueron apropiada por hinchadas de fútbol en sus cantos de aliento y otras eran bailadas en las discotecas de clase media), su nombre no era citado dentro del grupo de las cantantes más reconocidas del momento. El 7 de septiembre de 1996, Gilda muere en un accidente automovilístico, a exactos 129 kilómetros de Buenos Aires, cuando viajaba para un show en la provincia de Entre Ríos. Con ella, pierden la vida otras seis personas, entre las cuales estaban su madre y su hija. El entierro en el cementerio de Chacarita fue acompañado por una multitud inesperada para los medios y para los propios parientes, muchos de los cuales ignoraban por completo que Miriam fuera algo más que una mujer que cantaba en restaurantes para mantener a sus hijos.⁵

En los años que siguieron a su muerte, la presencia de Gilda creció en visibilidad en el espacio público: decenas de notas periodísticas, tanto en revistas populares cuanto en diarios de amplia circulación, libros, programas especiales en canales de aire, tres documentales, un proyecto, truncado, para filmar un largometraje sobre su vida, ediciones especiales de CDs, videos, pósters. Algunas de sus canciones musicalizaron telenovelas y otras fueron regrabadas por cantantes

de diferentes estilos. Su muerte, además, se convirtió para los medios en una matriz para entender otras muertes trágicas en el mundo de la música tropical: explicaba tanto los peligros de la vida de esos artistas en términos de mal camino (consumo de drogas y alcohol, promiscuidad sexual, delito) y de explotación (sobree Exposición en los medios, numerosos shows por noche, contratos esclavistas y hasta una “mafia” que controlaría el negocio) como las “santificaciones” posteriores de los mismos.

Diez años después de su muerte, decenas de personas visitan asiduamente a Gilda en el cementerio o en el santuario erigido en el lugar de su muerte. Entre esas personas, algunas se reúnen para recordarla en clubes de fans, que son varios, se fragmentan, crecen, decrecen, cambian de forma, pero continúan funcionando en torno de su figura.

Clubes de fans

La tumba de Gilda se encuentra en la galería 24, en el cementerio de Chacarita. El nicho de Gilda y el de Mariel, su hija (inmediatamente al lado), acostumbra a estar cubiertos de flores frescas durante toda la semana. Rosarios de plástico de varios colores, varias placas de agradecimiento, estampitas de santos y vírgenes y mensajes escritos a mano, pidiendo por el triunfo de Boca, por la salud, para “*ser feliz*” y una cajita forrada con el cartel “*Dejale tu carta a Gilda que se la llevamos al santuario. Club de fans No me arrepiento de este amor*”, completan el cuadro.

Numerosos clubes de fans se formaron, antes y después de la muerte de Gilda. “No me Arrepiento de este Amor”⁶ fue fundado un año antes de la muerte de la cantante y “Guardianes de Gilda”, pocos meses después del accidente. Algunos de ellos se diluyeron con el correr del tiempo (como “Ámame Suavecito”), otros se fragmentaron, sufrieron divisiones (“Gilda un amor verdadero” surgió en 2002, de la mano del ex vicepresidente de “No me arrepiento de este amor”) y otros mudaron de forma, como es el caso de “No es mi despedida” que, creado en abril de 1997, se convirtió en la Fundación y comedor infantil “Los corazoncitos de Gilda”.⁷

Los fan’s clubs de Gilda tienen una especie de cuadro directivo que cuenta con un presidente y puede incluir también un vicepresidente, secretarios, vocales y hasta una “encargada de prensa”, además de los participantes sin cargos específicos. La figura de mayor destaque es la del presidente quien puede hablar en nombre de los fans, asume la mayoría de las responsabilidades, como la administración del dinero que se reúne para los viajes o la custodia de los exvotos y cartas hasta ser llevadas al santuario.⁸

Entre las actividades regulares de los dos clubes que se reúnen cada fin de semana en el cementerio, “No me Arrepiento de este Amor” y “Guardianes

de Gilda”, están: arreglar las flores, mantener limpio el espacio del nicho, recoger las cartas y los ex votos, orientar a los recién llegados, “*hacerle compañía a Gilda*”, pero también conversar con los amigos, a veces compartiendo una merienda o el mate. Se encargan, asimismo, de decorar el lugar para los aniversarios de nacimiento y muerte, editan una revista con información sobre Gilda para el 7 de septiembre, que entregan gratuitamente a los visitantes, y organizan viajes al santuario erigido en el lugar de su muerte una o dos veces por año, en los cuales aprovechan para dejar las bolsas con cartas y exvotos que los visitantes depositan en el nicho.

Reunirse, con lluvia o con sol, cada fin de semana en el cementerio, dedicar horas de trabajo voluntario en un comedor infantil, coleccionar cientos de páginas de revistas, fotos y recuerdos en álbumes, gastar dinero que cuesta conseguir en CDs o *merchandising*,⁹ pedir el día en el trabajo para honrar a Gilda en el aniversario de su muerte o ceder el dinero que serviría para comprar las zapatillas de la hija para alquilar un ómnibus para viajar al santuario son gestos que, tomados a veces como sacrificio, como un deber, como “*lo que hay que hacer*”, son valorados en la mayoría de los clubes de fans. Estos “sacrificios” pueden ser entendidos, apunta Coralís (2004), también como parte de la diversión, algo tan placentero como hacer amigos con intereses comunes.

Aunque actividades relacionadas al “ocio”¹⁰ también sean uno de los motivos que los llevan a reunirse, formar parte de un fan’s club implica ciertas obligaciones y responsabilidades, como la de estar en el cementerio el día del aniversario de la muerte de Gilda, no apenas para “*hacerle compañía*”, sino para recibir a los visitantes, brindarles información, recoger las flores y las ofrendas, etc. Este compromiso se debe cumplir aún *a pesar* de otras actividades, responsabilidades e intereses: por ello es posible encontrarlos junto al nicho en una tarde lluviosa y fría, durante un importante partido de fútbol o en el Día de la Madre. La adhesión y la participación asidua en cualquiera de los clubes de fans de Gilda es requerida dentro de una economía idealizada del tiempo ocupado: el hecho de que, aún con obligaciones familiares, escolares o laborales, se reserve tiempo para Gilda es visto con agrado. A la inversa, participar porque “*no tiene nada que hacer*”, dejar de hacerlo porque se está entretenido con un nuevo trabajo o una novia es duramente criticado.

El fanismo no se reduce apenas a las reuniones en el cementerio: los fans también marcan su espacio doméstico con imágenes de Gilda disponiendo pósters y fotos en las paredes, exhibiendo su imagen en lugares especiales dentro de la casa, vistiendo remeras y medallas con su rostro o combinando objetos que refieren, a veces indirectamente, a la cantante.¹¹ La sala de la casa de Laura, por ejemplo, combina imágenes de Gilda y objetos con su rostro (una taza, un reloj, un vaso) con elementos que intencionalmente adquirió porque a le gustaban a la cantante –un almohadón con los colores de Boca y la foto de Ricardo

Montaner en un portarretratos, el club de fútbol y el baladista preferidos de Gilda. La remera con la foto de la cantante, Laura la viste solamente en ocasiones especiales, mientras que a diario usa una medalla con su rostro y una pulsera de cuentas de plástico azules y amarillas, pese a que Laura es de River, porque Gilda era de Boca.¹²

Analizando los usos de objetos cristianos en la vida cotidiana, McDannell (1995:272) afirma que estos colaboran en el establecimiento y manutención de las relaciones con los seres sobrenaturales la familia y los amigos, creando un paisaje religioso que les dice a ellos y al mundo quiénes son. En este sentido, los objetos desplegados en los hogares, no son apenas decoraciones y ni siquiera un reflejo externo de experiencias íntimas, sino una forma de experimentar lo sagrado y de volver a Gilda sagrada, en la continua interacción con y a través de dichos objetos. Mientras Gabriel delimita su espacio propio en la casa familiar, pegando fotos de revistas y los encartes de los CDs en las paredes de su cuarto, Ariel, por su parte, despliega fotos de la cantante en el comedor familiar: tanto en la pared como en un portarretratos y es coronado por un rosario de plástico con los colores de Boca.

Locos por Gilda

Yo soy enfermo por Gilda, tengo todo de ella, todos los cassettes... Y mi pieza está llena de pósters, de fotos... si veo algo de ella me lo compro... Tengo la remera que me viste el otro día, esta medallita, [mostrándome] el llavero, la billetera y mirá... [se arremanga para que el tatuaje en su hombro de la palabra Gilda, en cursiva y de unos 12 cms. de largo, quedara visible]. Este me lo hizo un amigo... el "Gilda" lo calqué de la tapa de un compact... Me quiero hacer la cara de ella, acá [en el pecho, sobre el corazón] pero ahí tengo que ir a un profesional, porque [el dibujo] tiene muchos detalles...

Rulo¹³ se tatuó el nombre de Gilda en su hombro de la misma manera que muchos fans de los Rollings Stones se tatúan una boca con la lengua saliente que identifica al grupo, los de ACDC, el nombre de la banda atravesado por un rayo o los de Maradona, la figura del futbolista en las más variadas expresiones. Conserva, como otros fans, elementos que refieren a Gilda y participa del fan's club "No es mi despedida" desde su creación, colaborando diariamente en el comedor infantil que la presidenta del club fundara. "Enfermo por Gilda" es una de las definiciones posibles de lo que significa ser un fan. La "enfermedad", la locura, el amor exacerbado, el entusiasmo sin medida parecen ser los principales elementos que diferentes autores reconocen como característicos del fanismo.

Como apunta Doss (1999:50) la palabra *fan* está cargada negativamente

desde el comienzo: la autora señala que proviene del latín *fanaticus*, un adjetivo que describe a los devotos de los cultos religiosos del mundo clásico no romano, que denota entusiasmo exacerbado y excesos. Confundiendo exceso con irracionalidad, varios autores parten de la etimología para caracterizar a los fans en términos patológicos y desviantes (Doss 1999; Porter 1999), personas que no tienen una vida propia o que huyen de la “realidad” (Jindra 1999; Mc Laren 1999). Al mismo tiempo, otros autores tienen como horizonte una crítica a la sociedad moderna y de consumo, y caracterizan al fan como pasivo, como la contraparte del *star system*, ignorando la calidad activa de toda audiencia (Jensen 1992). Así, una parte importante de la bibliografía académica¹⁴ los considera como una manifestación propia de los márgenes de la sociedad, nunca de individuos “completos” o “normales”: adolescentes, mujeres sin pareja ni hijos, desocupados – personas que tienen tiempo de sobra, tiempo para perder (Jenkins 1992). Aún aquellos autores que reconocen en la agencia individual el rasgo positivo del fan,¹⁵ la caracterizan en términos de escapismo o alivio imaginativo (Aden 1999), de fantasía compensatoria (Fiske 1992) o de liberación personal (Hinerman 1992). Los fans son, para estos autores, marginales, enfermos, locos, perdedores, inadaptados, personas que viven en mundos de fantasía (Lewis 1992), que buscan su “identidad” reflejándose en un ídolo o que resuelven o paliar carencias psicológicas en su fanismo (Coelho 1999, Coralís 2004). Hills (2002) afirma que el principal problema de la mayoría de los enfoques precedentes radica en que están cargados de un dualismo moral a partir de definiciones de “buena” (racional, emocionalmente controlada, activa, de resistencia) o “mala” (irracional, excesivamente emocional, pasiva, conformista) cultura popular, cancelando las contradicciones inherentes a las prácticas de los fans en función de dichas definiciones previas. Que los fans apelen a nociones de exceso, enfermedad y locura para intentar poner en palabras lo que experimentan como algo superlativo no debe llevarnos a creer que sean descontrolados o insanos: de hecho entre los miembros de los clubes de Gilda es posible observar diferentes ejemplos de disciplina y respeto que consideran inherentes a la condición de fan.

Gabriel¹⁶ se señala el corazón para ubicar el lugar adonde Gilda está: “A ella la tengo acá adentro. A mí mucho no me gusta ir al cementerio. Para mí, ella está viva.” Sentados en el patio de la casa adonde funciona el comedor “Los corazoncitos de Gilda”, me cuenta que la conoció a través de un cassette que compró en un supermercado:

...de esos que juntan varias canciones, que no son los originales. Y las dos únicas canciones que me gustaron del cassette fueron las de Gilda. Pero yo no sabía que era ella. Y un día, mirando el programa de cumbia que hay los sábados, escucho la canción y veo que es

ella la que cantaba esas dos canciones que a mí me gustaban. Y ahí un día vine acá y Laura me ofreció hacerme socio del club de fans y ahí empecé.

Gabriel resume así cómo pasó de gustar de un par de canciones a hacerse miembro del club de fans “No es mi despedida”, condición que hoy pone en acto con su participación diaria en el comedor, sirviendo meriendas, ayudando con la limpieza, o apenas estando allí, para lo que sea preciso.

Bacon Smith (1992) afirma que el de convertirse en fan es un proceso progresivo de diferentes y sucesivos niveles de elección, uno cada vez más específico que el anterior: primero se elige un interés, luego un género, después un subgénero, finalmente un producto específico. En muchas de las historias que escuché sobre cómo se convirtieron en fans, distintas personas contaron cómo Gilda comienza a formar, cada vez más, parte de su vida cotidiana, cómo ir conociéndola y volverse fan se fueron entrelazando y cómo esto se relaciona con otros aspectos de su vida personal —los problemas amorosos, laborales, las dificultades personales, etc.— adonde Gilda, de diversas maneras, pasó a desempeñar un rol muy importante como fuente de alivio y de fuerza para enfrentar las dificultades. Si para Gabriel este modelo procesual parece aplicarse, para Roberto¹⁷ la elección de Gilda parece más un quiebre en un patrón anterior de gusto, que una profundización del mismo que recuerda a la conversión paulina:

Yo estaba en otro género musical, metido en otra música que me tenía trastornado de la mente... esa música mecánica, esa porquería... Me tenía loco... Últimamente me estaba haciendo estropear la mente, estaba rebelde... Me dice mi prima ‘te presto un cassette...’ ‘¿de qué?’, le digo. “Bailanta, Gilda. Escuchá, escuchá, está muy lindo...” Y ahí se me pegó. Con la canción Fuiste... Y ahí se me pegó y ahí agarré los otros cassettes de música esa heavy metal [que escuchaba antes]... los rompí todos... No quiero más música de lengua extranjera... y se me pegó Gilda y me empezó a gustar y empecé a comprar... a hacer la colección de los CD de ella... (...) Y ahí empecé a buscar, me recorrí todas las disquerías [buscando] otras canciones de ella y fui juntando la plata y los iba comprando... póster, de todo tengo en mi casa...

Aún en el caso de Roberto, que relata su condición de fan en términos de conversión, de cambio abrupto y de quiebre en su trayectoria vital,¹⁸ vemos que seguidamente inicia un proceso de acercamiento continuo a las personas y las cosas relativas a Gilda. Ser fan, como ser devoto, debe ser entendido en

términos procesuales, aunque no siempre ni necesariamente lineales o progresivos, que en gran medida dependen de su integración a un grupo cuyo interés común gira en torno de la cantante, como aparece más claramente en el caso de Laura.

La trayectoria de Laura¹⁹ hasta convertirse en fan comenzó, según ella, “por curiosidad”. Ella no tiene un registro claro de haber “conocido” a Gilda antes de su muerte “ni sabía que era Gilda tan famosa, viste esa cosa de que vos mirás a un cantante, como mirás a otro” y tampoco formaba parte del público de la cumbia. Su interés por Gilda surgió después de leer una nota en una revista, publicada dos años después de su muerte, que la llevó a interesarse y procurar nuevas informaciones. Esas lecturas la conmovieron y fueron el motivo por el que decidió ir por primera vez al cementerio “a verla”:

... cada vez que leía algo me conmovía... No sé por qué, viste, esas cosas, cuando te conmueve algo, te llega... Y bueno, entonces ya indagando, digo, empezó a salir un libro, empezaron a salir cosas. Esto fue al tiempo, yo no la había conocido para nada en vida, ni nada... Ponele, en el 98, que fue en el tiempo que se empezaron a hacer los aniversarios, dos años de [la muerte de] ella, ahí empezaron a salir notas, también, en las revistas. Y ahí hablaban bien, en profundidad, del fan's club. Entonces ahí empezó la curiosidad, viste, la curiosidad de ir y conocer cómo era, me empezó a interesar. Y bueno, un día me conecté, estaba este muchacho que estaba antes, Eduardo, estaba Claudio, empecé a ver a los chicos, hablé con uno, me invitaron a ir..

La integración de Laura al fan's club fue paulatina. Su acercamiento a la música de Gilda sólo acontece en un segundo o tercer momento, pues Laura no es una oyente habitual de cumbia. Se interesó más por el personaje, por su historia y sus características, a través de las notas aparecidas en las revistas. Luego de su primera visita al nicho, se siguieron otras, en las que fue profundizando no apenas su conocimiento de la cantante, sino estrechando lazos de amistad con las personas que concurrían al cementerio:

...y bueno entonces la vi a ella, pero no entendía muchas cosas, viste, estaba como out, como si fuese un silencio total, una admiración, pero no entendía mucho... Y la había visto, ahí, que estaba con su hija, su mamá, pero no... no entendía muchas cosas, seguía profundizando hasta que bueno... [con los demás fans] empezamos a charlar, a [ir] los viajes, ya ahí empiezo a sentir más, como un afecto, ahí empecé a sentir afecto por ella, después que viajamos al santuario, de agruparnos así...

Laura *sabe, conoce* datos biográficos y características de Gilda por lo que leyó en diversas publicaciones o vio por televisión, pero no *entiende* de qué se trata, qué es lo que ocurre en el cementerio y con ella misma – es tan indefinido como “*un silencio total*”. Hasta que, en la convivencia con los demás fans, transforma la admiración en afecto, sentimiento que sólo es posible y que sólo adquiere sentido en cuanto experiencia comunitaria. El sentido, entonces, no se da a través de la transmisión información, sino por una “educación de la atención” que es inseparable de la vida de una persona en el mundo (Gibson, apud Ingold 2000:167). Para Laura, ese “*sentir más*” es un *entender* más, a medida que se integra en el fan’s club – que “*profundiza*”: “el significado es inmanente en los contextos relacionales del compromiso práctico de las personas con sus ambientes-vividos” (Ingold 2000:168). La separación entre conocimiento “abstracto” y, porque aislado, sin sentido, por un lado, y entendimiento “concreto”, realizado en la práctica comunitaria, por otro, debe ser tomado como un recurso narrativo que utiliza Laura al relatar cómo se hizo fan. Esta división no debe distraernos del hecho que es sólo en la experiencia vivida que los datos que leyó en una revista se vuelven conocimiento sobre Gilda, se aprehenden al integrarse, ciertamente, no apenas a la experiencia común del fanismo, sino a su vida como un todo.

Hacerse fan se da, también, a partir de la profundización de un lazo afectivo que surge al escuchar su música. Los fans, vemos, afirman que para conocerla hay que escucharla y que, al conocerla, “*lo más natural*” es comenzar a sentir afecto por ella. Las canciones de Gilda, además, son el motivo que se menciona más frecuentemente para convertirse en fan, porque, para los nativos, no se limita apenas de una cuestión de gusto personal, de interpelación musical,²⁰ sino, principalmente, porque *Gilda está en sus canciones*:

Claudio²¹: Vi en algunos videos que Gilda da mensajes a la gente...

Para mí, las canciones de Gilda, son lo que le pasaba a Gilda...

Laura: Del corazón

Claudio: De la infancia, de su vida

Carlos: Porque cuando vos la escuchás a ella se te pone la piel de gallina y vos ya la conoces la canción, la escuchaste mil veces... y con otro no... [no pasa lo mismo]

Roberto: Y te dan ganas de seguir escuchándola, a mí me pasa eso.

Claudio: Porque lo sentís en el alma.

EM: ¿qué mensajes daba, por ejemplo?

Claudio: De amor... Que la gente se quiera más... Hay una parte, que yo lo ví en un video, que dice que no tenés que rendirte, que hay que seguirla para adelante... que las cosas van a venir... Eso transmitía ella a la gente...

Gilda se hace presente en sus canciones de varias maneras. Por un lado, ella está en sus canciones porque es autora. Los fans, así como muchos de los que gustan de la música de Gilda, afirman que prefieren sus cumbias por causa de las letras. Rescatan el valor poético de las canciones, aunque no procuran significados cifrados ni estudian las letras, porque fueron escritas por Gilda, quien vivió ella misma las situaciones que describe o tuvo la sensibilidad suficiente para apropiarse de la historia de alguien cercano y convertirla en canción. Vemos entonces que no se valora, aquí, la creatividad, la imaginación fértil, sino la experiencia vivida que se transmite, como una parábola, como un consejo, a través de una canción. La experiencia vital no es apenas “inspiración” para escribir y, como en el caso de los lectores de Paulo Coelho analizado por Semán (2004:136), la historia contada y el autor no son independientes: Gilda, en tanto autora, se convierte en una referencia ética.

En segundo término, la canción, como elemento de la performance artística, es valorizada porque ella “*es la única que canta*”: su voz convierte a las canciones que entona en algo específico y en un diferencial con respecto a otras cantantes del género. Es su voz la que emociona, la que “*transmite*” el mensaje de la canción y que hace que cada oportunidad que se la escuche, y no importa cuántas hayan sido estas, emocione y provoque aún más ganas de oírla. En este sentido, por último, Gilda se hace presente cada vez que toca una de sus canciones: pues no se trata del registro sonoro de su voz, sino de una *manifestación* auditiva de Gilda.

Gilda, la única

Carlos: Ella tenía algo especial...

Laura: Para mí tenía algo... algo que otras cantantes no lo tienen...

Carlos: ¿Sabés como se llama eso, vos? Eso se llama tener ángel, que no lo tenés así nomás, es muy difícil conseguirlo a eso. Una persona que no sabe cantar y tiene ángel... y vos lo escuchás que canta bien con el tiempo, y *¿cómo puede ser?* Es... es algo de arriba eso...

Laura: Tenía un carisma muy especial

Antes de visitar a Gilda cada domingo, Carlos²² se encuentra con los gardelianos, que se reúnen en torno de la tumba de Gardel, cuyos restos descansan en el mismo cementerio. Carlos es considerado uno de los miembros más fieles de No me Arrepiento de este Amor, por su presencia asidua en el cementerio, por su celo con las cosas de Gilda. Según él, Gilda tenía y transmitía “*ángel*”, una forma de encanto, una capacidad de atraer al público, de diferenciarse de los demás cantantes, un don que viene “*de arriba*”.

Algunos autores han optado por preguntarle directamente a los fans por

qué han elegido a esta actriz, ese cantante o aquella serie como objeto de fanismo. La pregunta por los motivos, subjetivos u objetivos, encuentra respuestas defensivas a veces, demasiado formales en otras, contruidos a posteriori a partir de criterios dominantes de gusto (los del entrevistador o los del público general que, suponen, leerá la entrevista), pues generalmente esos motivos no son transparentes para los fans. Las dificultades para describir la excepcionalidad de la cantante, además, tienen que ver con que la del fanismo es una experiencia no verbalizable, que “*pasa por otro lado*”: Decir que el sentimiento que les provoca “*no se puede explicar*” ya es toda una explicación: entra en el ámbito de lo inefable, de lo que sólo puede ser sentido, vivido en carne —y alma— propia, algo que los excede y que, por su naturaleza, no puede ser desvirtuado por las palabras:

EM: ¿Cómo harías para explicarle a alguien que nunca escuchó hablar de ella, quién es Gilda?

Laura: Por la música

Claudio: como todo el mundo conoció a Gardel... ¿cómo lo conocieron a Gardel? No diciendo que Gilda es Gardel... Transmitiendo lo que es Gilda, pero... [le cuesta explicar] Ponele: ¿cómo, cómo era Gardel? ¿Por qué la gente lo quería a Gardel? Por el tema de la voz...

Carlos: [interrumpe] Todo. El carisma, todo

Claudio: el carisma...

La atribución de carisma parecería ser el motivo por el cual un ídolo concitaría la atención de los fans sería, siguiendo a Eco (1979), un mito contemporáneo, el cual representa los valores de una sociedad.²³ Sin embargo los fans no consiguen definir la especificidad del carisma que le atribuyen a Gilda: es sinónimo de “*ángel*”, de excepcionalidad. Una forma de indagar sobre la especificidad de Gilda fue compararla con otras cantantes contemporáneas, algunas de las cuales habían tenido, en su momento, mayor repercusión —presencia en los medios, venta de discos— que ella:

EM: Pero ella no era la única que cantaba... por qué vos, digamos, la empezaste a seguir a Gilda y no a Lía Crucet o a Isabelita?

Carlos: Porque no tienen ángel.

Claudio: Porque no tenían carisma. Las otras parecían más... eh... locas... De caja rápida... [le cuesta explicar] Pero... [Gilda] tiene algo que... viste que cuando te llama [la atención] algo de otra persona, sin ser algo artístico, ni la vestimenta... Porque ella no era como las otras que... Las chicas mostraban los lomos y ella no. Capaz que era por eso que te atrapaba...

EM: ¿Y cómo era la actitud de Gilda?

Claudio: No era igual que todas, era normal. Las otras se agrandaban porque cantaban... (...) Las otras se quieren hacer “ah, yo canto cumbia, tengo mejores gomas o muestro más” Y Gilda no, humilde, como la gente... Humildemente atrapa a la gente, como cualquier persona... No hace falta que tenga buen físico...

EM: ¿Si tuvieras que compararla con otra mujer que se te ocurra, famosa, se parecía a alguien?

Claudio: No, que yo sepa no...

Carlos: No, no se parecía a nadie... Gardel no se parecía a nadie.

Claudio: No sé... Del ambiente de bailanta... la [única] que cantaba era Gilda. Además, las letras de las canciones y la actitud de la persona te atrapa. Las otras no, las otras se hacían las lindas, las cancheras... No fueron tan famosas, las otras fueron famosas por el cuerpo... Lía Crucet, que era Tetamanti... La bomba Tucumana, por la cola que tenía! (se ríe) La Isabelita, quedó embarazada, y nunca más le dieron bola... Fea Isabelita... Esa también tenía cola grande...

Laura: Sí, la idea era también mostrar las colas...

Claudio: Y Gilda no mostraba nada. Gilda era flaquita... es linda... no se mostraba... no provocaba a la gente, ni nada. Aparte, las canciones, que llegaban...

En los trechos precedentes, vemos que los fans, además de señalar las cualidades que la diferenciaban de otras cantantes contemporáneas, caracterizan a Gilda como una persona “normal”, “humilde”, que “se acercaba a la gente”, “saludaba sin asco a los [portadores de síndrome de] Down”, “no discriminaba a la gente” y “era una persona como nosotros, pero con mucha sensibilidad”. Y es en la combinación entre las características fuera de lo común –su voz, su sensibilidad, su belleza o su bondad— y la proximidad con la ella se relacionaba con las personas de su público que se basa lo que ellos definen como su carisma.

El atractivo físico de Gilda no pasa por explotar su figura, por exhibir su cuerpo con ropas ajustadas o escotadas pues, como argumenta Claudio “ella no necesitaba mostrar el cuerpo” porque tenía otras cualidades: era “un ser lindo” y “la única que cantaba”, dando a entender que las demás no basaban sus performances en el canto, sino en el apelativo sexual. Esto hace que Gilda no se parezca a nadie, “como Gardel”: si es imposible compararla con otras cantantes de cumbia, para los fans, pasa a integrar un grupo selecto de cantantes excepcionales, entre los cuales Gardel es el exponente máximo, pues es el único que “cada día canta mejor”.

En las diferentes publicaciones y videos, Gilda aparece en fotos de estudio o en shows, usando ropas que estaban de moda en la época y al mismo tiempo,

la diferenciaban de otras cantantes. Las estrellas femeninas de la cumbia en aquel momento, Lia Crucet, apodada “*la Tetamanti*” debido a las proporciones de su busto, o Gladys “*la Bomba tucumana*”, habían teñido su cabello de rubio y ceñían las curvas generosas de sus cuerpos en vestidos cortos, escotados y brillantes. Si ellas marcaban el “estilo” femenino en la cumbia y eran copiadas por las cantantes menos conocidas, Gilda, por su parte, llevaba el cabello naturalmente oscuro y se vestía de modo semejante a las mujeres que bailaban debajo del escenario. Debido a su delgadez, ni siquiera cuando usaba un escote más profundo o una pollera muy corta era considerada voluptuosa o sexualmente agresiva. Analizando las imágenes de estudio y los encartes de los CDs, además, parece haber una apuesta a una imagen cándida y romántica de la cantante. En *Corazón Valiente*, usa un vestido corto color azul Francia, una corona de flores sobre la frente y un ramo en las manos.

Desde el período románico, las imágenes de santos y vírgenes católicas pasaron por un proceso de “antropomorfismo” que le permitió al devoto una aproximación más directa y personal, atribuyéndoseles a los íconos sentimientos y deseos humanos (Prat 1989:243). En el caso de Gilda, se dio el camino inverso: el arte del álbum *Corazón Valiente* consagró una imagen de la cantante que combinaba rasgos de belleza, pureza, candor y una sensualidad desexualizada, completamente alejada de la estética dominante en el mundo de la cumbia. Es esa la imagen de Gilda, usando un vestido azul que prevalece en las estampitas, medallas, imágenes de bulto, cuadros y otros elementos devocionales, la que se convierte en su imagen “oficial” que permite, en esa multiplicación de un código restringido de presentación (Carozzi 2006), su fácil reconocimiento.

Independientemente del talento musical que, por momentos, queda en un segundo plano o de la belleza física, que aparece subordinada a una presentación del *self* que valoriza la sencillez, la humildad y el acercamiento al público, es “*su forma de ser*” lo que aparece como diferencial: una personalidad que no se presenta enmascarada o adornada para el escenario. Pues aún en escena, lugar que necesariamente define una distancia con el público, ella es “*como cualquier persona*”, “*no se la cree*”, rompiendo así la distancia inicial, al colocarse, idealmente, en el plano horizontal de la *communitas*. Es ese el secreto del carisma de Gilda, según sus fans: su sencillez como característica extraordinaria para alguien que, como artista podría establecer una relación de distancia. Es en este sentido que debe considerarse, además, la valorización de la imagen cotidiana de Gilda, la preferencia de los fans por las fotos de entrecasa, lavando platos o aquella, sin maquillaje y con un sencillo vestido de algodón, sosteniendo una torta de cumpleaños. Pues, como argumenta Dyer (2002:22), que la estrella se muestre con una apariencia, una personalidad o problemas más ordinarios no hacen que deje de ser especial: la combinación de lo excepcional con lo ordinario es lo que la vuelve diferente.

En este sentido, con Gilda acontece lo mismo que con otras estrellas. Numerosos trabajos dan cuenta que es la *autenticidad* una de las cualidades que los fans reconocen como característicos de su ídolo. Lady Diana (Richards et all. 1999), Madonna (Coralis 2004), Bruce Springsteen (Cavicchi 1998) o Emilinha (Costa 1984), son considerados por sus fans como “auténticos”. Y esa autenticidad dice respecto a lo que ellos sienten como su sinceridad, la transparencia de sus sentimientos o la fidelidad a sus orígenes y no a una preocupación por lo “real”. Así, siguiendo a Dyer, las estrellas son, al mismo tiempo, representaciones de personas y personas “reales”: “son imágenes producidas, personalidades construidas tanto como lo son los ‘personajes’ [que interpretan]” (2002:20), colapsando, de esta manera, la distinción entre la autenticidad del actor y la del personaje que está interpretando. Lo interesante de ellos es la construcción, la performance, el ser un personaje que, en este sentido, requiere del fan para completarse. Las existencias del ídolo y del fan son mutuamente constitutivas, pero no en el sentido que le otorga Coelho (1999) esto es, como extremos de una paradoja que resume un deseo universal de ser reconocido, ni como ilustraciones de un proceso más o menos homogéneo por el cual el mercado –entendido como una “mano invisible”— se realiza a partir de la producción y el consumo de bienes culturales. La estrella, el ídolo, sólo existe en la relación con el fan porque hay una participación, una presencia activa de los fans en la producción de *Gilda* y en su concomitante inscripción en esa textura diferencial del mundo que hemos denominado “sagrado”.

Para los fans de Gilda como los de las películas del género mitológico²⁴ indio, la separación entre persona y personaje no reviste demasiada importancia. En este caso, la presencia en escena de actores y actrices interpretando dioses provocaba gestos de fervor y devoción en el público, como quitarse los zapatos, dejar ofrendas frente a la pantalla y hasta, los más acomodados, ofrecer fiestas para adorarlos. Lo que el cine quiebra, según Das Gupta (1989:16) es la división entre mito y hecho, haciendo que el actor que representa a un dios se transforme en ese dios. Esto no debe llevarnos a deducir, como argumentan Prasad (n/ d) y Srinivas (2006), que se tratara de audiencias crédulas y que para los espectadores fueran *realmente* los dioses y héroes épicos quienes aparecían en la pantalla. Pensar esto, sin caer en una caracterización negativa de la audiencia, sólo es posible si, siguiendo a Latour (2002:31), se rompe con la división entre razón y creencia, entre saber e ilusión, entre construcción y realidad. Si comenzamos a pensar en términos de procesos de sacralización.

Para Gabriel, la “ilusión” es algo propio a la estrella y a su relación con los fans y ésta no deja de ser verdadera por ser inventada, pues de eso mismo se trata el ser un personaje. En palabras de Latour (2002: 23) Gilda no sería “ni enteramente autónoma ni enteramente construida”. Así, el interés de los fans por “mantener viva su memoria” y su preocupación por cuidar de su imagen,

difundir su “verdadera” figura, corrigiendo los errores publicados en los medios de comunicación, no parte de un interés por hechos irrefutables, sino que, voluntaria y concientemente, procuran adaptar la imagen más fehaciente de Gilda. Evidentemente, la necesidad de reforzar una determinada versión nos habla de la presencia de otras narrativas, de relatos paralelos que continúan vigentes. Pero, para los fans, si Miriam Alejandra tuvo que sortear muchos obstáculos y hacer grandes sacrificios, incluidos los sexuales, para poder “llegar”, Gilda alcanzó su destino, prácticamente, como en un cuento de hadas. Para sus fans, y para sus devotos, la pregunta por la historia “real” es irrelevante, pues la “verdadera” historia es la que ellos ayudan a construir. Esto significa que ellos refuten las características negativas que la cantante pudiera tener: como acontece con los santos populares, las cualidades morales no son el motivo principal o, aún, alguno de los motivos citados, para acercarse a ella. Pues Gilda, como otros santos populares (cf. Freitas 2000; Frigerio & Rivero 2003), no es necesariamente (o no todo el tiempo) un modelo o un horizonte de identificación, sea porque es un ser extraordinario, sea porque apela a imágenes o valores “negativos”.

La elaboración de una biografía datada y exacta, vemos, no es la principal preocupación de aquellos que se consideran los guardianes de su memoria. De un modo semejante a lo que acontece con las devociones a los santos, lo realmente importante es el encuentro del ser excepcional con cada una de las personas específicas. Las historias que fans y devotos de Gilda cuentan sobre ella no se basan en el estudio de una biografía datada y no tienen, necesariamente, el argumento lineal que caracteriza a las hagiografías. Ellos relatan, en palabras de Carozzi (2003) “encuentros que se vuelven memorables”: el baile en que la conocieron, el gesto amistoso que los hizo sentir queridos, el sueño en el que ella se hizo presente, una canción que los alivió en un momento difícil, el milagro solicitado con fe y propiciado en el esfuerzo cotidiano. De esta manera, no importa tanto lo que el ídolo en cuestión ha hecho, sino lo que posibilita hacer.

Lo que conocen de su biografía se basa en lo aparecido en la prensa o en programas de televisión: la lectura que realizan, sin embargo, está filtrada por la relación de desconfianza que establecen con los medios y matizada por datos de primera mano obtenidos de comentarios de familiares y amigos, por su propia experiencia o por las opiniones personales sobre cómo Gilda debió o debería comportarse en determinadas circunstancias. Es en este sentido que no basta adquirir conocimientos sobre su vida, ni siquiera poder citar la totalidad de sus canciones. Hay que *conocerla*. Y conocerla implica acceder a ese “algo” diferencial que hace que las personas se sientan atraídas por ella, que la amen. Implica, además, la entrada de Gilda a la vida del fan: en algún sentido, que Gilda lo conozca, que su presencia comience a transitar por la vida cotidiana del fan.

¿Metáfora religiosa?

Una tendencia generalizada en la producción bibliográfica sobre fanismo es la de analizarlo utilizando metáforas religiosas, como si por detrás de una “forma secular” latiese un “corazón sagrado”. Así, para Jindra (1999), un fan’s club representa una versión moderna o secularizada de un grupo religioso y para Porter (1999:246) las convenciones de fans son herederas seculares de las peregrinaciones religiosas. Aden (1999) realiza una homología fuerte entre fanismo y religión, afirmando que ser fan es como ser devoto o creyente, mientras que Rodman (1996) afirma que el fanismo por Elvis es “cuasi religioso”, no sólo por los rituales llevados a cabo en Graceland, adonde los fans “le rinde culto”, sino por las connotaciones que adquiere la figura del cantante. En el caso de Madonna, Hulsether (2000) identifica “contenidos religiosos” en sus performances y Coralís (2004) refiere a una adoración cuasi religiosa de los fans por la cantante.

En el caso de Gilda, un deslizamiento del fanismo hacia la devoción religiosa se vuelve tentadoramente sencillo, no apenas porque ella ya tiene devotos, sino porque los fans, muchas veces, parecen actuar como tales, solicitando milagros, pagando promesas, rezando. De hecho, como los santos populares, Gilda también tiene un santuario, erigido en el lugar de su muerte, adonde fans y devotos peregrinan, al menos una vez al año, para dejar sus exvotos, pedir y pagar promesas. En el santuario, además, están los restos del ómnibus (“*el micro*”) donde, para Carlos, su presencia se puede sentir con más fuerza que en el cementerio:

En el micro está ella, porque ella descarnó ahí... Ojo, no es que ella no esté acá [en el cementerio]... Ella también está acá, pero acá está el cuerpo y allá quedó el espíritu, ahí arriba, en Entre Ríos... Por eso, si le querés pedir algo, tenés que irte hasta allá. Es como la Difunta Correa, que te tenés que ir hasta allá... O el Gauchito Gil, que te tenés que ir hasta allá. Porque allá quedó el espíritu. Y ahí, donde quedó descarnó, es donde quedó el espíritu.

Además de establecer de qué manera la presencia de Gilda en el santuario tiene un carácter y una intensidad diferente, Carlos ejemplifica con casos tomados de las devociones más tradicionales de Argentina, como el Gauchito Gil o la Difunta Correa, asimilándola al panteón de santos populares, aunque sin definirla explícitamente como santa. Las fronteras entre categorías de seres milagrosos están, como afirma Calavia (1996:139) abiertas y los tránsitos entre ellas son frecuentes, permitiendo que Gilda pueda ser considerada como cualquier difunto y, al mismo tiempo, pertenecer tanto al grupo de artistas excepcionales que encabeza Gardel, como al de santos populares tradicionales, sin necesariamente establecerse en ninguno de ellos.

A pesar de sostener la capacidad de Gilda de obrar milagros, los fans se niegan repetidamente a considerarla una santa y llegan a afirmar que es “*una muerta como cualquier otro*”, pues para la perspectiva nativa, cualquier fallecido puede actuar en el mundo de los vivos. Gabriel, como la mayoría de los fans, se ofusca cuando se pone el acento apenas en relacionar a Gilda con la concesión de milagros y cuando en los medios se insiste en llamarla “santa”:

Yo creo que sí, que Gilda hace milagros. O sea, cualquier persona que muere y que uno le tiene fe te va a cumplir. Gilda, bueno, se dio más porque la conocía mucha gente, mucha gente le tenía fe, es obvio que se van a dar más casos que cuando uno le pide a un familiar que lo conoce uno solo...

Sobre el status de Gilda, tenemos que, por un lado, al tratarse de una difunta, entra “*como cualquier otra*”, en la categoría de “*alma*” o de “*almita*” capaz de actuar en el mundo de los vivos y de esta manera podríamos considerarla parte del campo de la “religión” (Degarrod 2003, Carozzi 2005). Al mismo tiempo, de forma similar a lo planteado por Calavia (1996:138), los fans, reniegan explícitamente de la asimilación de Gilda al ámbito religioso. Así, Claudio es vehemente al afirmar que:

Fueron los medios los que empezaron con eso de que Gilda es milagrosa y los milagros de Gilda, ellos lo inventaron. Fue todo un invento de los medios. Porque después dicen que Gilda es santa y ella es una persona común a la que le podés pedir cosas, como yo que también le puedo pedir a mi mamá y eso no quiere decir que sea santa. Porque yo le he pedido cosas a mi mamá y ella también me cumplió... o a mi hermano, que falleció...

Claudio relata los milagros que Gilda a obrado en su vida. Pero al mismo tiempo, reniega de la definición “inventada por los medios” que la circunscribe al ámbito de la religión. Asimismo, Claudio, Carlos, Gabriel, Roberto y Laura, al mismo tiempo que se admiten beneficiarios de los milagros, no se definen a sí mismos como devotos, sino como fans. Una frase que ilustra muchas de las banderas, remeras y carteles que los fans le dedican a la cantante condensa esta aparente ambigüedad entre el fanismo y la devoción: “*Tu muerte no es ausencia, sino un cambio de presencia*”. La muerte de Gilda la vuelve capaz de actuar, de manera poderosa, sobre la suerte de los vivos, *como cualquier otro muerto*. Aunque la muerte de la cantante no deja de ser un dato fundamental, no es este “cambio de presencia” lo que la vuelve especial para los fans, como sí acontece con los devotos: la excepcionalidad de Gilda, hemos visto, tiene otros ingredientes.

Es necesario, entonces, respetar la separación nativa entre ambas experiencias, considerándolas como fenómenos de índole diferente, cuya especificidad puede ocluirse por el recurso a la metáfora. La lógica de funcionamiento de la metáfora requiere, para cumplir su función eficazmente, de dos entidades separadas e inconfundibles que pueden ser intercambiadas. Aquí se trata, en cambio, de lo que Velho (1995:81) identifica como una “teología de la armonía”, una perspectiva que, en vez de opera por el principio de la contradicción (o/ o), lo hace por el de la inclusión (y/ y). Inclusión ésta que, sin embargo, no realiza combinaciones irreductibles, pues los términos de la ecuación continúan, en última instancia, identificables. En el caso de Gilda, la separación entre devoción y fanismo está lejos de ser completa y, sin embargo, aparece con claridad para los nativos: que Gilda haga milagros no significa que sea santa; que alguien sea fan de Gilda no invalida que pueda pedirle un milagro. Y ambas experiencias representan, para los nativos, attachments diferentes.

Conclusiones

De modo similar a lo que acontece con otros difuntos milagrosos y santos populares, Gilda puede ser analizada dentro de lo que la bibliografía ha consolidado como característico de la relación devocional, la tríada pedido-milagro-promesa: a Gilda se le solicitan gracias de diversa índole, que muchas veces concede y el favorecido retribuye con diferentes agrados. Los fans, hemos visto, en ningún momento niegan el poder de Gilda para actuar en el mundo de los vivos, su capacidad de obrar milagros. Pero es en esta característica la que, para ellos, la vuelve un ser excepcional.

El caso de Gilda ilumina una peculiaridad que la literatura sobre fans no podría hacer. Por un lado, porque lo sagrado es reducido al campo de la religión en términos de una esfera separada de prácticas y representaciones y, así, puede ser puesto de lado o entre paréntesis en los análisis. Por otro, porque sus consideraciones son en términos de metáfora religiosa o de grupos y prácticas pseudorreligiosos. Las prácticas llevadas a cabo por los fans, empero, si no niegan la especificidad diferencial de lo “sagrado” (aún cuando no necesariamente lo denominen de este modo) nos muestran que lo que la bibliografía sobre fanismo diferencia, separa y clasifica como “sagrado” y “profano” (separación necesaria para que el recurso a la metáfora tenga sentido) coexiste y se combina de modos bastante flexibles.²⁵ Se vuelve necesario entonces un abordaje que no substituya un dualismo por otro (Velho 1997) y que, como plantea Velho (2005), consiga aprehender dicha especificidad diferencial no como discontinuidad, ruptura u oposición sino en las pequeñas diferencias en un mundo continuo (cf. Martín 2006).

Las prácticas de sacralización, entonces, no vienen a designar una institución, una esfera o un sistema de símbolos, sino heterogeneidades reconocibles en un proceso social continuo en un mundo significativo, y por ello, no “extraordinario” ni radicalmente otro. Texturas diferenciales, heterogeneidades reconocibles que se activan en momentos específicos y/ o en espacios determinados y que, lejos de existir de forma abstracta o con un contenido universal, son reconocidas y *actuadas* por los nativos en diferentes situaciones: en las discontinuidades geográficas, en las marcas diferenciales del calendario, en las interacciones cotidianas, en gestos ordinarios y en performances rituales.

Las prácticas de sacralización de los fans de Gilda pasan por “*estar con ella*”, en el cementerio, en el santuario, pero también por hacerla presente en sus hogares; por “*ayudar a la gente*”, como en el caso del comedor infantil; por “*mantener viva su memoria*”, aún cuando la definición de esa memoria escape por completo de su control pues, sin los clubes de fans, ellos mismos admiten, Gilda se muere, esta vez, definitivamente. Son estas, entre otras, las prácticas de sacralización que inscriben a Gilda en una textura diferencial del mundo-habitado, las que la vuelven y la consolidan como un ser excepcional.

Referências Bibliográficas

- ADEN, Roger C. (1999), *Popular Stories and Promised Lands. Fan Cultures and Symbolic Pilgrimages*. Tuscaloosa, The University of Alabama Press.
- ASAD, Talal. (1993), *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam*. Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- AUGÉ, Marc. (1993), *El Genio del Paganismo*. Barcelona: Muchnik Editores.
- BACON-SMITH, Camille. (1992), *Enterprising Women. Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- CALAVIA SÁEZ, Oscar. (1996), *Fantasma Falados. Mitos e mortos no campo religioso brasileiro*. Campinas: Editora da Unicamp.
- CAROZZI, María Julia. (2003), “Carlos Gardel: el patrimonio que sonrío”. *Horizontes Antropológicos* n.20: 59-82.
- CAROZZI, María Julia. (2005), “Revisitando *La Difunta Correa*: nuevas perspectivas en el estudio de las canonizaciones populares en el Cono Sur de América”. *Revista de Investigaciones Folclóricas*. Buenos Aires: INAH.
- CAROZZI, María Julia. (2006), “Antiguos difuntos y difuntos nuevos: las canonizaciones populares en la década del ‘90”, In: D. MIGUEZ & P. SEMÁN (orgs.) *Entre santos y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*. Buenos Aires: Biblos.
- CAVICCHI, Daniel. (1998), *Tramps like us. Music and Meaning among Springsteen Fans*. Oxford: Oxford University Press.
- COELHO, Maria Claudia. (1999), *A experiência da fama: Individualismo e comunicação*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- CORALIS, Patrícia Baptista. (2004), “*Nunca te vi, sempre te amei*”. *Uma análise antropológica da idolatria a Madonna em um fã-clubes virtual*. Rio de Janeiro: Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, UERJ.

- COSTA, Alberto Coelho Gomes. (1984), *Cantoras do Rádio: Estudos sobre a imagem pública da estrela e sua autenticidade*. Rio de Janeiro: Dissertação de Mestrado em Antropologia Social, Museu Nacional/UFRJ.
- DAS GUPTA, Chidananda. (1989), "Seeing and Believing, Science and Mythology: notes on 'Mythological' Genre". *Film Quarterly* vol. 42, n.4: 12-18.
- DEGARROD, Lydia Nakashima. (2003), "Las animitas chilenas: testimonios de violencia e injusticia". Ponencia presentada en el 51º ICA-Congreso Internacional de Americanistas, Chile.
- DOSS, Érika. (1999), *Elvis Culture: fans, faith, and image*. Kansas: University Press of Kansas.
- DYER, Richard. (2002 [1979]), *Stars*. London: BFI Publishing.
- ECO, Umberto. (1979), *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva.
- FISKE, John. (1992), "The Cultural Economy of Fandom". In: L. Lewis (org.) *The Adoring Audience. Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- FREITAS, Eliane Tania. (2000), "Violência e sagrado: O que no criminoso anuncia o santo?". *Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião* 2: 191-203.
- FRIGERIO, Alejandro & RIVERO, C. (2003), "San La Muerte en la metrópolis: Procesos de eclesificación de cultos populares." Paper presentado en el 51º ICA- Congreso Internacional de Americanistas, Chile.
- GIUMBELLI, Emerson. (2002), *O fim da religião: dilemas da liberdade religiosa no Brasil e na França*. São Paulo: Attar Editorial.
- HILLS, Matt. (2002), *Fan Cultures*. London & New York: Routledge.
- HINERMAN, Stephen. (1992), "I'll be here with you: Fans, Fantasy and the Figure of Elvis". In: L. Lewis (org.) *The Adoring Audience. Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- HUIZINGA, Johan. (2001 [1938]), *Homo Ludens*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- HULSETH, Mark. (2000), "Like a Sermon. Popular Religion in Madonna Videos". In: B. Forbes & J. Mahan (eds.): *Religion and Popular Culture in America*. Berkeley/ London: University of California Press.
- INGOLD, Tim. (2000), *The Perception of the Environment. Essays on livelihood, dwelling and skill*. London & New York: Routledge.
- JENKINS, Henry. (1992), *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Callers*. New York: Routledge.
- JENSEN, Joli. (1992), "Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization." In: L. Lewis (org.) *The Adoring Audience. Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- JINDRA, Michael. (1999), "'Star Trek to Me is a Way of Life' Fan Expressions of Star Trek Philosophy". In: J. Porter & D. McLaren (eds). *Star Trek and Sacred Ground. Explorations of Star Trek, Religion, and American Culture*. New York: State University of New York Press.
- LATOURE, Bruno. (2002 [1996]), *Reflexão sobre o culto moderno dos deuses fe(i)tiches*. Bauru/SP: EDUSC.
- LEWIS, Lisa. (1992), *The Adoring Audience. Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- MARTÍN, Eloísa. (2006), *No me arrepiento de este amor. Um estudo etnográfico das práticas de sacralização de uma cantora argentina*. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado em Antropologia Social, Museu Nacional/UFRJ.
- MARTÍN, Eloísa. (2007), "Aportes al concepto de 'religiosidad popular': Una revisión de la bibliografía argentina de los últimos veinticinco años". In: *Ciencias Sociales y Religión en América Latina: Perspectivas en debate*. Buenos Aires: Biblos/ ACSR
- McDANNELL, Colleen. (1995), *Material Christianity. Religion and Popular Culture in America*. New Heaven & London: Yale University Press.
- McLAREN, Darcee. (1999), "On the Edge of Forever. Understanding the Star Trek Phenomenon as Myth". In: J. Porter & D. McLaren (eds). *Star Trek and Sacred Ground. Explorations of Star Trek, Religion, and American Culture*. New York: State University of New York Press.
- PORTER, Jennifer. (1999), "To Boldly Go. Star Trek Convention Attendance as Pilgrimage". In: J.

- Porter & D. McLaren (eds). *Star Trek and Sacred Ground. Explorations of Star Trek, Religion, and American Culture*. New York: State University of New York Press.
- PRASAD, Madhava. (n/d), "Human and Divine: The Mythological Film". Inédito.
- PRAT, Joan. (1989), "Los santuarios marianos en Cataluña: una aproximación desde la etnografía". In: C. Santaló, M. Bixó & S. Rodríguez Becerra (coords.) *La religiosidad popular*, vol. III Barcelona: Antrophos/ Editorial del Hombre/ Fundación Machado.
- RICHARDS, Jeffrey, WILSON, Scott & WOODHEAD, Linda. (1999), *Diana, The Making of a Media Saint*. London & New York: I.B. Tauris Publishers.
- RODMAN, Gilbert. (1996), *Elvis after Elvis. The Posthumous Career of a Living Legend*. London/ New York: Routledge.
- SEMÁN, Pablo & VILA, Pablo. (2002), "Rock chabón. The Contemporary National Rock of Argentina". In: W. Clark (comp.): *From Tejano to Tango. Latin American Popular Music*. New York & London: Routledge.
- SEMÁN, Pablo. (2004), "Escritura, lectura y alquimia. A propósito de los lectores de Paulo Coelho". *Apuntes de Investigación* año VIII, n.9: 127-139.
- SRINIVAS, S.V.. (1996), "Devotion and Defiance in Fan Activity". *Journal of Art and Ideas* n. 29: 67-83.
- VELHO, Otávio. (1985), *Besta Fera: recriação do mundo*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.
- VELHO, Otávio. (1997), "Globalização: Antropologia e Religião". In: Oro, A. & Steil, C. (Orgs.) *Globalização e Religião*. Petrópolis, Vozes.
- VISHNU VARDAN, T.. (2006), "The Emergence of New Star Body and the Death of Mythological during the 1970s: Exploring the Film (and) History of Telugu Cinema." Paper presentado en el XI Cultural Studies Workshop "Cultures of the Body", Goa – India.

Notas

- ¹ En esta línea, Velho (1985) y Giumbelli (2002) afirman que es necesario desubstancializar e historicizar los conceptos, mostrando cómo atraviesan la topografía social, poniendo en cuestión la concepción que divide a la sociedad en esferas separadas y delimitadas.
- ² Sería posible cuestionar, en este punto, por qué no utilizo directamente fe(i)tichización, en lugar de prácticas de sacralización. Mi opción radica en que, para este Latour, fe(i)tiche puede aplicarse a todas las actividades humanas (Latour 2002:46), no apenas a las referidas a los dioses, lo cual le restaría las implicancias específicas que Gilda adquiere en este proceso.
- ³ La apretada síntesis de la vida de Gilda presentada aquí parte de las narraciones orales de algunos informantes, de artículos periodísticos y de los libros dedicados a su figura. No es mi intención comparar las versiones y decidir cuál es la más fehaciente, sino presentar sus principales rasgos biográficos a los lectores. En realidad, la pregunta por la veracidad de la historia de Gilda no tiene una respuesta tan simple como la que he ofrecido, pues tanto los relatos sobre su vida como la relación que las personas establecen con ella delinear, sin reificar, una respuesta que encuentra algún sustento dentro de lo que he definido como prácticas de sacralización.
- ⁴ Sin contar las numerosas recopilaciones que se lanzaron al mercado años después de su muerte, a su discografía se suma el póstumo *Entre el cielo y la tierra*, uno de los discos más vendidos en Argentina en 1998. Sobre la discografía, letras y fotos de la cantante, puede consultarse <http://www.muevamueva.com/grupo/gilda/index.htm>, <http://www.anro.com.ar/gilda/a-index.asp>, este último site organizado por el fans club "Un amor verdadero".
- ⁵ Dada la mala reputación, tanto ética como estética, del género entre las clases dominantes, Gilda había ocultado que cantaba cumbias a los miembros de su familia.
- ⁶ La mayoría de los clubes de fans adoptan como nombre el título de alguna canción de Gilda que les resulta significativo, como en este caso o en el de "No me arrepiento de este amor", "No es

- mi despedida”, “Corazón Valiente”, “No te quedes afuera” o “Paisaje”.
- ⁷ El Comedor “Los corazoncitos de Gilda” funciona en un barrio de clase media en la zona Norte del Gran Buenos Aires y sirve la merienda y la cena a cerca de 40 personas, entre niños y ancianos, de las villas cercanas.
 - ⁸ Los clubes, excepto por el reconocimiento de la grabadora, que les otorgaba algunos beneficios (como entrar gratis a los bailes adonde tocaba Gilda o el acceso gratuito a material de divulgación) no tienen ningún estatuto legal ni un reglamento interno, aunque sí existen reglas tácitas de comportamiento.
 - ⁹ Además de los tres fans clubs de Gilda con los que trabajé durante mis dos años de campo, la bibliografía apunta a situaciones semejantes entre fans de otros artistas.
 - ¹⁰ Ocio entendido como “um conjunto de ocupações as quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda, desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais” (Huizinga 2001:34)
 - ¹¹ Como pretendo mostrar en este artículo, estas prácticas no pueden ser reducidas al mero consumo, ni siquiera al consumo como al único acceso posible al ídolo, como plantea Coralís (2004). Al mismo tiempo, las prácticas de compra-conservación-resignificación de objetos relativos a Gilda no son necesariamente ni microrresistencias al mercado, ni consumo pasivo, sino que acontecen en espacios de negociación constante, en la interacción con Gilda, adonde se significa y se demarca un mundo-habitado, que incluye al espacio, a las relaciones con los otros y al cuerpo del fan.
 - ¹² River Plate es considerado el rival más tradicional – el “enemigo”, en términos nativos – del club de fútbol Boca Juniors. Sobre la presencia de una ética “fútbolística” en los procesos de sacralización, ver Martín (2006, cap. 3).
 - ¹³ Rulo tiene 23 años, está terminando el secundario en la escuela nocturna y participa como voluntario en el comedor “Los Corazoncitos de Gilda”.
 - ¹⁴ La bibliografía sobre fandom se construye sobre objetos de estudio diferentes y perspectivas teórico metodológicas dispares: se analizan fans de textos mediáticos difundidos en diferentes “soportes” – películas, novelas radiales, series televisivas y también historietas, revistas deportivas — o de estrellas del cine o la televisión y grupos musicales o cantantes, que pueden o no estar vivos y para ello se recurre al análisis del discurso (del objeto de fanismo y de los fans), a las entrevistas y encuestas o a la etnografía, algunos pocos combinando varias de estas herramientas.
 - ¹⁵ Como señala Rodman (1996), la agencia no es una característica exclusiva de los fans, sino que es propia de cualquier audiencia, por lo cual no podría decirnos nada de específico sobre estos grupos. Al mismo tiempo, apuntar únicamente a la agencia de los fans como el rasgo central en la relación fan-ídolo es tan problemático como considerar que ellos son los receptores pasivos de los embates de la industria cultural, pues si una niega la agencia, la otra desconoce las constricciones que el medio impone. Aún considerando a los fans como un caso específico de audiencia, algunos autores afirman que el diferencial del fan radica en el énfasis, en el mayor grado de compromiso afectivo con el objeto de fanismo, en un rol más permanente en el tiempo (Coelho 1999; Cavicchi 1998). Sin embargo, nos deparamos aquí con el problema de cómo medir “objetivamente” ese énfasis “excesivo”, que implica la necesidad de determinar un patrón “normal” de agencia y de permanencia sobre el cual diferenciar a una audiencia ordinaria de los fans.
 - ¹⁶ Gabriel tiene 23 años, estudia locución y trabaja por las noches como telefonista de una agencia de taxis.
 - ¹⁷ Roberto tiene 38 años y es chofer de ómnibus.
 - ¹⁸ En este sentido, estas narrativas deben ser consideradas teniendo en cuenta que los relatos sobre la propia experiencia como fan raramente pueden ser construidas en términos de una racionalidad evidenciada discursivamente: la transparencia de los motivos subjetivos es una ilusión que no debe ser tomada al pie de la letra por el analista.
 - ¹⁹ Laura tiene 38 años y realiza diferentes actividades para conseguir ingresos, que van desde confeccionar

- cartas natales, pasando por la venta de cosméticos y servicio de maquillaje, hasta pequeñas participaciones en programas de radios ilegales del barrio.
- ²⁰ Según Semán y Vila (2002:227) la música es instrumentada por los que la escuchan “para constituirse como sujetos sociales, como significativos para otros que a su vez los significan en el terreno de lo social”. La música popular, además, se caracteriza por desarrollar múltiples e intensas posibilidades de interpelación: ofreciendo, a través del sonido, las letras y las interpretaciones, maneras de ser y de comportarse y modelos de satisfacción psíquica y emocional.
- ²¹ Claudio tiene 25 años, vive con su hija en la casa paterna y obtiene sus ingresos de trabajos informales y esporádicos. Es el fundador y presidente de “No me Arrepiento de este Amor”.
- ²² Carlos tiene alrededor de 45 años y obtiene sus ingresos de la compra y venta de trastos y objetos viejos.
- ²³ Este argumento, por otra parte, si utilizado como única explicación del fanismo es problemático, dado que también existen ídolos que lo son justamente por lo contrario, porque representan una crítica al status quo, al orden dominante. Aún más, existen ídolos que, como los héroes, son capaces de reunir en sí mismos valores dominantes y otros que subvierten el orden establecido, que resumen “al mismo tiempo un orden y un antiorden, una necesidad y un problema, un ejemplo de lo pensable y un modelo de lo imposible” (Augé 1993:180), como sucede en el caso de Elvis (Rodman 1996) y en el de Gilda, quien reúne la imagen tradicional de mujer casta y madre, al tiempo que es dueña de su destino y de su deseo.
- ²⁴ Las películas mitológicas, rodadas en India entre 1919 hasta los años 70, se basaban en historias tomadas de narraciones épicas y los puranas de la antigua India. Los mismos, a diferencia del género devocional, no pretenden inspirar sentimientos religiosos ni en su contenido ni en las técnicas utilizadas (Prasad s/d; Vardan Vishnu 2006).
- ²⁵ Que prácticas de sacralización sean posibles a partir de la combinación de elementos que no son estrictamente “religiosos” no es un planteo novedoso. Sin embargo, la tensión entre “religión” y “no religión” se resuelve, en los casos citados, de dos maneras: o bien se religiociza lo no religioso, convirtiendo, por ejemplo, a la música y la danza en elementos de culto, como particularidades religiosas de un grupo o como peculiaridades regionales o culturales de la religión. O bien se los trata como esferas separadas que, aún pudiendo ser relacionadas, mantienen una cierta identidad – a través de límites, funciones, normas — que las definirían como tales.

Recibido em abril de 2007
Aprovado em julho de 2007

Eloísa Martín (eloisamartin@hotmail.com)

Graduada em Sociologia na Universidade de Buenos Aires; Doutora em Antropologia Social pelo Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Editora, desde 1999, da revista *Ciencias Sociales y Religión / Ciências Sociais e Religião*. Vinculada ao Instituto de Altos Estudos Sociais (IDAES) da Universidad Nacional de General San Martín; pesquisadora do CONICET (Argentina).

Resumo:

O objetivo deste artigo é mostrar como pessoas auto-identificadas como fãs de Gilda, colaboram, por meio de diversas práticas, no processo de consagração da cantora falecida. Respeitando a diferenciação nativa entre fã e devoto, veremos como Gilda é inscrita em uma textura diferencial do mundo-habitado que denominaremos de sagrado, a partir de performances que não poderiam facilmente se circunscrever à esfera da religião. Ao invés de serem consideradas uma metáfora religiosa, as práticas dos fãs configuram modos diferentes de consagrar Gilda.

Palavras-chave: religiosidade popular, sagrado, fanatismo, práticas de sacralização.

Abstract:

This article aims to show how people, who identify themselves as Gilda fans, through different practices, cooperate in the deceased singer consecration process. Taking into account the emic differentiation between fan and devotee, we shall see how Gilda is inscribed into a differential texture within the dwelling-world, that we can call sacred, from performances that are not easily identify as belonging to the religious sphere. Instead to considering fans' practices as religious metaphors, we consider them as different ways of Gilda consecration.

Keywords: Popular religion, sacred, fandom, consecration practices, Argentina.