

Arte, accesorios y agencia: estéticas objetuales en las músicas populares contemporáneas

Arte, joyas y agencia: estéticas objetuales en las músicas populares contemporáneas

Un objeto al que se le ha ‘concedido el derecho’ de ser un objeto artístico, se convierte en un objeto exclusivamente, desde el punto de vista de la teoría, y solo puede ser discutido en términos de los parámetros de la teoría del arte, que es en este sentido lo que haber sido ‘concedido el derecho’ quiere decir. La teoría antropológica del arte no puede permitirse tener como su principal término teórico una categoría o un taxón de objetos que son ‘exclusivamente’ objetos de arte porque la tendencia de esta teoría, como he estado sugiriendo, es explorar un dominio en el que los ‘objetos’ se unen con la ‘gente’ por medio de la existencia de relaciones sociales entre personas y cosas, y personas y cosas a través de cosas.[\[1\]](#) (Gell, 1998: 12)

Desde hace algunos años, el interés sobre el papel que juegan los objetos sobre las personas en las manifestaciones musicales ha crecido considerablemente en los estudios de musicología. La antropología del arte y la nueva musicología han jugado un rol decisivo en el cambio de enfoque centrado en el estudio personal del autor o el análisis de una partitura. Las nuevas epistemologías académicas han permitido el conocimiento de otros factores decisivos en cualquier manifestación musical (género, raza, sociedad, ideología, géneros musicales, identidad, instituciones, comunidades, clase, sexualidad, tecnología, instrumentos, etc.); entre

ellos, el nuevo materialismo (*new materialism*) y la sociología de las asociaciones ha hecho posible considerar a los objetos como elementos con agencia propia (citando a unos cuantos, Hennion, 1993; Gell, 1998; Latour, 2005; DeLanda, 2006; Deleuze & Guattari 1988). Los objetos no son solo informantes, son actores con la capacidad de mediar, con el poder de modificar un estado de las cosas (Latour, 2005: 71) –por ejemplo, cuando una persona que sale de fiesta lleva colocada en el dedo una alianza, ésta media la manera en la que la sociedad va a relacionarse con quién la porta ya que, a priori, se asume que no podrá llegar a ser un potencial compañero sentimental–. Sin embargo, aún con estas ventajas epistemológicas, la investigación de la capacidad agencial de determinadas entidades como la moda, la joyería o, inclusive, el tatuaje en las manifestaciones musicales todavía continúa siendo un área poco explorada.

El objetivo de este artículo es doble. Partiendo de la idea de Alfred Gell de que los objetos condensan las relaciones sociales entre personas y cosas que los rodean (Gell, 1998: 12), examino cómo interactúan algunos códigos sartoriales de la mantilla en conjunción con el uso de joyería. Tanto ropas como joyas inciden en tres estéticas asociadas a la música que han ido configurándose a lo largo de la última década: 1) un *revival* del costumbrismo que integra gran cantidad de elementos urbanos de otras estéticas y que denomino *neocostumbrismo urbano*, 2) una estética *Boujee* basada en la incorporación de joyas tradicionales y joyas procedentes de manifestaciones culturales americanas y afroamericanas y 3) estéticas negras entendidas como reinterpretación y préstamo de culturas negras y desde los mitos de *la pena negra*, *la España Negra* y *la leyenda negra*. Asimismo, al estudiar las *assemblages* propias de cada una de estas estéticas –las cuales a menudo se solapan en el panorama nacional– se podrá descubrirla capacidad agencial de los elementos que las componen para descubrir cómo interactúan las nociones de tradición, autenticidad, inmoralidad estética, criminalidad y

perpetuación de estereotipos raciales y étnicos en las músicas contemporáneas. Para ello, a partir de nociones de la ANT (*Actor-Network Theory*) reflexiono sobre algunos fragmentos de videoclips de C. Tangana, Rosalía y Soleá Morente en los que se observan tales estéticas y han generado cierto tipo de debate en los medios.

Una breve discusión sobre agencia y ANT: intersecciones entre sociología, historia del arte y musicología

Las principales publicaciones sobre códigos sartoriales y ropas de manifestaciones musicales de las últimas tres décadas se pueden englobar en cuatro tendencias principales de acuerdo con Monica Sklar (2015). La primera incluye publicaciones aún novedosas, como “Dress-Related Responses to the Columbine Shootings: Other-Imposed and Self-Designed” (Ogle & Eckmann, 2002) y “Appearance Cues and the Shootings at Columbine High: Construction of a Social Problem in the Print Media” (Ogle, Eckmann & Leslie, 2003), en las que los autores examinan la relación entre la sociedad y las manifestaciones juveniles urbanas que empleaban vestimentas como los perpetradores del tiroteo en Columbine de 1999, así como las dinámicas de poder y de identidad que generaban prejuicios y asociaban conductas de criminalidad y desviación a dichas *subculturas* [\[1\]](#) (otros estudios similares se encuentran en Richard, 1988 y Alford, 2015). La segunda, se desarrolla dentro una concepción sincrónica de la estética de cada tendencia, tratando temas como la estructuración de los estilos en el hip hop (Morgado, 2007), las identidades colectivas o el marketing (Green & Kaiser, 2011; Miller, 2011; Strähle, 2018; Sklar & DeLong, 2012). La tercera tendencia recupera los temas anteriores, pero incidiendo en un desarrollo estético de los estilos, es decir, en cuestiones identitarias y de género, sexualidad, raza, apropiación cultural y autenticidad (Fox, 1987; McRobbie, 1993; Sklar, 2013).

La vigencia de los temas de cada una de estas tres tendencias académicas se encuentra a la orden del día, dando lugar a discusiones productivas en torno a la identidad, autenticidad, apropiación cultural, género, raza y otros. No obstante, gran parte de los ejemplos proporcionados de estas tendencias giran en torno a la idea de que la música, el arte o la moda son el reflejo o la homología de procesos, sistemas, o estructuras macrosociales; se encuentran en una línea de pensamiento heredera de los modelos de Émile Durkheim, Max Weber, Pierre Bordieu y las teorías marxistas y posmarxistas. En palabras de Benjamin Piekut, el problema de considerar determinadas manifestaciones artísticas como reflejo de lo social es que ello “acepta y utiliza como explicaciones aquellas contingencias que son las mismas formaciones que necesitan ser explicadas”[\[2\]](#) (2014: 205).

Algunas de las publicaciones citadas van un paso más allá, ya que se sitúan dentro de los modelos actuales de pensamiento que conciben a la moda y las manifestaciones artísticas como algo intrínsecamente social. Aun así, tienden a separar los aspectos micro y macrosociales y entender las manifestaciones artísticas como entes que reproducen formaciones sociales en lugar de considerar este punto como una cuestión empírica abierta (Born & Barry, 2018: 449). Por estos motivos, la ANT propone situar el foco de atención en las relaciones bidireccionales que transforman, traducen, distorsionan y modifican el significado o los elementos de al menos, dos entidades (Latour, 2004: 39) –esto es lo que se denomina mediación en la ANT–. De esta manera se plantea superar el problema de la *homología* social, pero la ANT no acaba de presentar retos, ya que se muestra como una teoría eminentemente microsocial. Tomando como partida la idea de las relaciones establecidas entre manifestaciones artísticas y lo social como un proceso de coproducción, entonces es imprescindible cruzar escalas y aunar las dimensiones micro y macrosociales para poder comprender la capacidad agencial tanto de lo artístico como de lo social –las manifestaciones

artísticas generan relaciones y formaciones sociales que transforman relaciones y formaciones sociales existentes y viceversa-.

Parte de las ventajas de la ANT se encuentran en sus principios teóricos. Bruno Latour y el resto de intelectuales que desarrollaron estas ideas plantearon un cambio en el enfoque de las investigaciones sociológicas; rompieron con el antropocentrismo y la intencionalidad de las acciones humanas. Así, propusieron *desvivificar* la agencia que, hasta el momento, había estado únicamente conferida a los seres humanos. Con esta teoría, las cosas, los objetos, pasaban a tener agencia propia, es decir, capacidad de acción, de transformación de relaciones entre cuerpos (fueran humanos o no). Sin embargo, la propuesta de ANT de Latour resulta estar basada en un modelo de pensamiento particularmente inintencional, lo cual ha hecho recibir aún más críticas por evitar cualquier premisa de que el ser humano ostente una primacía intencional, debido a su poder para actuar, frente a los objetos aparentemente inertes. Ello deja de lado por completo una cuestión esencial en las humanidades: la subjetividad del ser humano (véase Born & Barry, 2018: 476; Kim, 2020). Sin embargo, la ANT aporta una serie de herramientas metodológicas y conceptos (por ejemplo, su idea de agencia, actores y *actants*, *mediators*, intermediarios, *traces*, grupos, *network*, *articulators*, *localizers*, etc.) que resultan increíblemente útiles para las reflexiones que aquí se presentan. Y, por ello, es por lo que propongo analizar la intersección de vestimentas, joyas y música en los objetos de estudio antes mencionados; porque proporciona herramientas que permiten observar, desvelar y descubrir las trazas que han dejado las relaciones entre objetos (vestimenta, joyas y música) e individuos, estilos y sociedad.

Neocostumbrismo urbano: restauración y reinterpretación de la mantilla en las músicas populares contemporáneas

De acuerdo con Latour, un mediador (*mediator*) es aquello que tiene la capacidad de “transformar, traducir, distorsionar y modificar el significado de los elementos que se supone que transportan” [\[1\]](#) (Latour, 2004: 39). Si hay algo que tienen en común los fotogramas seleccionados (véanse los links proporcionados en la siguiente nota a pie de página) de los videoclips de C. Tangana, Rosalía y Soleá Morente es, sin duda, la mantilla que llevan las protagonistas de estas. [\[2\]](#) Son imágenes de escenas diferentes, con narrativas distintas, pero con elementos en común y relaciones similares entre estos; la mantilla actúa como mediador, dejando una serie de trazas que desvelar, pero que, de alguna manera, dan lugar a una red (*network*) o *assemblage* más o menos parecida en cada ejemplo. Por *assemblage* entiendo una “multiplicidad que está hecha de varios términos heterogéneos y que establece enlaces, relaciones entre ellos [...]. Así, la única unidad de la *assemblage* es el cofuncionamiento: es una simbiosis” [\[3\]](#) (Deleuze and Parnet, 1987: 69; para más sobre el concepto de *assemblage*, véase DeLanda, 2006).

En cada fotograma de los links proporcionados se puede vislumbrar una situación en particular en la que la mantilla actúa como mediador en una *assemblage* donde se encuentran elementos urbanos de carácter sónico y físico que, a su vez, también actúan como mediadores. Además, cada una de estas imágenes representa una escena costumbrista. En el videoclip de “Demasiadas mujeres” de C. Tangana aparecen unas mujeres vestidas de luto con mantilla mientras se escucha un tema que comienza con un paso de Semana Santa y acaba en una especie de tecno sobre una base que utiliza la canción “Compañera” de José Jiménez Fernández (Joselito). En “Pienso en tu mirá (Cap. III: Celos)”, Rosalía aparece con un tipo de mantilla mientras se escucha una canción con una hibridación de elementos del flamenco y música pop/electrónica. Junto a estas pautas musicales, se desarrolla una narrativa entre lo doméstico con un aire glamuroso, donde se aprecian ropas, joyas y decoración del estilo, y una estética urbana de extrarradio con

transportistas, camiones, polígonos industriales y jóvenes en chándal armados. En el videoclip de “La Misa Que Voy Yo (Soleá con Auto-tune)” de Soleá Morente, aparece la cantante en una capilla un tanto sobria vestida con prendas pertenecientes a una estética gótica pospunk junto con una mantilla. En este tema utiliza, además, un plugin de edición de voz (AutoTune) para conseguir un efecto de cascada (es decir, no pretende utilizarlo como corrector de voz, sino como efecto estético con el sonido escalonado de las notas) como el que se utiliza en el trap, reggaetón o, inclusive, en algunos temas de pop.

Cada una de estas tres *assemblages* contiene elementos en común que reinterpretan la idea de lo costumbrista. Por un lado, se encuentran los espacios de carácter rural y urbano que aparecen con una simbología similar a otras épocas, pero con dichos símbolos transmitidos a partir de objetos actuales [\[4\]](#). Por otro lado, y como uno de los objetos de estudio de este artículo, se encuentra la mantilla, la cual ha desempeñado funciones diferentes y adquirido simbologías distintas a lo largo de su historia, algunas de ellas ligadas a la monarquía, la tradición, la nación o la erotización de la mujer (véase Corujo-Martín, 2021). Uno de los conceptos estéticos más asociados a la mantilla es el *majismo*, intrínsecamente unido a la idea de costumbrismo. Sin embargo, en los tres casos anteriores, la idea de *majismo* aparece reinterpretada y reactualizada; en otras palabras, aparece mediada por todo el contenido urbano contemporáneo en el que aparece inmersa. Así, la mantilla genera unas series de relaciones, transformando, traduciendo y distorsionando el significado del *majismo* y los elementos estéticos contemporáneos, y viceversa.

En el primer caso, la mantilla incide sobre las nociones de nación y españolidad de varias maneras. De acuerdo con Inés Corujo-Martín (2021: 46), la mantilla se convirtió en un símbolo de resistencia y rechazo hacia los valores franceses durante la invasión a principios del siglo XIX. A raíz de ello, se convirtió en un accesorio estético y performativo que

expresaba aversión hacia la monarquía de los borbones a final de siglo (49). La mantilla, por tanto, reivindicaba una serie de valores de españolidad ligados a lo costumbrista. Es más, la mantilla, según Uxía Otero-González llegó a convertirse durante el franquismo en un “auténtico ritual de patriotismo público” [\[5\]](#) (2021: 596). En el videoclip de C. Tangana, se encuentra esta misma crítica de manera irónica ya que gran parte de los elementos sónicos (el paso de Semana Santa o la canción de “Compañera”) y estéticos (todo el imaginario y simbolismo de la Semana Santa, la confesión en una iglesia, etc.) apuntan a valores tradicionales promovidos por el régimen franquista (por ejemplo, los roles masculinos y femeninos adquiridos por los personajes del vídeo). De un lado, critica el tradicionalismo político de la sociedad contemporánea española y, de otro, la herencia marcada del nacional catolicismo. No obstante, se realiza desde una resignificación de la estética costumbrista: la mantilla, la vuelta a utilizar aquello que nos resulta de una época pasada actúa transformando la memoria de la sociedad. Es decir, aporta un significado a los elementos urbanos y contemporáneos de memoria histórica, resignificando los valores de lo español como algo todavía tradicional, anclado en otro momento histórico, pero injertado en un contexto urbano y digital en pleno siglo XXI.

En un plano político, lo *neocostumbrista* se puede entender como una resignificación de lo que se entiende por español, pero también hay que tener en cuenta el proceso de mediación de la españolidad y lo costumbrista en lo que conforma una estética *neocostumbrista*. De nuevo, la mantilla ejerce como mediador entre estas dimensiones. Corujo-Martín recoge el simbolismo que se le ha llegado a atribuir a la mantilla como un accesorio que muestra a una España anticuada, anclada en lo oscuro y en el sufrimiento (2021: 47). No es sorprendente ver que este accesorio acabara siendo relegado a festividades como la semana santa, celebraciones en iglesias y funerales durante los años del franquismo (Otero-González, 2021: 596). Al fin y

al cabo, el estereotipo acabó restringiendo el uso de este accesorio a contextos muy particulares. De esta manera, la mantilla entronca con el mito de la obra etnográfica de carácter pictórico-literario sobre la España de finales de siglo XIX *España Negra* (1899), de los autores Emile Verhaeren (poeta belga) & Darío de Regoyos (pintor español). *España Negra* es un libro de viaje que contiene una gran cantidad de ilustraciones y reportes etnográficos del día a día de la vida en España, así como tradiciones populares, narrados desde una perspectiva fúnebre y pesimista. Este mito no es una cuestión únicamente literaria, sino parte de un constructo internacional englobado en la leyenda negra. Desde el inicio del Imperio Español hasta la actualidad, España se ha visto marcada por una narrativa de inferioridad y pesimismo promovida tanto por los países del norte de Europa, como por ciudadanos y artistas españoles. Ello conecta, además, con la estética lorquiana de lo negro. Como parte de los esfuerzos modernistas de la época, Federico García Lorca quiso distanciarse de ciertas narrativas decimonónicas (como el Krausismo) que buscaban una “unidad del organismo”. Esta ideología promocionaba la preservación del folclore regional ya que se entendía como un factor que unificaba y dignificaba a la gente. En dicho intento, Lorca se vería influido por la narrativa de *España Negra*, la cual “caracterizaba a la cultura española como oscura, taciturna y lamentacional” (Washabaugh, 2016 [2012]: 63). En resumen, la *assemblage* que nos deja la mantilla hace que la estética *neocostumbrista* abrace los mitos de lo negro, la *España Negra* y la *leyenda negra*, pero con una actitud de “autoflagelación” [\[6\]](#) que, según Ramón Esparza, el resto de los países mediterráneos también adoptaron tras la crisis económica del año 2008 (2020: 54). En este sentido, lo *neocostumbrista* entendido como una autoflagelación por el dolor y las dificultades de la vida diaria no es algo limitado únicamente al ámbito español, sino una forma de transmitir, a partir de lo local, toda una serie de adversidades que no están únicamente presentes en nuestra sociedad, sino en otras comunidades internacionales.

En el caso de “Pienso en tu mirá (Cap. III: Celos)”, el manto que utiliza Rosalía reaviva una de las ideas que más se le ha asociado a este accesorio: la erotización de la mujer. Se trata de un tema que reaviva la polémica generada por la mantilla en el *majismo* de que este objeto no sólo ensalzaba la feminidad de la mujer, sino que le otorgaba un poder de atracción sexual (Corujo-Martín, 2021: 44). Ello se debe, según recoge Tara Zanardi diversos testimonios escritos y pictóricos de la época (2013: 140), a que la mantilla era entendida en la España moderna como un accesorio que permitía ocultar la identidad de la mujer, confiriéndole, pues, un aire de misterio y seducción. Sin embargo, aún cumpliendo una serie de roles tan específicos dentro del *majismo*, la mantilla se ha encontrado inmersa en un panorama social más amplio y complejo. Y, es que, Zanardi enfatiza que, a pesar de que la capacidad agencial de la mantilla para mostrar “su feminidad, estilo personal y alianzas locales”[\[7\]](#) estaba aceptada por la sociedad, el hecho de ocultar el rostro por completo o dificultar su vista generaba sospecha por conferir a la mujer cierta libertad para ocultar su identidad (2016: 125-126).

De una forma más contemporánea, Rosalía trae a colación el debate actual sobre el uso del velo –o mejor dicho velos, en plural, debido a las numerosas tipologías que existen: *hijab*, *shayla*, *niqab*, *al-amira*, *tudung*, *esarp*, *chador*, etc.–. Un debate, no obstante, que tuvo lugar desde el siglo XVI en España y que ha seguido presente a lo largo de la historia de este país, pero que, como tema costumbrista español, reactualiza desde la perspectiva de la mujer del siglo XXI. Sea desde una posición occidental o islámica, la cuestión esencial que desentierra este debate es la agencia de la mujer, es decir, la capacidad de actuar con independencia. Se trata de una conversación global que han tratado autoras como Fadwa El Guindi (2003, [1999]), Elisha Renne (2013) o Emma Tarlo (2010), haciendo énfasis en cómo la idea esencialista de *modestia* y diversos movimientos políticos y/o religiosos determinan la forma de vestir y mostrarse en público a la par

que es percibido por el resto de la sociedad. Así, el velo puede entenderse desde diferentes puntos de vista, abarcando desde ideologías conservadoras hasta movimientos políticos activistas ya que puede funcionar como objeto represor, como símbolo de identidad, como accesorio de resistencia política o como objeto tabú que genera rechazo (especialmente tras los atentados del 11S; véase Tarlo, 2010), por citar algunos ejemplos.

En el videoclip de Soleá Morente, la mantilla media entre lo tradicional del flamenco y dos elementos fundamentales de las culturas populares urbanas (moda y música). Este objeto tiene la capacidad de reiterar el fervor casi religioso con el que los aficionados al flamenco se refieren al mismo y, en este caso, por ser una soleá, al cante *jondo* (Cruces Roldán, 2008: 170; Mitchell, 1994: 204; Steingress, 1991: 161). Sin embargo, el doble carácter transgresor y tradicional de la mantilla hace eco de una actitud común, aunque no siempre aceptada, en el flamenco: aquello que pretenda ser innovador o transgresor, ha de hacerlo a partir de las formas clásicas del flamenco. La mantilla sirve para desvelar la acusada tensión entre aceptación y rechazo de las nuevas manifestaciones musicales en el flamenco en base a una relación con el canon establecido de este género musical. No obstante, existen otros factores como la sangre o linaje familiar, la etnia gitana junto con la participación en los procesos de oralidad y el origen geográfico determinado por el área entre Triana, Jerez de la Frontera y Ronda (véase Cruces Roldán, 2002: 100; Steingress, 2004; Ordóñez Eslava, 2014: 338-339) que contribuyen a tal dinámica, pero la cuestión de aceptación o rechazo, en realidad, no es sino un debate sobre *autenticidad*. En general, una gran parte de los aficionados al flamenco no consideran una pieza de música como flamenco si incluyen algo que no consideren *auténtico*, tal y como establece Peter Manuel (2021) en un estudio sobre la recepción de *El mal querer* (2018) de Rosalía. Ello resulta curioso puesto que una manifestación musical que está tan ligada a lo popular, en realidad,

mantiene más lazos en común con las músicas populares urbanas de lo que podría pensarse según los sectores más puristas del flamenco (véase la publicación de Morales Gálvez, 2020 para un análisis sobre hibridación de géneros musicales en el flamenco).

En este punto, las relaciones que la mantilla hace visible enlazan con una actitud estética común en las músicas populares contemporáneas: la actualización de elementos procedentes del costumbrismo. Así, a la mantilla se le suma la vestimenta de corte gótico (la manifestación cultural derivada del pospunk) junto con el AutoTune en la voz de Soleá Morente, construyendo un diálogo entre lo tradicional de la cultura española (lo local) y la absorción de códigos estéticos de otras manifestaciones culturales internacionales (lo global). Además, para ser un estilo centrado en la tradición, el linaje y el origen geográfico como baluartes de la *autenticidad* (Cruces Roldán, 2002: 100; Steingress, 2004; Ordóñez Eslava, 2014: 338-339), el AutoTune aparece con un gesto populista por representar el sonido de la gente del siglo XXI en una forma de folklore global o, mejor dicho, de un *neofolklore*. Una vez más, aquello que se relaciona con una época diferente a la actual, acaba relacionándose y actualizándose a la contemporaneidad a través de otras estéticas y, sobre todo, a través de la tecnología digital.

Las fuentes que aquí he propuesto configuran unas *assemblages* que podrían categorizarse como *neocostumbrismo urbano*. La mantilla, ha revelado múltiples dimensiones, desde lo político y lo ideológico hasta lo social, lo identitario y lo histórico; gran cantidad de temas están presentes, imbricados en una compleja red o *assemblage* donde nociones como lo que se considera español, la nación, el *majismo*, la *feminidad*, la modestia, la tradición, la religiosidad, el folklore, la represión, la autenticidad y las músicas populares contemporáneas, son resignificadas y transformadas, pero también contribuyen a resignificar y transformar el

significado de cada una de las otras. La mantilla, es sólo un ejemplo de mediador que ayuda a descubrir todas estas relaciones, aunque, por supuesto, no es el único. Asimismo, el concepto de *neocostumbrismo* corresponde con el resultado de la reinterpretación y resignificación resultante a partir de objetos pasados y/o a partir de objetos contemporáneos. Por otra parte, la integración de la tecnología también desempeña un rol activo en la configuración de esta estética. Por ejemplo, la representación de escenarios y el vestuario presente en los videoclips, actúa como un nuevo formato pictórico, reactualizando, pues, todo el contenido gráfico y pictórico del costumbrismo.

***Boujee Aesthetics*: capacidades agenciales de las joyas en las músicas populares**

Anillos, pendientes, pulseras, colgantes y una gran variedad de tipologías de joyas han estado presentes desde tiempos inmemoriales, generalmente, connotando la idea extendida de poder y estatus social. Tal entendimiento sobre el uso de estos accesorios es, no obstante, algo reduccionista ya que, como Wendy Doniger argumenta en su libro *The Ring of Truth: And Other Myths of Sex and Jewelry* (2017: 294-298), las joyas han jugado un papel determinante en las relaciones con el dinero, el poder, el sexo y el género –y, aquí, la autora destaca principalmente los roles que las mujeres han adoptado a causa de estas dinámicas de poder–. Así, Doniger explica que las joyas se traducen en capital debido a las posibilidades que permiten para su intercambio o venta, aunque van más allá de estas transacciones, aparentemente, tan asépticas. Las joyas se han empleado, históricamente, para hacer visible y público el patrimonio económico del hombre a través de la imagen física de su cónyuge, al igual que un sentido de propiedad (2017: 295). Ello también incide en la capacidad agencial que han ostentado estos accesorios, a lo largo de la historia y en una gran extensión de culturas diferentes, para formar matrimonio en base al patrimonio o joyas en el poder de

cada una de las familias interesadas en dicha unión. Por otra parte, también coexiste una lectura contradictoria y todavía más patriarcal que la función anterior. En el caso de los matrimonios que por cualquier motivo terminaran, ya sea por separación o defunción, en gran cantidad de culturas la sociedad permitía a la mujer conservar todas estas joyas, otorgándole, pues, un sentido o una vía de independencia económica (2017: 296).

Estos significados y roles de las joyas son, sin lugar a dudas, necesarios para comprender parte del funcionamiento de los accesorios en la actualidad, pero, ¿qué funciones cumplen las joyas en las músicas populares contemporáneas? ¿Qué capacidad agencial tienen? ¿Cómo interactúan con el resto de elementos físicos o sónicos presentes en dichas manifestaciones musicales? Doniger (2017: 294) y Simon Schama (1989: 205) recalcan el significado etimológico original de la palabra lujo en inglés (*luxury*) y en francés (*luxure*) como derivado de lujuria (*lust* o *lasciviousness*); palabra que, posteriormente, acabó por significar opulencia y extravagancia con un fuerte componente sexual. Actualmente, parece casi imposible desligar estos significados de las propuestas musicales actuales por la fuerte sexualización de la sociedad y, especialmente, de la música. Sin embargo, como Marcia R. Pointon indica, “las joyas en la actualidad y su representación funcionan como una piedra angular para conceptos emergentes y cambiantes del individuo en relación a la sociedad”[\[1\]](#)(2009: 13); en otras palabras, todavía hay lugar para reflexionar e investigar sobre la función y capacidad agencial de las joyas en la sociedad.

Como reflexión sobre las posibilidades aún ignotas de las joyas, propongo prestar atención al rol que ejercen las joyas en los videoclips de Rosalía titulados “Pienso en tu mirá (Cap. III: Celos)”[\[2\]](#) y “De aquí no sales (Cap. IV: Disputa)”[\[3\]](#) (véanse los fotogramas seleccionados en los links de las anteriores citas a pie de página). Uno de los rasgos

más notables es la incorporación de la estética *Boujee* en las músicas de carácter nacional (véanse cantantes como Rosalía, Yung Beef, La Zowi, Kidd Keo, La Favi, Pimp Flaco, Dellafuente, etc.). Artistas internacionales como Nicki Minaj, Ariana Grande, Lady Gaga o Doja Cat son buenos ejemplos de lo que consiste esta tendencia. La palabra *Boujee* es una abreviación del término *bourgeoisie* (burguesía), con connotaciones tanto negativas como positivas. El término hace referencia a una actitud de opulencia en las clases media y baja de la sociedad. Una opulencia que tiene como objetivo mejorar la imagen pública para dar a entender un ascenso de estatus socioeconómico por medio de la utilización de joyas (ya sean de metal o de plástico, con diamantes, con perlas o con cualquier piedra que brille), maquillaje, uñas postizas, ropas y accesorios de marcas de lujo de Armani, Dior, Gucci, Louis Vuitton, etc. Se trata de un código estético muy presente en géneros musicales de carácter urbano como el trap, el hip hop o el reggaeton.

En estas circunstancias, la afinidad de estos géneros con las narrativas que promueven de estilos de vida asociados a la criminalidad hace que este sentido, bastante esencialista, se le asocie a las joyas y demás accesorios. Esta estética *Boujee* ya no sólo trata de la opulencia, el dinero, el sexo o la posesión de una persona por otra, sino de los medios que se han utilizado –o se hace pensar que se han utilizado– para adquirir dichas joyas. Asimismo, esta idea de criminalidad no hace más que perpetuar un estereotipo ligado a las culturas negras en las que se han desarrollado, principalmente, el hip hop y el trap. Análogamente, esta dinámica social también se encuentra presente entre artistas y determinados grupos étnicos como las comunidades gitanas. Manuel explica cómo por incluir outfits deportivos, joyas y maquillaje al estilo *Boujee*, motos y otros elementos urbanos, *El mal querer* de Rosalía realiza una representación de la etnia gitana en una guisa similar al “*American blackface minstrelsy* [cursiva propia]”, lo que promueve una serie de estereotipos y una

“perpetrando una forma ofensiva de ‘apropiación cultural’”^[4] (Manuel, 2021: 48). El problema con esta lectura es cuádruple: 1) la apropiación cultural es un concepto legal que nace en el sistema jurídico estadounidense con una coyuntura histórica completamente diferente y cuya finalidad se enfoca en proteger los derechos de explotación cultural-patrimonial de las minorías étnicas del país, 2) es un argumento que se basa en la homología social antes discutida y que obvia las dinámicas internas de la sociedad española con las comunidades gitanas y viceversa, 3) indica una forma de pensar algo reduccionista que se basa en los estereotipos puesto que no todas los integrantes de las comunidades gitanas visten así, 4) obvia los diálogos entre lo local (la estética costumbrista y su reinterpretación *neocostumbrista*) y lo global (estéticas procedentes de géneros fuertemente vinculados a culturas negras).

Retomando el estudio de los videoclips de “Pienso en tu mirá (Cap. III: Celos)” y “De aquí no sales (Cap. IV: Disputa)”, en ambos se encuentran tanto temas ya sugeridos como otros aún sin tratar. Por un lado, en el primero se representa uno de los momentos en los que se prepara a una novia para efectuar su transferencia la unidad familiar de la que proviene a la unidad familiar del futuro cónyuge. Aquí, las joyas actúan como objeto de cambio que permite la transferencia y como activo que asegura el futuro (ya sea a través de la descendencia, de los negocios que ambas unidades familiares puedan emprender juntas o de la perpetuación de un estatus social) a quién intercambia las joyas en la ficción del videoclip de Rosalía, pero que, en realidad, se trata de una crítica de la artista a un comportamiento social que ha estado presente en multitud de culturas a lo largo de la historia y que todavía continúa en algunas regiones y etnias del mundo (véase Anderson, 2007: 151-174; Chan, 2014: 1019-1041; Lowes & Nunn, 2018: 117-138). Este videoclip remarca el poder agencial histórico del que han disfrutado las joyas para ejercer el poder y generar un estado de posesión de una persona –se trata

de una crítica a esa parte de la cultura de la violencia que está asimilada por un sector importante de la sociedad—. Por otro lado, en el segundo videoclip, el empleo de joyas ha partido de algunas ideas costumbristas asociadas a diversas creencias (tanto religiosas como laicas) de que estos objetos pueden otorgar un cierto tipo de protección sobre la persona que los utiliza; es decir, actúan como talismanes. Un ejemplo claro de ello se encuentra en las oraciones que algunos creyentes cristianos realizan a algún santo pidiéndole salud o cualquier otro deseo; el hecho de portar estampas, colgantes o cualquier otro tipo de joya que tenga como objetivo algún tipo de veneración puede entenderse como una extensión de las prácticas anteriores. Además, el simbolismo que rodea a los materiales dorados y al oro, está, frecuentemente, asociado a lo divino, a lo superior, a lo religioso (véanse los monográficos de Bernstein, 2000 y La Niece, 2009: 105-109). En este sentido, su conjunción como objeto protector con el AutoTune, hace que se produzca una mediación entre ambos, dando lugar a la asociación de los efectos vocales y, sobre todo, a este plugin con la idea de lo sobrenatural (Provenzano, 2018: 163). Tanto las joyas en los géneros de músicas populares contemporáneas como el uso de AutoTune, construyen un significado conjunto: la protección a modo de talismán, la creación de una imagen e identidad del artista que va más allá de lo humano hacia lo sobrehumano, lo sobrenatural.

Conclusión

Examinar los diversos tipos de interacciones y relaciones que han rodeado y encontrado a los objetos ha permitido mostrar parte de la capacidad agencial de éstos. La *Actor-Network Theory*, a partir del concepto latouriano de *mediador*, ha resultado ser útil para descubrir tanto procesos de estéticas objetuales en el contexto español de las músicas populares contemporáneas como la conformación de ciertas tendencias

estéticas (por ejemplo, el *neocostumbrismo* o la estética Boujee). Además, el estudio de accesorios, joyas y vestimentas en las músicas populares –un área todavía en sus fases iniciales de desarrollo– ha resultado ofrecer una dimensión y perspectiva diferente a la hora de comprender las manifestaciones musicales y artísticas de la actualidad. Debido a su foco en los objetos, la ANT permite descubrir los nodos principales de las relaciones sociales en los que dichos objetos se encuentran inmersos, pudiendo, así, entender la naturaleza de los mismo y descubrir cómo afectan al ser humano. No obstante, la ANT presenta algunas limitaciones que no permiten del todo penetrar en los aspectos subjetivos que involucran al ser humano en su interacción con los objetos. Por ello, para poder afrontar un análisis mejor informado, se hace necesario introducir un enfoque etnográfico, el cual ha supuesto en este artículo la selección de unas imágenes de videoclips de artistas actuales por medio de los enlaces a los momentos destacados de los mismos.

Cada uno de los mediadores aquí tratados (la mantilla y las joyas) han permitido establecer una compleja red, una *assemblage*. En estas *assemblages* contribuyen factores macro- y microsociales, temporales (diacrónicos y sincrónicos), simbólicos, culturales, económicos, políticos, religiosos e identitarios. Dos objetos, a priori bastante simples, han facilitado reconstruir los nodos de estas redes. Redes a las que me he referido con el nombre de estéticas *neocostumbrista* y *Boujee*. De esta manera, los mediadores han revelado un gran contenido simbólico y una potente capacidad de interferir, cambiar, transformar, traducir y resignificar relaciones entre objetos y personas. En otras palabras, al examinar estos objetos, se ha podido observar una parte de su potencial agencial. Además, estos objetos han mostrado una cierta fluidez histórica, lo cual ha permitido entender las propuestas *neocostumbrista* y *Boujee* como una actualización contemporánea de estéticas y tradiciones pasadas, así como una resignificación de éstas. Estos procesos de comparación

estético-temporales resultan fundamentales para ver cómo interactúan determinas nociones sobre tradición, autenticidad, inmoralidad estética, criminalidad y perpetuación de estereotipos raciales y étnicos en las manifestaciones artísticas y musicales de la actualidad.

En última instancia, las estéticas aquí tratadas incluyen códigos estéticos procedentes de culturas de comunidades negras, principalmente afroamericanas. Así, se encuentra un diálogo transnacional entre lo global y lo local que se encuentra presente en multitud de géneros musicales y manifestaciones artísticas. Éste área de estudio, aunque con mayor impulso que las investigaciones sobre objetos y agencia en las músicas populares contemporáneas, está adquiriendo cada vez mayor importancia en el contexto académico internacional. Sin embargo, todavía siguen siendo áreas en las que realizar fructíferos avances en el panorama nacional pues nos encontramos en un momento histórico en el que los movimientos migratorios son más frecuentes.

[1] Traducido del inglés por el autor. Texto original: "An object which has been "enfranchised" as an art object, becomes an art object *exclusively*, from the standpoint of theory, and can only be discussed in terms of the parameters of art-theory, which is what being "enfranchised" in this way is all about. The anthropological theory of art cannot afford to have as its primary theoretical term a category or taxon of objects which are "exclusively" art objects because the whole tendency of this theory, as I have been suggesting, is to explore a domain in which "objects" merge with "people" by virtue of the existence of social relations between persons and things, and persons and persons *via* things".

[2] A pesar de que varios de los estudios sobre moda y estilos aquí citados emplean el término *subcultura* junto con el de

escena, comunidad, o tribus urbanas popularizados por (Bennet, 1999; Maffesoli, 1995; Shank, 1988; Straw, 1991), éste se encuentra en desuso en la actualidad debido a que, por definición, implican ideas preconcebidas de géneros musicales en relación casi exclusiva con la juventud y de manifestaciones musico-sociales estables, fijas y locales; ofrecen un modelo de pensamiento basado en la homología como explicación de los procesos sociales a partir de los musicales y viceversa (Hesmondhalgh, 2005)

[3] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “it accepts and uses as explanations those stabilised contingencies that are themselves the formations that need to be explained”.

[4] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “transform, translate, distort, and modify the meaning or the elements they are supposed to carry”.

[5] Los siguientes links llevan a fotogramas concretos de los videoclips que sirven de estudio en este artículo: “Demasiadas mujeres” (https://youtu.be/ZlFri4ez_lE?t=59) de C. Tangana y dirigido por Santos Bacana, “Pienso en tu mirá (Cap. III: Celos)” (https://youtu.be/p_4coiRG_BI?t=69) de Rosalía y dirigido por CANADA y “La Misa Que Voy Yo (Soleá con Auto-tune)” (<https://youtu.be/Z-mWf3Ak7JU?t=69>) dirigido por Silvia Coca.

[6] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “multiplicity which is made up of many heterogeneous terms and which establishes liaisons, relations between them [...]. Thus, the assemblage’s only unity is that of co-functioning: it is a symbiosis”.

[7] En lugar de caballos, aparecen motos; los eriales y bosques se reinterpretan como explanadas en polígonos industriales; las vestimentas de época ahora adquieren toques retro con cierta nostalgia o se convierten en chándal y ropas

asociadas a géneros musicales urbanos con una fuerte presencia de joyas, etc.

[8] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “authentic ritual of public patriotism”.

[9] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “self-flagellation”.

[10] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “her femininity, personal style, and local alliances”.

[11] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “[j]ewels in actuality and representation function as a touchstone for emergent and changing concepts of the individual in relation to society”.

[12] Enlace del fotograma seleccionado de “Pienso en tu mirá (Cap. III: Celos)” de Rosalía y dirigido por CANADA: https://youtu.be/p_4coiRG_BI?t=35

[13] Enlace del fotograma seleccionado de “De aquí no sales (Cap. IV: Disputa)” de Rosalía y dirigido por Diana Kunst y Mau Morgo: <https://youtu.be/vy4lZs8fVRQ?t=116>

[14] Traducido del inglés por el autor. Texto original: “perpetrating an offensive form of ‘cultural appropriation’”.