

Performances de masculinidad, prácticas de subversión: el consumo de teléfonos móviles entre los jóvenes de las clases populares

Performances de masculinidade, práticas de subversão: o consumo de telefones celulares entre jovens de camadas populares

Performances of masculinity, practices of subversion: the consumption of cell phones among the low-income youth

Sandra Rúbia Silva¹

Resumen *A partir de un enfoque etnográfico, discuto en este artículo el papel del consumo de teléfonos móviles en la construcción y expresión de las subjetividades entre los jóvenes, en especial los de sexo masculino. A lo largo de este análisis, argumento que diversas prácticas de consumo en que están incluidas los móviles –como escuchar música alta en los espacios públicos– reafirman los elementos de la masculinidad hegemónica como la agresividad, la performatividad pública, la actividad sexual y la corporalidad.*

Palabras-clave: *Juventud. Subjetividad. Teléfonos móviles. Masculinidad hegemónica.*

Resumo *A partir de uma abordagem etnográfica, discuto neste artigo o papel do consumo de telefones celulares na construção e expressão de subjetividades entre jovens, em especial os do sexo masculino. Ao longo da análise, argumento que diversas práticas de consumo envolvendo celulares – como, por exemplo, ouvir música alta em espaços públicos – reafirmam elementos da masculinidade*

¹ Máster en Comunicación e Información (UFRGS) y doctora en Antropología Social (UFSC), con pasantía de doctorado-sándwich en la University College London, bajo la tutoría del profesor Daniel Miller. Profesora adjunta del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Federal de Santa Maria. E-mail: sandraxubia@gmail.com

hegemônica, tais como a agressividade, a performatividade pública, a atividade sexual e a corporalidade.

Palavras-chave: *Juventude. Subjetividade. Telefones celulares. Masculinidade hegemônica.*

Abstract *Drawing from an ethnographic approach, I discuss in this article the role of the consumption of mobile phones in the construction and expression of subjectivities among young people, particularly males. Throughout the analysis, I argue that various consumption practices involving phones – such as listening to loud music in public spaces – reaffirm elements of hegemonic masculinity such as aggressivity, public performativity, corporeity and sexual activity.*

Keywords: *Youth. Subjectivity. Mobile phones. Hegemonic masculinity.*

Data de submissão: 08/08/2012

Data de aceite: 19/10/2012

El “hacerse hombre” y el “ser hombre”: de la hegemonía a las masculinidades

El barrio de clase popular, que voy a llamar aquí Morro San Jorge, en el que se llevó a cabo la etnografía para mi tesis de doctorado (SILVA, 2010), se localiza en la parte central de la ciudad de Florianópolis; allí viven alrededor de tres mil personas, la mayoría niños y jóvenes. Al proponerme investigar en ese lugar las prácticas y las representaciones atribuidas al teléfono móvil, a partir de una perspectiva antropológica, confieso que, en principio, los aspectos que enfocaré a lo largo de este artículo, no constituían parte relevante del guión que orientó mis primeras entrevistas y observaciones. Reflexionar más detenidamente sobre las intersecciones entre las masculinidades y los teléfonos móviles fue algo que determinó² el propio campo, pero que me sirvió para resaltar un argumento fundamental: mucho más allá de un simple aparato de comunicación, usado meramente para hacer y recibir llamadas, el móvil tiene importantes funciones simbólicas en la comunidad del Morro San Jorge. Entre estas funciones, está la que traigo a discusión en el espacio de este artículo: el papel del móvil tanto como elemento de constitución de un estilo de masculinidad (en especial en el caso de los jóvenes), su papel en tanto que elemento que reactualiza determinadas prácticas ligadas a la masculinidad tradicional, también llamada hegemónica en el campo de estudio de las masculinidades (KIMMEL, 2004; GROSSI, 1995).

Me gustaría aportar a favor de los argumentos de ese artículo, los elementos traídos por la teoría, que tanto influyen como son relevantes en la constitución de las masculinidades jóvenes del Morro San Jorge. Hablo en este artículo de “masculinidades” porque el campo de los estudios de género, como recuerdan Cecchetto (2004) y Almeida (1995), que por mucho tiempo priorizaron el estudio de las homosexualidades masculinas, al volcarse sobre el estudio de la masculinidad hegemónica les hacen la crítica,

² El material etnográfico que sirve de base a las reflexiones aquí presentadas se constituye de observaciones en los espacios públicos del barrio, realizadas a lo largo de los once meses de trabajo de campo, entre 2008 y 2009, y también de entrevistas más consistentes con siete de mis interlocutores: cinco jóvenes solteros, un joven de dieciocho años, casado, y una joven de veintiocho años.

en una segunda ola de estudios. Por tanto, se trata fundamentalmente de pensar las masculinidades así, en plural. Como afirma Cecchetto (2004, p. 38) en su estudio sobre la violencia y los estilos de masculinidad entre jóvenes de estratos populares de Río de Janeiro, cuando se trata de estudiar la masculinidad antropológicamente, fuera de los paradigmas esencialistas, “hay masculinidades y masculinidades”. La autora nos recuerda que existen variaciones que dependen del contexto local y de las nociones de masculinidad allí vigentes. En ese sentido, nuestra investigación se inserta dentro de la propuesta de los estudios de construcción social de la masculinidad, buscando aquí indicar que la posesión y el uso de tecnologías de comunicación e información, como los móviles, tienen un papel en esos procesos. Procesos estos que están en constante construcción, pues como nos recuerda Almeida (1995, p. 128) el “ser hombre” no se reduce a la condición biológica, a la posesión de un pene, “[...] sino también a un conjunto de atributos morales de comportamiento, socialmente sancionados y constantemente reevaluados, negociados, recordados.”

Entre los elementos de la masculinidad hegemónica relevantes para nuestra discusión, me gustaría destacar los siguientes: la conexión de la constitución de lo masculino con la actividad sexual y la corporalidad, que puede traducirse en una sexualidad predatoria y en la valorización del cuerpo viril; la agresividad, unida al placer por el riesgo y por la competición; y, por último, la necesidad de una performatividad pública de la masculinidad. Veamos estos elementos con más detalle.

La constitución de lo masculino hegemónico en nuestra cultura se da, fundamentalmente, por oposición a lo femenino (GROSSI, 1995; WELZER-LANG, 2001). Así, ser hombre, principalmente en Brasil, significa tener actividad sexual con mujeres y dominarlas; de forma que, por un lado, la infidelidad masculina en las relaciones sentimentales y en el matrimonio tiende a ser valorada, mientras, por otro, el adulterio femenino es el mayor temor, haciendo que la mujer se transforme en una fuente de humillación, y no de honor (FONSECA, 1991; ALMEIDA, 1995). Coleccionar mujeres y no ser traicionado se convierte en un certificado de virilidad; se establece una “moral sexual

ambivalente” (ALMEIDA, 1995) en la que está socialmente aceptado entre los hombres el estatus de novio o marido que mantiene relaciones paralelas. Ser hombre también es no ser³ “gay”, “maricón” o “sarsasa” –la homofobia es un elemento importante de la masculinidad hegemónica (WELZER-LANG, 2001). En las entrevistas con los jóvenes del Morro San Jorge, observé cómo el discurso homofóbico estaba presente en las charlas y en las bromas. Es fundamental mostrar que no se es “gay” hablando mal “de ellos”, depreciándolos. Otra forma de resaltar la masculinidad es demostrar que se tienen muchos contactos con el sexo opuesto, posibilitando oportunidades de relaciones sexuales, o sea, ser reconocido entre sus pares como un “mujeriego”. En ese sentido, es indicativo el uso de las agendas de los teléfonos móviles. Por ejemplo, en la agenda del móvil de uno de mis jóvenes interlocutores, Patrick, solo había dos números “de hombre”, y el resto eran números de chicas. Según él, los únicos motivos para tener un número de hombre en la agenda son, primero, si es un pariente; y más importante todavía, si es un gran amigo –“es un poco raro un chico con un móvil lleno de números de hombres”. Además solo se da el propio número a un hombre que sea conocido. Pero con las chicas es diferente –cuantas más posibilidades de contacto con ellas, mejor.

Tan importante como la actividad sexual es la cuestión de la corporalidad en la constitución de lo masculino. Al entender el cuerpo como un elemento básico para la construcción social de la masculinidad, y al servir de soporte en la constitución de sus diferentes estilos, Cecchetto (2004) resalta su conexión con las temáticas de la identidad, de la sociabilidad, de la violencia y de la relación entre los sexos. Se trata de pensar, además de un cuerpo sexualmente activo, en un cuerpo viril, musculoso, desarrollado para la lucha y resistente al dolor. Los dolorosos ritos de iniciación de los chicos en las sociedades simples pueden ser relacionados con los términos de sociedades complejas, por ejemplo, a través de

³ Es importante decir que, en Brasil, tener actividad sexual con hombres en la condición de “activo”, o sea, de penetrador, no significa ser considerado homosexual (GROSSI, 1995)

la valorización de la resistencia al dolor y de la pericia en deportes de competición como las artes marciales o el *rugby* (GASTALDO; 1995; RIAL, 1998).

Para el propósito del argumento que deseo discutir, resalto, es necesario evocar esa importancia simbólica del estilo corporal y comprender el cuerpo como algo que va más allá de lo puramente físico y biológico, como nos ha enseñado Mauss (2003). El móvil se convierte, así, en un soporte de significados que trasciende lo físico, y es este el modo como interpreto la relación de la música, de la corporalidad y de la *performance* de la masculinidad entre los jóvenes del Morro San Jorge. En ese sentido, Borelli y Rocha (2008) traen un enfoque teórico que, pienso, es significativo para el argumento que propongo a continuación: las autoras ven la intersección entre, por ejemplo, las tecnologías de la comunicación y la información y los cuerpos juveniles en las escenas urbanas con una propuesta de pensar esos cuerpos como “cuerpos-medios” –los cuerpos son reapropiados tanto por los medios masivos como por los medios digitales, y pueden ser pensados como estrategias de “ser en el mundo” (BORELLI; ROCHA, 2008) juveniles que, pautadas por el consumo y por la comunicación, buscan la visibilidad. Mi argumento es el de que, al escuchar música sin los auriculares, los chicos de la comunidad desarrollan una técnica corporal que habla de su identidad viril. Al ocupar el espacio sonoro en su entorno, también reactualizan una estrategia de construcción de masculinidad que puede ser comparada, pienso, a aquella del cuerpo viril y musculoso, que domina el espacio en su entorno. En ese sentido, el teléfono móvil y sus posibilidades sonoras son entendidos como una extensión del cuerpo, tal como fue argumentado por McLuhan (1995). Para Borelli y Rocha (2008, p. 31) pensar los jóvenes y las juventudes incluye considerar como estos “[...] inventan y se comunican por medio de lenguajes que les son propios –y esto parece todavía más evidente en el uso de las nuevas tecnologías, móviles e interactivas [...]”.

La agresividad, la competición y el gusto por el riesgo son otras características de la constitución de lo masculino que pueden ser cotejadas a las prácticas sociales y culturales relacionadas con los teléfonos móviles,

como veremos a continuación. En su estudio sobre las pandillas funk cariocas, por ejemplo, Ceccchetto (1998; 2004) relaciona las peleas y luchas ritualizadas presentes en los bailes funk a la constitución de un *ethos* guerrero en el ocio juvenil de las capas populares, caracterizado por la “disposición para la pelea” y por la búsqueda de la excitación, expresada en la categoría nativa de la “emoción”, relacionada con la frucción de la tensión y del riesgo existentes en esas luchas. Presento aquí dos argumentos: primero, que el elemento de la agresividad, al hacerse presente en las canciones funk que tocan en los móviles, propician un *locus* en el que la violencia es estilizada y no experimentada directamente, como en las peleas de los bailes funk; segundo, que las estrategias para “burlar las operadoras”, como dicen mis interlocutores, revelan una dinámica semejante: un gusto por someter a un adversario –institucional, en este caso– que incluye riesgos y genera emoción.

Otro elemento que distingue las masculinidades es la cuestión de su desempeño público. Almeida (1995) entiende ese proceso como iniciándose ya al final de la infancia; con los chicos siendo cada vez más incentivados a ser independientes de los espacios femeninos de la casa y de la vecindad, al contrario de las chicas, que dominan estos espacios junto a sus madres. Así, son necesarios espacios de convivencia masculina exclusiva, entre los cuales la “calle” es especialmente caracterizadora de masculinidad, por ser del dominio de lo público y masculino, mientras el de la casa es de lo privado y femenino. Los hombres jóvenes y adultos comprenden que la domesticidad feminiza y expresan su malestar con la idea de quedarse en casa: “estar en casa ‘hace mal’, ‘ablanda’” (ALMEIDA, 1995, p. 64). Si en las sociedades primitivas existían las “casas de hombres”, espacios vetados para mujeres, en las sociedades complejas se constituyen espacios privilegiados de homosociabilidad, por ejemplo, los bares –donde la práctica de ver a los partidos de fútbol colectivamente engendra duelos verbales (GASTALDO, 2005); los cafés y las *boîtes* (ALMEIDA, 1995) y los espacios de práctica de deportes como jiu-jitsu (CECCHETTO, 2004); *full-contact* (GASTALDO, 1995); y judo y *rugby* (RIAL, 1998). Es importante decir que la palabra y la retórica son muy importantes en la práctica de la

“casa de los hombres”, como señala Almeida (1995, p. 189), en la que la perspicacia verbal, el relato de proezas y la capacidad de réplica son artes verbales que contrarrestan la agresividad sexual y física.

Rial (1998, p. 251) refiriéndose a los deportes, observa que cada vez más disminuyen los espacios de homosociabilidad debido a la creciente presencia de las mujeres. En ese sentido, Almeida (1995, p. 179-190) entiende que la intensificación de los procesos de globalización traen nuevas posibilidades de masculinidad –tanto por el consumo de contenidos mediáticos que transmiten diversos modelos de masculinidad (en este caso, la exhibición de telenovelas brasileñas en Portugal) como por el mayor acceso a bienes de consumo. Entre los bienes identificados por el autor como valorizadores de la identidad masculina, están los coches y las motos. Así, “como los jóvenes motorizados y consumidores, se están inventando otras tradiciones, en los *pubs* y discotecas, donde se construye otra masculinidad *in praesentia* de las chicas, escolarizadas y más libres en términos de movilidad.” (Almeida, 1995. p. 190).

Por fin, me gustaría resaltar la conexión del consumo de tecnologías de comunicación e información –móviles, portátiles– con un emergente modelo de masculinidad considerado hegemónico y globalizado, en el que la movilidad es fundamental. Ese modelo es una reactualización del modelo de “éxito” masculino, basado en el prestigio y en la riqueza, que Almeida (1995), ya identificaba en su estudio del pueblo de Pardais, en Portugal. Ese modelo global dialoga y subordina otras masculinidades, llamadas periféricas (KIMMEL, 2004). En las palabras del autor:

[...] el modelo global dominante de la masculinidad hegemónica, con el cual todas las masculinidades locales, regionales y nacionales se comparan y al cual cada vez se refieren más. La versión global emergente de la masculinidad hegemónica es fácilmente identificable: puedes verlo sentado en salas de espera de primera clase en aeropuertos, o en hoteles de negocios elegantes de todo el mundo, vistiendo un traje caro, hablando inglés, hablando en su móvil, su portátil conectado a cualquier enchufe, mientras ve la televisión CNN Internacional (KIMMEL, 2004, p. 415).

Ceccheto (2004, p. 239), al analizar la sociabilidad funk a través de letras de canciones⁴, nos da un buen ejemplo de cómo ese modelo de “éxito” masculino incorpora el consumo de teléfonos móviles, coches importados y motos como objetos de poder; signos de poder económico. La autora observa que ahora las mujeres tienden a valorar más, en primer lugar, la posesión de bienes de consumo; en segundo, la disposición permanente para el sexo, y bastante menos las características corporales masculinas. Citando a Castells (1999), Cecchetto denomina ese comportamiento como “sexualidad consumista”. Para los jóvenes del Morro San Jorge, como Patrick, de 17 años, alumno de la sexta serie de la enseñanza fundamental, tanto por la edad como por el escaso poder económico, es difícil tener un coche o una moto. En ese caso, el móvil cumple su papel como objeto importante en las *performances* de masculinidad. Patrick me dice que el modelo del móvil impresiona a las chicas y funciona como posibilidad de acercamiento a ellas. Una vez, me contó, estaban escuchando música juntos, él, su primo y el amigo “Pernão” (el uso de apodos es muy común en San Jorge). “Entonces ella llegó y quiso ver el móvil de todos, uno a uno, y Pernão dijo que ella estaba investigando para ver qué móvil era el más bonito”.

Ocupar “donde no hay nada”: a propósito de música en los móviles, corporalidad y performance pública

La práctica de escuchar el móvil sin los auriculares parece estar difundándose entre los jóvenes en Brasil. En metrópolis como São Paulo eso se da tanto en la calle como en los transportes públicos; hay incluso desafíos entre chicos y jóvenes dentro del autobús y vagones del metro para ver quién lo pone más alto. Los géneros musicales que más suenan son, por este orden, funk, hip-hop, *pagode*, rock y *sertanejo*, según

⁴Transcribo a seguir fragmentos de la letra del rap Citröen: “Me miraste y te miré también/pero no te miré a ti, sino a tu lindo Citröen/Que, cuando lo vi, me impresioné/Y fue así que de ti me enamoré. Pero eso no es importante y lo que me llamó la atención/ Fueron tus cadenas de oro/Y tu bip en la mano [...]” (CECCHETTO, 2004, p. 239).

Calderari (2009). Por otro lado, para dar un ejemplo de la variación cultural relacionada al uso de los móviles, Okabe e Ito (2005) dan cuenta de que en el transporte público japonés hablar por el móvil no está socialmente aceptado –se prefiere enviar mensajes de texto o mirar el correo electrónico. Ciertamente, la práctica de escuchar música alto y sin auriculares sería difícilmente tolerada.

Recuerdo bien que, ya en una de las primeras veces en que circulé por el Morro me llamó la atención el paisaje sonoro del lugar: era muy frecuente escuchar, a lo lejos o de cerca, el sonido de una canción rap o funk o, también, *pagode*. Con el paso del tiempo, no tardé en darme cuenta de que el teléfono móvil formaba parte importante de esa ecología sonora: la música que se oía en la calle venía de los móviles, en la mayor parte de las ocasiones. Oída por todos los que estaban alrededor, pues no se usaban los auriculares. Esa práctica de escuchar música en el móvil sin auriculares, me di cuenta de que era más propia principalmente de los chicos, en especial de los preadolescentes e, incluso de los de dieciocho o veinte años.

Empecé a prestar más atención a esa práctica y a incluir ese cuestionario en las entrevistas y en las charlas con mis interlocutores. Sea en manos de los chicos que volvían de la escuela del barrio; de los que bajaban del autobús localizado en la parada final, en lo alto del morro; de los chicos que circulaban en pandillas por las callejuelas del San Jorge; de los niños que jugaban con las cometas en los terrenos vacíos; de los “guríes”⁵ que vigilaban en puntos estratégicos o de los que pasaban la tarde sentados en los muros bajos de las pequeñas casas del proyecto de viviendas del ayuntamiento, allí estaban ellos, omnipresentes: los móviles tocando rap y funk, en alto volumen. Patrick, además de confirmar el hábito en la comunidad de usar el móvil para escuchar música, relaciona la urgencia que los jóvenes sienten de oír música con la necesidad de rellenar una especie

⁵ Los “guríes” u “os meninos” es como se llaman los “olheiros” del tráfico de drogas en la comunidad. En San Jorge, el tráfico tiende a ser sutil, pero existe.

de vacío: “sí, es lo que más hay. Así, vas a un sitio donde no hay nada, pones tu musiquita, incluso jugando con la cometa...en cualquier lugar, en el *shopping*...”

“Es un infierno”, me reclama una mujer mayor, evangélica. “Una está en el autobús, y siempre va un grupo escuchando esa música muy alta. Si por lo menos fuera una canción que hablara del Señor Jesús, o una cosa más tranquila, pero es solo ruido y palabrotas.” Aunque ese comentario reflejara las tensiones relacionadas con esa generación y también con la religiosidad, la conexión entre los jóvenes, la música y los móviles me intrigaba cada vez más. Más todavía porque la literatura sobre los teléfonos móviles desde la óptica de las Ciencias Sociales –sobre la que ya me había estudiado antes del trabajo de campo– aunque relacionara de modo abundante a los jóvenes y los móviles, no describía nada siquiera parecido o relacionado con la práctica que observaba en San Jorge. La literatura, centrándose en las capas medias de los países de Europa, América del Norte y Asia, traía análisis relacionados principalmente con el uso de mensajes de texto (SMS) y sus desdoblamientos en la sociabilidad adolescente y el lenguaje; se destacan también los análisis del móvil como expresión de una estética e identidad adolescentes, además del estudio de las intersecciones entre los adolescentes, los móviles y la comunicación intergeneracional (LING, 2004; CARON y CARONIA, 2007). ¿Cuál es la importancia para esos jóvenes de oír música alta, ocupando el espacio sonoro en torno de ello?

Al lanzar una mirada más detenida sobre esa cuestión, el primer descubrimiento fue acerca de la importancia de una de las funciones del teléfono móvil en la circulación de la música entre los jóvenes. Se trata del *bluetooth*, tecnología inalámbrica de transmisión de datos, designada por esa palabra de la lengua inglesa de difícil pronunciación (los jóvenes del San Jorge decían “blutufe”, “blutufi” o incluso “blutú”, grafías que mantendré de aquí adelante en la transcripción de los diálogos de los interlocutores). Rápidamente me di cuenta de que tener un móvil que tocara canciones en el formato MP3 no era suficiente – lo que todos querían era tener un móvil con *bluetooth*, como me explicó James, de

veinte años: “Entonces llega un colega de la escuela que tiene un móvil *con todo*...Lanzan una canción, queremos oírla, entonces si el móvil no tiene *blutufe* no tienes acceso.”

“¿El tuyo tiene *blutufe*?” fue la pregunta que más de una vez escuché en los corros de conversación de las pandillas de chicos de las “casitas”, mientras pasaba para ir a algún lugar del morro. Más de una vez, confieso, fingí estar esperando a alguien solo para escuchar lo que decían. Así, también descubrí que tener un móvil que toca muy alto es un atributo muy valorado. Esa valorización del *bluetooth* en San Jorge contrastaba con el uso del móvil cuando se compara con las capas medias con las que yo tenía contacto en mi vida cotidiana. El *bluetooth* estaba lejos de ser tan importante y, más aún, nunca o raramente se usaba. Un colega de posgrado llegó incluso a preguntarme de qué se trataba. En San Jorge, el *bluetooth*, como he dicho antes, es fundamental en la obtención de contenidos para los teléfonos móviles, sean estos archivos de vídeo, imágenes o canciones. A través del *bluetooth* los jóvenes de la comunidad “se pasan música” los unos a los otros –y, lo más importante, sin ningún coste.

Patrick y James, así como muchos otros jóvenes de la comunidad, me sorprendieron con su pericia y rapidez al pasar los archivos de un teléfono a otro, mientras yo me complicaba. Con el tiempo, me volví más habilidosa y adquirí el hábito de intercambiar archivos con los jóvenes de allí siempre que era posible.

Fue así, observando, entrevistando y cambiando archivos vía *bluetooth*, como pude comprobar la preferencia de los jóvenes del San Jorge por el rap y el funk. En el caso del funk, una preferencia especial por el estilo conocido como *proibidão* o “funk bandido”, término utilizado por Fátima Cecchetto (1998; 2004) en su análisis sobre las conexiones entre el funk, la violencia y los estilos de masculinidad. Aunque rechaza una conexión mecánica entre la frecuencia de los bailes funk y la eventual violencia de sus frequentadores, la autora reconoce la constitución de un *ethos* guerrero a través de la organización del baile y de las canciones, con sonidos de tiros y metralletas y letras que hacen referencia a las

facciones criminales, los robos y el tráfico de drogas. Un ejemplo es la letra de la canción “Humildad y Disciplina” del MC *Menor do Chapa*, que circula por el Morro San Jorge. En la letra, hay referencia al CV (*Comando Vermelho*, facción criminal de Río de Janeiro) y se pide la libertad para uno de sus líderes, Marcinho VP. Otra vertiente más reciente del funk, analizada por Cecchetto (2004, p. 231/245) es el llamado *pornofunk* también presente en los móviles del Morro San Jorge. Si antes para la autora el universo masculino era preponderante, ahora se manifiesta la interacción entre los sexos, con referencias explícitas a la actividad sexual que enfatiza la virilidad de los hombres y la pasividad de las mujeres.

Sin embargo, como relata Patrick, hay un espacio vetado al *proibidão* y al *pornofunk*: la escuela. Patrick y sus colegas escuchan música en el móvil incluso dentro del aula, cuando la profesora se lo permite; pero ese consentimiento depende del tipo de música. Hasta la mitad del año 2008, Patrick cuenta que era el único de su clase que tenía móvil, y los colegas querían escuchar música:

Entonces la profesora nos dejaba poner el móvil en un rinconcito del aula, y oíamos música mientras escribíamos... [*Ella dejaba poner*] *Exaltasamba*, *Jeito Moleque*, ah, varios grupos... menos *MV Bill*, *Menor do Chapa*, esos, la profesora no nos dejaba... Una cosa tranquila vale, pero canciones de *bandidão* no nos dejaba.

Menor do Chapa es el nombre artístico de Fabrício de Souza Batista, cantante de funk de veintisiete años de edad, residente del Morro del Turano, en Río de Janeiro. En 2005, fue denunciado por la Ley de Estupefacientes y por apología del tráfico. En 2006, su nombre estuvo en una polémica: la policía de Río inició una averiguación judicial para investigar la venta de toques de móviles de *proibidões*, por parte de las operadoras Vivo y Claro. Abajo, transcribo la letra de una de sus canciones, “Humildad y Disciplina”, que circula en Morro San Jorge:

¿Qué pasa, hermano?/ Humildad y disciplina, Vida loca/ Directamente del Chapa, solo proceder/ Turano más cabreado.../ Fundamento del CV/ Si viene mandado, va a salir sin ser notado/ En la humildad, libertad para Marcinho/ tranquilidad, Turano, ni mejor, ni peor.../ Es el tranvía del Menor/ Es “fe en Dios”, Colombia es mucha pureza/ Es solo reliquia, Cabreado Pantera Negra/ Oye, entonces, 157, solo cabreado/ Es “los cuarenta ladrones” PJJL!/ para todos los hermanos míos, es el rojo/ de vuelta al morro del adiós esa es la intriga/ Y con el antiterror, vengamos al jugador/ ¿Qué pasa hermano?/ Humildad y disciplina, Vida loca/ Directamente del Chapa, solo proceder/ Turano más cabreado...

Otro hallazgo interesante de la investigación se produjo al momento de entrevistar a otra interlocutora, que al final no se encontraba en casa. Pero empecé a hablar con su hija de dieciséis años. Esta chica escuchaba en su móvil un funk –interesante, pues habla de la vida y muerte de un joven soldado del tráfico del propio Morro San Jorge, muerto por rivales de otra comunidad. “Fue un rapero de Porto Alegre quien lo hizo, era amigo suyo, hay un montón de gente del Morro que tiene esa canción en el móvil”.

La preferencia de muchos chicos y jóvenes del San Jorge por el funk y por el rap, por tanto, refleja un modelo de masculinidad que tiende a constituirse por la agresividad. Carlos Alberto, de veinticuatro años, un joven líder de la comunidad y perteneciente al movimiento hip-hop, comenta el papel de la música para los chicos:

Hay mucho de eso sí, de oír música alta... Escuchan mucho el rap también, entonces es una cuestión de identidad, de mostrar una característica del chaval, de cómo es, de cómo quiere portarse, actuar... Quiriendo o no, el rap pasa una forma agresiva de desarrollo, en las letras, en la forma de cantar. Entonces depende de la forma cómo se canta y cómo se transmite, va a decir cómo el chaval se siente. La música que adopta como legal tiene mucho que ver con sus características.

Prácticas de subversión: el placer de la competición y del riesgo

“Sandra, solo un “mané” compra un abono para el móvil.” Fue Celinho, un joven de catorce años con quien conviví varios meses, hijo de una interlocutora, quien me llamó la atención hacia las estrategias un tanto ilícitas utilizadas para hablar por el móvil sin costes. La frase-modelo que me decían los interlocutores era “mi móvil no tiene bonos”. Una estrategia tradicional y normativa, no subversiva, para resolver esa situación es hacer llamadas a cobro revertido –práctica que discuto en otro lugar (SILVA, 2010). Teniendo en cuenta que la jerga carioca “mané” significa decir “trabajador” (ZALUAR, 2004), el que vive según las normas, me propuse catalogar algunas de esas “prácticas de subversión” que tienden a invertir las relaciones de poder entre usuarios y operadoras de telefonía móvil. Pude darme cuenta de que “burlar las operadoras” formaba parte de un discurso de narrativas y proezas y de éxito. El “burlar las operadoras” puede darse por dos vías: una más pasiva, por decirlo de algún modo, en la cual se sacan ventajas de los fallos técnicos y errores administrativos de las operadoras –pero, está presente la satisfacción por el sometimiento del enemigo; y otra más activa, en la que se provoca algún tipo de accidente o se comparten estrategias para superar los obstáculos impuestos por las operadoras –como el bloqueo de los móviles. En el primer caso, son recurrentes en San Jorge los relatos sobre la operadora Vivo, la campeona en fallos técnicos. “Con la TIM ya ha habido fallos, pero no era siempre como con la Vivo”, dijo James. Él y Caio me cuentan los detalles:

Cuando entró la operadora Vivo, después de las doce de la noche era gratis, porque siempre caía su red. Era algo, ellos no tenían el control exacto, entonces ocurría un accidente porque había muchas llamadas. Llamaba gratis toda la madrugada. Llamaba desde la casa de mi padre para aquí. [*James se entusiasma: cuando había un accidente avisaba a todo el mundo: ¡oh, llámame!*] Quien no tenía un móvil de la empresa Vivo iba allí corriendo a pedirselo prestado a quien lo tenía y se ponía a llamar. A veces había accidentes en la Vivo por la tarde también, independientemente.

La segunda modalidad de “prácticas de subversión” es mucho más activa y trae, además de la satisfacción por el enemigo –institucional⁶– sometido, el placer de la competición y el riesgo. La primera vez en que hablamos, Ricardo me llamó la atención al decir que había cambiado el sistema operativo de su móvil. Con esa habilidad, Ricardo ayudaba a los amigos con problemas técnicos en sus aparatos móviles. A los dieciocho años, recién formado en la enseñanza media, con empleo estable, casado y padre de un bebé de tres meses, también se mostró acostumbrado a “burlar las operadoras”, basándose en su destreza técnica:

Para burlar las operadoras, hay que procurar saber los fallos del sistema, como mandar mensajes gratis, hacer llamadas gratis, usar Internet gratis... como el chip que he conseguido con un amigo, que está todo modificado, y he usado Internet gratis por dos semanas, correo, MSN, estaba conectado todo el tiempo. Muchas veces es un fallo de las propias operadoras, lo liberan, se olvidan... Como una vez que quedamos uno o dos meses bien porque el aparato simplemente no cobraba las llamadas... Ha sido un fallo de la operadora. Quien tenía abono hacía llamadas y no era descontado, todos los que tenían el móvil de la Vivo. Pero ya hace unos tres o cuatro años.

Otra estrategia utilizada por Felipe era compartir informaciones a través de Internet, con jóvenes de todo Brasil. En esos sitios, se dan relatos que se hacen eco del “exhibicionismo” de los relatos de éxitos, tal como fue pensado por Almeida (1995):

Todo lo encuentras en Internet, para desbloquear, cambiar las características del móvil, y es fácil. El 90% de los móviles con una sencilla investigación en Internet, consigues un vídeo tutorial para desbloquear el teléfono. También hay muchos foros en Internet hablando específicamente sobre móviles. Entro, busco y recojo todos los tutoriales que necesito. Para intentar arreglarlo cuando tiene un defecto, coger recomendaciones.

⁶ Gastar bromas, sea por el teléfono fijo o por el móvil, para la policía, bomberos, personas o comercio de la vecindad, conforme constaté en San Jorge, también es una práctica ligada a la constitución de la masculinidad a través de la exposición al riesgo.

Al contrario de Ricardo, Patrick no tiene ordenador con Internet en casa, tampoco la capacidad técnica de hacer fraude a las operadoras. Pero su móvil nunca tiene bonos. Para Patrick, poner bonos en el móvil es una cuestión de tener dinero, lo que es raro, pues su madre lo mantiene y él colabora con el presupuesto doméstico haciendo trabajos esporádicos. Él también cree que el coste de las llamadas es muy alto y abusivo. Generalmente pone diez reales de bonos, pero me cuenta, crujendo los dedos, que el móvil está “así hace mucho tiempo” sin bonos: “Pones diez reales, se van muy rápido, hablas unos ocho minutos. Se van todos los bonos”. Mucho tiempo, consigo averiguar con él, son “unos meses”. Solo no pierde la línea, explica Patrick, a causa de los bonos de la operadora, que según él sigue recibiendo normalmente. Así, una de las estrategias posibles para ahorrar dinero, me explica, consiste en “coger en la web” (conseguir bonos en Internet): “solo conectas el móvil, hay una página, solo que la policía no puede enterarse, si se entera (sic), vas a la cárcel.” Yo, con la garantía de que no era policía o juez (y Patrick lo sabía, pues en la época de la entrevista ya me conocía hacía más de cinco meses –habíamos estado juntos en un proyecto de generación de renta en la comunidad, del que formó parte un tiempo) le pido que me cuente más. Pero creo que se da cuenta, pues me dice:

No he descubierto cómo se hace, quien lo sabe es mi primo que vive abajo, él pone cincuenta, cien reales cada vez, entonces lo usa todo, y vuelve a poner nuevamente... [*Insisto, preguntando si para obtener los bonos en Internet es necesario poner alguna clave*] Vas y pones una clave, digitas y ya está... Mi amigo lo logra, pero yo no sé. Nunca he descubierto cómo funciona.

Antes de la generalización de los móviles en la comunidad –que se dio aproximadamente hace cinco o seis años –había fraudes con los teléfonos públicos y las tarjetas telefónicas. El padre de Caio tenía un amigo que vendía esas tarjetas y le enseñó una estrategia: “[...] entonces había una manera de rayar la tarjeta que le añadía bonos, así ponías en el telé-

fono público, lo movías y tenías los bonos”. La historia del teléfono público contada por James es todavía más interesante, en términos de riesgos incluidos y de su desempeño público:

Pero hay la historia del teléfono público. Sacabas un cable de dentro de un tubo, lo empalmabas recto, y lo conectabas a un teléfono casero, tuyo. Y hacías la llamada, y te quedabas, quedabas...llamabas a quien quisieras. Entonces no pagabas nada. Pero, normalmente quienes saben eso son las personas que ya han trabajado dentro de la empresa, que ya traen la información. Esa gente dice: abres el teléfono, cortas tal cable, lo pelas, lo empalmas de tal modo en tu teléfono y ahí ya está. Traes cualquier aparato de teléfono de tu casa y lo haces. Entonces vas a llamar desde tu teléfono y no desde la cabina. Ya he visto hacerlo y ya lo he hecho, de la cabina cerca de la guardería. “Los tíos” lo hicieron y lo dejaron listo, para que todos pudieran llamar... Todos llamaban muy rápido, llamaban y salían, con miedo de que la policía los pillara. Había que tener suerte para no estar allí en este momento. Hasta el día en que la policía vino y derrumbó todo aquello. Después que vino la policía, derrumbó y se llevó el teléfono casero que había allá, “ellos” lo hicieron de nuevo.

Aunque esas estratagemas para hablar gratis por teléfono circulen principalmente entre los hombres y chicos, no son exclusivas de ellos. Veamos el caso de Larissa, por ejemplo, una de mis interlocutoras privilegiadas, nacida y criada en Morro San Jorge, con veintiocho años. Ya al final del trabajo de campo, le cuento la idea de este artículo, incluso enseñándole el resumen propuesto y comentándole un poco sobre el material etnográfico recolectado hasta entonces, en especial la historia del accidente en las antenas de la operadora Vivo, relatada anteriormente por Caio y James. Ella se ríe: “esa época era de verdad una fiesta, pero ya hace como ocho o diez años. Todos que tenían móvil de la Vivo sabían que podían llamar sin pagar después de la medianoche”. Larissa dice que tiene una historia interesante para contarme. Actualmente está casada con una mujer, pero cuando era más joven, adolescente estuvo

novia con varios chicos. Uno de ellos era, como ella mismo dijo, “da pesada”, un maleante, y conocía las estrategias para hacer trampas con las operadoras de telefonía móvil. La información privilegiada consistía en la posesión de un código –una secuencia de once números, seguida por un asterisco, después del cual se podía llamar al número de teléfono deseado. Larissa revela que esa información privilegiada circulaba entre los chicos de aquella determinada pandilla a la que su novio pertenecía. Cierta día, me cuenta Larissa,

Lo escuché recibiendo una llamada y me fui acercando, por detrás, mientras él hablaba. Entonces pude ver un número extraño en el visor. Pero me quedé callada. Solo más tarde fui haciendo preguntas, con cuidado, pero ¿a qué ha sido aquella llamada, mi amor? Había un número raro, ¿qué era aquello? Pero no me contaba de qué se trataba. Después me dijo que era un secreto, una ventaja que ellos y sus amigos usaban para llamar sin pagar. No desistí hasta que me contara todo y me pasara todos esos números. Pero, no fue fácil, ¿sabes? Lo logré con muchos besitos. Pero el cómo tuvo acceso a ellos, no me lo contó de ningún modo. Solo que había una cosa, Sandra, ese esquema solo resultaba si llamabas de una cabina o de un fijo a un móvil. Si intentabas llamar directamente desde un móvil no tenías éxito.

Curiosa, le pregunto si ella aún tenía ese número. Dijo que quizás lo tenía apuntado en algún lugar, “pero hace mucho tiempo que no lo uso, creo que ya no se puede, solo en aquella época, creo que ya lo han descubierto”. Me revela también que el novio, al pasarle la secuencia de números le pidió que no se lo comentara a nadie, lo que no le impidió pasar el número para sus tres hermanas, “y nosotras llamábamos siempre”. Al notar mi ligera decepción con la falta del número, Larissa me proporciona un dato más: que su hermana menor, de diecinueve años, “tiene otro esquema, ese es más reciente, pero hay que llamar después de las once de la noche”. Supe por Larissa que su cuñado estaba en la cárcel por esa época de mi trabajo de campo. No fue posible saber si, como en el caso de Larissa, la estrategia también llegó a través de personas metidas en actividades

ilícitas. Sin embargo, el testimonio de Larissa nos muestra que, aunque las mujeres también utilicen de estos “esquemas” para burlar las operadoras, la vía de acceso a estas informaciones privilegiadas la tienen los hombres.

Consideraciones finales

A través del material etnográfico presentado, he buscado relacionar uno de los elementos que componen la nueva masculinidad hegemónica globalizada (KIMMEL, 2004) –sea el uso de las tecnologías de comunicación e información como índice del éxito masculino– con las masculinidades periféricas tal como se presentan entre los jóvenes del Morro San Jorge. En ese recorrido, en el que analizo dos conjuntos de prácticas relacionadas con el uso de los teléfonos móviles, presento algunas interpretaciones a la luz de las teorías sobre las masculinidades, en cotejo con el campo teórico que se propone estudiar los medios de comunicación bajo la perspectiva de las Ciencias Sociales. Sugiero que las tecnologías de comunicación e información, y en especial los teléfonos móviles, pueden ser tenidos en cuenta como elemento constituyente de los procesos de incorporación de la masculinidad en la contemporaneidad. En el caso de la audición de música, especialmente el funk, sin auriculares, creo que la práctica de ocupar el espacio sonoro a su alrededor, en el espacio público, suministra un correlato de la masculinidad viril relacionada al cuerpo estéticamente musculoso. Reconozco que tal proposición, algo osada, necesita una relativización del concepto de cuerpo, sobre lo cual no ha sido posible profundizar en el breve espacio de este artículo. Sin embargo, espero haber podido indicar posibles líneas de pensamiento. Igualmente, sugiero pensar la sociabilidad proporcionada tanto por el intercambio de canciones entre los jóvenes vía *bluetooth* como por los relatos de las proezas e intercambio de informaciones en los foros sobre teléfonos móviles como espacio de homosociabilidad –espacios que posibilitan una *performance* pública de la masculinidad. Argumento también que las “prácticas de subversión” confieren al joven y al hombre un

capital de prestigio que proviene del hecho de poder subvertir, aunque hasta cierto punto, reglas institucionalizadas y no ser un simple “mané”.

Así, tenemos que tecnologías globales se impregnan de saberes y “haceres” locales, desvelando estilos de masculinidad que se constituyen en la interacción y cuyos sentidos son constantemente renegociados, muchas veces actualizando, bajo nuevos ropajes, estrategias de masculinidad hegemónica como la actividad, la agresividad y la performatividad pública. Al mismo tiempo, indican nuevos estilos de “hacerse” y de “ser hombre”.

Referencias

- ALMEIDA, Miguel Vale de. *Senhores de Si: uma interpretação antropológica da masculinidade*. Lisboa: Fim de Século, 1995.
- BORELLI, Silvia Helena Simões; ROCHA, Rose de Melo. Juventudes, midiatações e nomadismos: a cidade como arena. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 5, nº. 13, p. 27-40, jul.2008.
- CALDERARI, Juliana. Bota o fone, por favor! *Folha de São Paulo*, Caderno Folhateen, 9 feb. 2009.
- CASTELLS, Manuel. *O Poder da Identidade*. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.2). São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CECCHETTO, Fátima Regina. Galeras funk cariocas: os bailes e a constituição do *ethos* guerreiro. En: ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos (orgs.). *Um Século de Favela*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1998. p. 145-165.
- _____. *Violência e Estilos de Masculinidade*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.
- FONSECA, Claudia. Cavalo amarrado também pasta: honra e humor em um grupo popular brasileiro. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n.15, año 6, 1991. p. 27-39.
- GROSSI, Miriam Pillar. Masculinidades: uma revisão teórica. *Antropologia em Primeira Mão*, v. 75, p. 1-37, 1995. Disponible en: <http://www.antropologia.ufsc.br>. Acceso en 12 jun. 2009.
- KIMMEL, Michael S. Globalization and its mal(e)contents – the gendered moral and the political economy of terrorism. In: KIMMEL, Michael S.; HEARN, Jeff; CONNELL, Raewyn (eds.). *Handbook of studies on men & masculinities*. London and New York: Sage, 2004. p. 414-431.

- GASTALDO, Édison. A forja do Homem de Ferro: a corporalidade nos esportes de combate. En: LEAL, Ondina Fachel (org.). *Corpo e significado: ensaios de antropologia social*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1995. p. 207- 225.
- _____. “O complô da torcida”: futebol e performance masculina em bares. *Horizontes Antropológicos*, dez 2005, vol.11, n.24, p.107-123.
- MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003. p. 399-422.
- MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1971.
- OKABE, Daisuke; ITO, Mizuko. *Keitai in Public Transportation*. En: ITO, Mizuko; OKABE, Daisuke; MATSUDA, Misa (eds.). *Personal, Portable, Pedestrian: mobile phones in Japanese life*. Chicago: The MIT Press, 2005. p. 205-217.
- RIAL, Carmen. Rúgbi e judô: esporte e masculinidade. En: PEDRO, Joana Maria; GROSSI, Miriam Pillar (orgs.). *Masculino, Feminino, Plural: gênero na interdisciplinaridade*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998. p. 229-258.
- SILVA, Sandra Rubia. *Estar no tempo, estar no mundo: a vida social dos telefones celulares em um grupo popular*. Tesis (Doctorado en Antropología Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.
- WELZER-LANG, DANIEL. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. *Revista de Estudos Feministas*, 2001, vol.9, n.2, p.460-482.
- ZALUAR, Alba. *Integração Perversa: pobreza e tráfico de drogas*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.