

La Juventud deseada. La construcción de la imagen de la juventud desde el noticiero cinematográfico.

Almaraz, Martín y Curti Frau, Rocío.

Cita:

Almaraz, Martín y Curti Frau, Rocío (2009). *La Juventud deseada. La construcción de la imagen de la juventud desde el noticiero cinematográfico. V Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-089/149>

La juventud deseada. La construcción de la imagen de la juventud desde el noticiario cinematográfico

Martín Almaraz

Rocío Curti Frau

Introducción

Nuestro trabajo surge a partir de los siguientes interrogantes ¿Que expresiones culturales juveniles eran exaltadas y cuáles no, en los noticiarios cinematográficos de la década del 60? En este trabajo pondremos nuestro interés en la música como una de esas expresiones culturales, y video clips de Sucesos Argentinos y varias notas relacionadas con la juventud en los noticiarios cinematográficos.

Durante los 60 surgen diferentes grupos sociales, homosexuales, indígenas, movimientos feministas, etc. La juventud de esta entre estos grupos sociales, idea con la que concuerdan muchos pensadores¹, estos grupos surgen como contracultura a lo hegemónico. Nuestro objetivo es indagar cuáles son las estrategias que se identifican en el mercado y en el estado para asimilar elementos de esta contracultura y cuáles elementos no eran asimilables porque eran directamente desafiantes a lo hegemónico. Para ello analizamos los discursos unidos a las imágenes donde se muestra a una juventud despreocupada, desenfadada para acercarnos a la idea de juventud deseada.

El título de “juventud deseada” se acerca a la idea de tipos ideales weberianos, hace alusión al tipo particular de juventud construida desde los medios y desde las compañías discográficas inclusive, a los identificaban como “rebeldes”, pero esta rebeldía tenía que ver con peinados estrambóticos, ropa sicodélica; lucían alegres y despreocupados de obligaciones laborales, estudiantiles, familiares pero también desligados de compromisos políticos y sociales.

Esta necesidad de domesticar a la cultura juvenil parte del temor en que se convierta en una potencial amenaza.

En el presente análisis estudiamos la relación que existió entre expresiones culturales (centrado en la imagen y la música) y la construcción de un actor social disciplinado a los fines de la status quo². Nuestro objetivo es determinar qué papel jugó el noticiario

¹ Eric Hobsbawm, Historia del siglo XX. Crítica, Buenos Aires, 1998.

² Es un intento por explicar porque ciertos grupos como Barbara y Dick, Sandro y los del Fuego, el club del Clan e inclusive ciertas bandas del naciente rock nacional eran auspiciadas por el status quo y determinar en la medida posible cuales eran las expresiones culturales de la juventud reprimidas que es apenas mencionado como los otros, solo para reprobar sus actitudes.

cinematográfico analizando las imágenes alusivas a la juventud y el discurso unido a estas imágenes.

Acotaremos nuestro análisis un periodo que va desde 1959, el año crucial de conflicto y derrotas³ donde la represión social en el contexto del plan CONINTES se muestra desligado de las imágenes de la juventud hasta el golpe de Onganía y posterior represión en la Universidades, hecho en el cual aparecen las primeras voces oficiales alertando sobre la amenaza de ideas contaminantes en la juventud, es decir, donde la idea de juventud deseada choca con la realidad.

Para realizar esta investigación utilizamos noticiarios cinematográficos del Archivo General de la Nación; tanto de Suceso Argentinos como del Noticiero Panamericano, de la década del 60. Seleccionamos las notas que considerábamos significativas para el análisis de la juventud y analizamos tanto las imágenes como el discurso en las diferentes notas, además transcribimos algunos discursos del locutor para comprender mejor la imagen que se transmitía de la juventud.

La juventud realiza su aparición en escena en esta convulsionada década, este fenómeno social hizo que muchos sectores de poder, el mercado y los medios intentaran captar este nuevo grupo para integrarlo a la sociedad de modo de neutralizar las posibilidades de conflicto que pudieran generar. La juventud nacía buscando su lugar en la sociedad.

Diferentes tipos de expresiones culturales comenzaran a estar ligadas a la juventud, rock and roll, estilos psicodélicos y los movimientos hippies. En Estado Unidos este nuevo actor social protagonizará la protesta contra la guerra de Vietnam. Por otro lado en Francia las manifestaciones de jóvenes universitarios en el Mayo Frances.

Los jóvenes tenían un alto poder de movilización y como nuevo actor social debía intentar ser encauzado desde el mercado y los organismos de control social.

Existió una estrategia a nivel mundial de parte de los sectores de poder del status quo de incorporarlos y reducir su nivel de conflictividad, y desde el mercado un intento no menos importante de buscar segmentar sus gustos y pautas de consumo logrando en parte incorporarlos al sistema dentro de un marco de consumo y además generar un nuevo sector marcando claramente cuélicas eran los gustos, costumbres y modos. Desde el mercado se inicio en esta etapa una gran diversificación de productos ligados al sector que marcaron los agitados años 60.

³ James Daniel, Resistencia e integración, 2005

Como actor social que buscaba su identidad dentro de la sociedad, nacían diferentes expresiones ligadas a la idea de juventud, principalmente la música y la moda. En el ámbito de la música el rock and roll estaba ligado a la juventud. En Estados Unidos ninguna corriente musical estaba claramente dirigida a una cuota etaria en particular; jazz y blues podían ser escuchados por la población independientemente de la edad. Los jóvenes como grupo en formación debían buscar modos, usos y costumbres que marquen la separación del mundo de los adultos; la música y la moda serán los puntales de esta búsqueda de diferenciación.

En el caso específico de la Argentina no sería distinto, los sectores jóvenes nacían al candor de los acontecimientos latinoamericanos y nacionales. La revolución Cubana se había fijado en la retina de los jóvenes. Y en segundo término se produjo un ascenso de conflictividad en el marco de la resistencia peronista.

La búsqueda de la identidad por los grupos jóvenes estaba condicionada en la Argentina por dos motivos. Primero debían independizarse las dos tradiciones socialmente reinantes en la sociedad, el peronismo había logrado imponer en el imaginario social la figura del obrero, pero este sujeto social no desdoblado en obrero joven o maduro, por expresarlo de alguna manera.

La otra tradición reinante era la pequeña burguesa, ligada a las clases medias urbanas en las cuáles el joven una vez superado la etapa infantil inmediatamente ingresaba a la madurez imitando las costumbres y visiones de la madurez.

Nuestro intento es demostrar como el mercado y desde el estado se busco integrar a este grupo social emergente, analizando la estética que desde el noticiero cinematográfico intentaba imponer, de una manera más específica se intento vender como correcta ciertos modos y costumbre.

La “juventud deseada” expresa la idea de esa construcción del sector que desde los medios se intento mostrar, esta idea desligaba a los jóvenes de toda opinión política o social, en especial las criticas, además la distorsión que realizaba de la idea rebeldía, que en los videos aparece ligada a usar pelo largo, o un estilo de vida desenfadado. La música que constantemente aparecía ligada a las imágenes de juventud en el noticiario cinematográfico era funcional al sistema, vaciada de contenido y desligada de todo compromiso social, mientras el locutor los nombraba como jóvenes rebeldes y despreocupados, eran la juventud deseada, en contraste con los “omitidos”, que tenían un compromiso social y gustos musicales, usos y costumbres diferentes y estaban ausentes en el noticiario.

Desarrollo

Para contextualizarnos nuestro análisis en un fenómeno más amplio, que no debemos dejar por separado, Argentina y por extensión Latinoamérica entraron en la segunda parte de la década del 50 en alineación con la política de Estados Unidos para la región. Esta política se habían endurecido y tomado una forma más agresiva tras la Revolución Cubana producida en la a finales de la década del 50. Tres caminos marcaron la política norteamericana en la región. Por un lado la “Alianza para el progreso”, que llega a su punto culminante en la conferencia de Punta del Este en Uruguay, sostenían que la pobreza reinante en América Latina era el caldo de cultivo para que la experiencia cubana se expandiera por toda la región. Así los préstamos y la flexibilización de los mercados para permitir cierto crecimiento sostenido era parte de la estrategia seguida por Estados Unidos. En segundo término debemos puntualizar la creación de las “Escuelas de las Américas”, proyecto nacido del Secretario de Estado Víctor Macnamara durante la presidencia de John F. Kennedy, este último marcaría la política de represión impuesta desde los Estados Unidos.

John F. Kennedy asumió la presidencia de los Estados Unidos en 1961. Sus consejeros opinaban que el peligro, en los países del tercer mundo, lo constituía la combinación del nacionalismo radical, el socialismo y el marxismo. Apoyaban su teoría en el fracaso de Vietnam y el triunfo de la revolución Cubana.⁴

Un tercer acontecimiento es el cambio de postura ejercida por los mercados, en especial la industria discográfica norteamericana, que no dejó de estar en concordancia con la política para la región. Partían de un análisis puntual, según el cuál las sociedades latinoamericanas están altamente politizadas y movilizadas. Las identidades nacionales son potenciadas y exaltadas por la música regional, caracterizadas por su alto contenido político.

En un sentido más amplio las industrias discográfica norteamericanas participaba de un proceso de reestructuración del capital, entendían que debía crearse el mercado para el producto y no el producto para el mercado. “La industria cultural integra intencionalmente a sus consumidores desde arriba (...) las masas no son elementos primarios, sino secundarios, son un objeto de cálculo; un apéndice de la máquina”⁵.

Esto producía indirectamente modificación en los hábitos culturales y en las pautas de consumo de la población. Este proceso que se realizó en todo el mundo occidental pero en América Latina adquirió un decisivo carácter político.

⁴ Memoria devida, José Luis D’Andrea Mohr, 1999

⁵ Adorno y Horkheimer, en “*Ideología y cultura moderna*”, Thompson John, ed. Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1990.

Este último será nuestro punto de apoyo para el análisis de imágenes del noticiario cinematográfico, “la industrial cultural” es una clara expresión para simbolizar los cambios operados en el mercado discográfico de esta época, “la Nueva Ola” o el posterior “Club de Clan” obedeció a esta nueva estrategia del mercado que inclino la balanza.

El encargado de llevar adelante esta nueva etapa en RCA Víctor, sería llevada adelante por Ricardo Mejía, un experto en ventas ecuatoriano enviado por la casa matriz, a la argentina quien en noviembre de 1959 toma posesión formal de la empresa, decidido a neutralizar la influencia de la música nacional en la argentina, comenzó a restringir el acceso de artistas de tradición nacional al disco, en incluso procedió a la destrucción del archivo de la empresa. Los ingresos más importantes de la empresa provenían de artistas del tango y el folklore, realizó el mismo el estudio de mercado y trajo un formato por el cual una veintena de artistas imitaban características de artistas norteamericanos, nombres en inglés y una decida estética importada ligaba el consumo a los jóvenes, corrían los años 60-61 y las puertas de la RCA se abrían todos los sábados buscando nuevos intérpretes que se ajustaran al formato preestablecido. El contenido de la música estaba desprovisto de toda implicancia política, mientras la empresa discográfica marginaba a los artistas del folklore que incluyan en su repertorio música con contenido político, Cafrune, Larralde, entre otros, igual suerte corrieron artistas de toda Latinoamérica, demuestra holgadamente que no solo era una estrategia de mercado sino además un estrategia política para la región

El argumento de Adorno y Horkheimer puede resumirse de la siguiente manera: el surgimiento de las industrias del espectáculo como empresa capitalista ha dado como resultado la estandarización y racionalización de las formas culturales, y a su vez este proceso ha atrofiado la capacidad del individuo para pensar y actuar de manera crítica y autónoma.⁶

Esta idea se hace real y tangible cuando la compañía discográfica RCA Víctor se lanzó a América latina, (realizando casting a lo largo del continente desde México a la Argentina) buscando formar jóvenes cantantes y figuras que con el mismo formato se repetirían constantemente a lo largo de toda la geografía.

Se buscaba que la juventud entendiera lo político o el compromiso como algo aburrido que iba en contra de su identidad de jóvenes; eso pertenecía a los adultos y ellos debían permanecer apartados. Así en una nota sobre la sanción de la Reforma universitaria el locutor se refiere dice que esta ley “recuerda que las instituciones universitarias son instituciones de

⁶ Adorno y Horkheimer, en “*Ideología y cultura moderna*”, Thompson John, ed. Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1990.

derecho público y que sus exclusivos fines son la formación de hombres y mujeres a través del saber y del desarrollo armonioso de su personalidad. Los universitarios se conviertan en hombres capaces de actuar con responsabilidad y patriotismo”. Se muestra que se busca transmitir una imagen en la que los estudiantes no deben preocuparse por cuestiones políticas. Luego el locutor resalta que “Cada estudiante realizara su personalidad en un marco de orden respeto y jerarquía; de esta manera los enfrentamientos estériles y los intereses de facción desaparecerán para siempre dando paso al trabajo y al estudio. Esta universidad que a todos nos pertenece por igual”

También se muestra otra imagen de la juventud en una nota donde se ven a unos jóvenes que rompen y cambian los números de las paradas de colectivos. El locutor los define como “inadaptados”, “elementos antisociales”. Luego dice “Un individuo que actúa así frente a la sociedad es un peligro permanente que ande suelto por la calle. Todos tienen el deber de denunciarlo en defensa propia”. Se puede ver que los jóvenes que tienen estos comportamientos son definidos de esta forma en contraposición a la imagen de la juventud deseada.

Según Thompson se buscaba reducir la capacidad del individuo de pensar de manera crítica. Como hemos desarrollado más arriba la búsqueda de estandarización del mercado cobraba víctimas entre los músicos nacionales que estaban desligados de la imagen que pretendía imponer el mercado, diferentes ejemplos muestran la asfixia que soportaron intérpretes de los diferentes países Latinoamericanos, mientras la Nueva Ola disponía de emisiones televisadas diarias y un programa de varias horas los días sábados.

Si analizamos la estética de los programas que impulsaba a estos artistas podemos comprobar que es perfectamente aplicable el análisis de Thompson “La industria cultural, ya no se presenta como obra de arte, en su mayoría son constructos simbólicos que se moldean de acuerdo con ciertas fórmulas preestablecidas y se impregnan de escenografías, personajes y temas estereotipados”.

Se mostraba a los jóvenes “nuevaoleros” como despreocupados, desorganizados, con ropa psicodélica y peinados estrambóticos. Esto se muestra en una nota de Sucesos Argentinos (Sucesos Argentinos nº 431. Edición B Noticiero de América) se presenta la llegada de Rita Pavone a Buenos Aires en una avioneta. Los fans son jóvenes y la esperan con carteles y algunos globos. Rita Pavone baja y saluda al público, mientras se escucha su música. Luego sube a un auto y algunos fans y periodistas la siguen. El locutor señala que “comenzó, el delirio, el frenesí y la histeria. Los nuevos oleros se quedaron de pronto sin Rita que fue tácitamente raptada por los mismos organizadores de la desorganización”. El locutor se refiere a este hecho como “son cosas de la Nueva Ola”.

El noticiario no tiene casi ningún ejemplo de jóvenes comprometidos o gustos musicales alternativos. Otro rasgo importante de la juventud es el pelo largo y la ropa que utilizaban. Así en una nota de Sucesos Argentinos se muestran imágenes de jóvenes de pelo largo escuchando música y tocando la guitarra. El locutor dice “pero ha no creer que la cosa de los melenudos es en Europea, también tenemos números ejemplares de esto últimos”. Luego se muestran imágenes de una doma de caballos. El locutor explica que “no solo en las ciudades con los Beatles sino también en algunos hombres de campo, como el campeón de doma de la localidad cordobesa de Jesús María. Cincuenta años atrás hubiéramos pensado en la legendaria figura de Juan Moreira, pero en nuestros días se nos ocurre que es un criollo nuevaolero”. Acá se ve el impacto que se trata de mostrar de la nueva ola que llega a influir también en una doma de caballos en la provincia de Córdoba.

Luego en otra nota sobre la fábrica Alpargatas se explica que allí se producen “pantalones *farmwest* para un mundo joven dichoso de lucir su libertad” y las zapatillas flecha “que dan agilidad y alegría a los pies de nuestra juventud” Se muestran imágenes de jóvenes bajándose de unos botecitos y corriendo. Uno de ellos con una guitarra. Luego varios jóvenes, sentados en las ramas de un árbol, al costado de un río, tocando la guitarra. Así las imágenes de la juventud son despreocupadas.

También analizamos una nota de un desfile de moda en Bruselas. El locutor dice que “se esta poniendo de moda exhibir la moda con música y hasta con ritmo psicodélico” la nueva moda es “algunos recortes atrevidos, algunos escotes osados; pero sin excesos para cuidar este estilo de happening.”

Un “videoclips” de Almendra muestra al grupo bailando y cantando la canción Campos Verdes. El grupo esta en un campo y se muestran imágenes da vacas y de ellos bailando y saltando por el campo. La letra dice “campos verdes en mi tierra natal ya se han ido, nunca más volverán cielos claros, en mi tierra natal se han nublado, nunca más volverán”; no se muestra ningún contenido o cuestionamiento político.

Los productos de la industria cultural se presentan así mismos como un reflejo o reproducción directa de la realidad empírica, en virtud de ese “pseudorealismo” normalizan el *statu quo*. Lo que la gente lee, ve y escucha es familiar y banal, y en esta esfera simbólica de familiaridad repetitiva introduce una sarta de consignas domésticas: “todos los extranjeros son sospechosos”, “una muchacha bella no hace nada malo”, “el éxito es el objetivo final de la vida”, que aparecen como autoevidente y eternas.

Bibliografía

Howsbaun, E., Historia del siglo XX. Crítica, Buenos Aires, 1998.

James, D., Resistencia e integración. Siglo XXI, Buenos Aires, 2005

D´Andrea Mohr J., Memoria devida. Losada, 1999

Engh, L., *Jóvenes: un antes y un después. Confrontación entre las representaciones y topologías de la juventud en los años previos y finales de la década del 60*, en Marrone, I. y Moyano M., *Persiguiendo imágenes*. Editores del Puerto, Buenos Aires, 2006

Adorno y Horkheimer, en "*Ideología y cultura moderna*", Thompson John, ed. Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1990.