



Cuando el ícono revolea un poncho. El pop como estrategia de consagración folclórica

Ariel Gómez Ponce*

Nahir Salman Sosa**

María Constanza Rojo***

Eva Schiaffino***

El pop: un lugar de enunciación

Corría el año 2000: entre profecías de dudosa credibilidad y milenarismos resucitados, una joven de una pequeña localidad provinciana se inmiscuye en la programación de una televisión musical de alcance internacional. En una bisagra histórica en que la música mercantil vivenciaba su momento quizá más esplendoroso, un videoclip de Soledad Pastorutti, “Mi propiedad privada”, recorría –con distintos grados de repercusión– las programaciones de Much Music y MTV: esos canales que, con sus videos, sus animaciones y sus rankeos, se consolidaban como aquello que Raymond Williams (1981) hubiera llamado instituciones, reguladoras en este caso, de la profesionalización, el patrocinio y el patronazgo de la productividad musical en la cultura de masas del nuevo milenio.

“Mi propiedad privada” era, en el archivo musical de la artista, ciertamente singular: si la composición de un videoclip narrativo para un género acostumbrado al vivo de los festivales y las peñas era ya una elección interesante, más aún lo era la historia en él relatada y el modo en que lo hacía. El breve relato de una joven desesperada por conservar, a fuerza de encierro y cadenas, el amor de un hombre infiel elige nada menos que una estética que poco habla del folclore nacional. La alusión es innegable: la estética insignia de Pedro Almodóvar resuena en esa reversión a la criolla

*Universidad Nacional de Córdoba / CONICET | arieltgomezponce@unc.edu.ar

** Universidad Nacional de Córdoba | nahirsalman@mi.unc.edu.ar

***Universidad Nacional de Córdoba | constanza.rojo@mi.unc.edu.ar

****Universidad Nacional de Córdoba | eva.schiaffino@mi.unc.edu.ar

de una vieja balada peruana cuyo videoclip, estrenado hacia mediados del 2000 como single promocional del disco “Soledad”, apela a un filme tan icónico como lo es “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988).

Pocos meses antes, con esa película de escasa recaudación que fue “Esa maldita costilla” (1999), Susana Giménez había demostrado que el lenguaje almodovariano era, en efecto, una jerga fácilmente reconocible: la exuberancia visual, la saturación cromática, el detallismo sobrecargado y, especialmente, ese desborde de pasiones intensas e insólitas, eran propias de un director que siempre supo cómo hablarle al espectador hispanohablante. En forma y en contenido, el video de Soledad Pastorutti apelaba a ese barroco excesivo porque un público amplio iba a ser capaz de reconocer la singularidad estética, aunque ese gesto debe inscribirse en un largo camino de la artista argentina para asentarse en el mercado global. En la presentación de ese cuarto disco (un preludio de otra producción que tendrá una perfilación todavía más internacional, nos advertía la cantante), Soledad reconoce haber tenido poder de decisión tanto en el arte visual como en la composición musical, y era consciente de que, si su juventud y su afán de ruptura con la tradición folclórica era una de las razones que llevan a juzgarla, en esa inclinación hacia lo internacional anidaba otro argumento: “se fue a grabar afuera una piba tan argentina”, “dejó el folclore” y “¿cómo [que grabará] con Emilio Estefan?” eran, como bien ella replicaba con ironía, algunos de los fundamentos esgrimidos para criticarla (Much Music, 2000).

La estrategia estética de “Mi propiedad privada” no es menor: Soledad entendió que barnizar el folclore con un brillo más espectacular podía ser la clave para convocar la mirada de un público que, atragantado con lolitas rubias y *boybands* replicadas en serie, poco podría interesarse en una joven que defendía los últimos bastiones del folclore nacional. O para decirlo de otra manera: la Sole comprendió que orillar las formas pop podía ser otro modo de asirse con las llaves de un mercado musical muy globalizado. Claro está que esta interpretación reclama una lectura algo apacible hacia la industria cultural, eludiendo las críticas que, insistentemente, han encontrado allí una fuente de dominación, alienación y hegemonía por parte del norte global. Algo de esta mirada-otra supo concebir Jesús Martín-Barbero (1987, p.15) cuando, años atrás, nos convocó a “entender los modos como lo popular recicla lo masivo” pues, en la reapropiación de las

estrategias impuestas por la hegemonía y el mercado, pueden contenerse las armas para emprender la resistencia.

El pop es una de esas estrategias de sentido. Liberado de su conceptualización como mero género musical e incluso de su clausura en un movimiento estético, el pop se comprende más acabadamente cuando se lo observa como una de las manifestaciones más elevadas de la espectacularización posmoderna, esa que hace de la imagen su signo más imponente (Jameson, 2024). Cuando Soledad Pastorutti elige las formas almodovarianas, opta por subrayar lo que, de pop, hay en la obra del director español: ese collage colorido donde conviven lo kitsch y lo resabios de las élites culturales. *Mutatis mutandis* hace del folclore, un *folclore*. Pero esa expropiación dista de ser novedosa: Luis Miguel recurrió antes a una puesta en escena psicodélica para el video de “Cómo es posible que a mi lado” (1996) y, apelando a la misma cromática, Thalía reprodujo las ambientaciones coloridas y el look estridente de las cantantes estadounidenses en “Arrasando” (2000) porque ambos, cada uno a su manera, supieron que esos guiños visuales eran capaces de revestir a los ritmos melódicos latinoamericanos con los tintes de una industria musical por demás homogénea.

Leído en estos términos, el pop no debe –ni puede– reducirse a la música, aunque esta sea su lengua materna: como bien señala Juan Carlos Fernández Serrato (2023, p.107), en la medida en que la visualidad es “el centro semiótico de la cultura masiva”, “el pop es una música concebida para ser vista”. Es arte, añade Fernández Serrato, pero también es espectáculo, es industria y, por encima de todo, es una factoría de íconos. Y es que, en este estado cultural, nada será más preponderante que la transformación de las figuras en fuente de iconicidad: el signo regente de una semiótica cultural que los artistas deben reconocer para poder sobrevivir en un mercado altamente competitivo y de rauda transformación.

En los apartados que siguen, exploraremos esta idea de popización a partir de una cantante nacional que supo coquetear con distintas manifestaciones de una cultura global. Y, para ello, asumiremos que el pop es, como bien sugiere Omar Rincón (2021), un *lugar de enunciación* “que se expresa en narrativas y estéticas pop mientras produce sentidos en las culturas del territorio y las identidades” (2021, p.44). De lo que se trata es de comprender que nuestras culturas populares significan desde lo local, pero con referentes estéticos y narrativos que provienen del *mainstream*, una lectura que habrá de aceptar todas las formas artísticas (de la música al

cine, de las series a la danza) como zonas de permanente negociación. En ello, Rincón es preciso: habitamos culturas bastardas mientras aspiramos a ciudadanías *celebrities* y tal hibridación transnacional es hoy una marca identitaria.

Cabe aclarar que esta interpretación no se desentiende de aquellas formas que, dentro de esa misma escenografía global, escogen resguardarse en la tradición, exponiéndola como un emblema. Se trata de lo pop-latino “hecho de esa misma *coolture* pero adobado, narrado, estetizado y significado desde las identidades de tierra y territorio de uno, desde las costumbres propias, los saberes ancestrales, los repertorios sentimentales de nuestros cuerpos” (Rincón, 2021, p. 46). Basta observar el reguetón: ese ritmo que parece resguardarse en una puertorriqueñización del lenguaje, en la sexualización del baile que aporta el perreo y en una estética urbana, todo un ensamble con intensa localización que, no obstante, logra exportarse hacia cada rincón del mundo. “Lo que se pierde por reducción, lo compensa por exageración”, supo decir Beatriz Sarlo (1992, p.59) cuando en la industria mediática observó la fagocitación del costumbrismo, la tradición y la iconografía nacional, transformados en estereotipos y fuente de exotismo, fácilmente reconocibles por un público internacional. Ese discurso (“que más que registro de lo popular es celebración de la igualdad plebeya”, diría Sarlo, 1992, p.59) será el otro rostro de la deriva del pop.

Tres escenas puntuales bastarán para dar cuenta de cómo Soledad Pastorutti ha adoptado este lugar de enunciación que definimos como pop: una apropiación de estrategias y sentidos a lo largo de su carrera artística que, por paradigmático que parezca, le ha permitido consolidarse como estrella local y afianzar su seguidores: un público asentado en el territorio nacional, pero cada vez más modelado por el cincel de un mercado simbólico de impacto global. O dicho en otros términos: como verdadera estrella del folclore debe incorporar el lenguaje del pop porque su audiencia, en cierto modo, lo necesita.

La Sole, o el nacimiento de un ícono

Remontemos el curso de esa historia de vida: la joven que habrá de conocerse como “la Sole” tiene su acta de nacimiento en una mítica noche de enero de 1996, concretamente en el escenario del Festival de Cosquín

cuando se presenta junto a su hermana Natalia Pastorutti. Aclamadas por su performance, las hermanas ya contaban con una presencia bastante destacable en el mundo de las peñas y los pequeños festivales donde sus nombres comenzaron a circular. Esa noche, sin embargo, habrá de catapultarlas hacia esa prudente fama que brindaba, en los 90, la televisión nacional.

A la presentación en Cosquín le sigue la firma de un contrato con la filial argentina de Sony Music, acuerdo que dio luz verde a “Poncho al viento” en 1996: álbum debut de notable éxito comercial, capaz incluso de posicionar a la Sole como el rostro más fresco en la escena folclórica. Recordemos que, por aquellos años, la juventud como marca identitaria no primaba en el folclore nacional y la santafesina ilumina una grieta con su actuación y su revoleo de poncho: un gesto que, al tiempo que bautiza su ópera prima, supone un acto performático más propio de las búsquedas comerciales del pop que del panteón coscoíno. Si algo caracteriza al pop es, precisamente, esta cuestión de actitud: desde el cadereo de Elvis hasta el *voguing* de Madonna, la pose que se pone en escena involucra una manera de descollar y, a la vez, de convocar a un público, usualmente joven. Desde el comienzo, Soledad (2019) lo supo: “para mí no es malo esto de revolear el poncho (...) como ya dije en otras notas, suma gente joven”. En torno a ese gesto performático, toda una mitología se irá construyendo y, en el curso de los años, la consolidación de la Sole como ícono cultural se asociará a ese revoleo, acto iniciático que las portadas de los álbumes “10 Años de Soledad” (2006), “20 Años” (2016) y “Que sea con suerte” (2025) se ocupan de homenajear.

Como fuera, es sabido que el impulso de una discográfica internacional involucra más que la producción musical y la concreción de esas vidrieras sonoras conocidas como recitales (la repercusión de sus presentaciones en vivo fue, desde el principio, indiscutible: en solo su tercer año de carrera, agotó entradas en el Teatro Gran Rex, presentaciones que dieron lugar al exitoso álbum en vivo “A mi gente” en 1998). La promoción es siempre fundamental y, a poco de comenzar su despegue, la Sole también contó con una participación en la Copa Mundial de Fútbol celebrada en Francia en 1998, compartiendo playlist con el puertorriqueño Ricky Martin en uno de los momentos más deslumbrantes de su carrera. Para esta artista del sur global (joven que apenas había superado la mayoría de edad), la inclusión en el álbum “Allez! Ola! Olé! The Music of the World

Cup” (1998) no fue mejor: comparte escena con artistas que, por entonces, lideraban los ranking pop tales como Chumbawamba o Youssou N’Dour, pero también con expresiones hispanohablantes que, por aquellos años, abandonaban la primacía de lo melódico para orillar sonidos más industrializados (Daniela Mercury, Fey, Mónica Naranjo y el propio Ricky Martin, por caso).

De modo que Sony Music tomó un género profundamente argentino y tradicionalista y lo hizo funcionar a favor de los vientos del mercado simbólico. En 1999, esta mezcla entre lo tradicional y lo fructíferamente económico redobla la apuesta con el filme “La edad del sol”: bajo la dirección de Ariel Piluso, el largometraje puso a Soledad Pastorutti nada menos que como su protagonista estrella. Poco importa aquí que la película casi haya pasado desapercibida por un público juvenil que, por aquellos años, celebró otros estrenos locales como “Manuelita” (con dirección de García Ferré). La participación en el campo cinematográfico es, antes bien, uno de los gestos imprescindibles en la popificación: de Madonna (“Desperately Seeking Susan” de 1985) a “Taylor Swift” (Valentine’s Day de 2010), el cine se presenta como un espacio semiótico legitimador, quizá no de las capacidades actorales de las cantantes, pero sí de sus estrategias de visibilidad, de consolidación de una persona pública y de expansión de lo que ya es, en suma, una marca. Convertida en personaje, la Sole dramatiza su mito, escribiendo su narrativa pública con los recursos del cine: no actúa para abandonar la canción, sino para pronunciarla con otro lenguaje.

Esta enumeración de datos va más allá de lo anecdótico: sugiere que los primeros años en la carrera de Soledad Pastorutti (la consolidación de “la Sole”) deben más a la industrial musical que al impulso festivalero que, en primera instancia, la habría legitimado. La marca del mercado simbólico es, por ello, innegable durante este primer periodo de crecimiento y visibilidad, y la crítica –esa que, como señalamos líneas arriba, la Sole no desconoce– no tardará en llegar. Quizá, por ello, el álbum “Yo si quiero a mi país” (1999) encuentre su mejor explicación en términos de una respuesta provocativa a esos insistentes cuestionamientos sobre sus raíces folclóricas. Grabado íntegramente en Miami bajo la tutela de Emilio Estefan, el disco trasciende las fronteras nacionales, instalándose en otros países latinoamericanos: “es una adaptación de la música que yo hago para llegar a otros países”, explicará Soledad (2014), consciente de que ese repertorio musical traduce una impronta folclórica propia en ritmos más

latinos sin por ello abandonar de donde proviene. Más que traición, esta suerte de giro pop supone una estrategia de expansión estética: una forma de amplificar la tradición.

Años después, Soledad mencionará en su serie documental “Mi camino al hoy” (2015) que esa internacionalización no cumplió del todo las expectativas anheladas y, quizá por ello, el álbum que aconteció posteriormente, “Soledad” (2000), fue una suerte de retorno al hogar: una vuelta hacia ese folclore por el cual su público la veía como “una especie de escarapela viviente” (Soledad Pastorutti, 2015). Es interesante que la pretensión transnacional trajera aparejado un regreso a los orígenes, como si el excedente de visión que brindaba el mercado global permitiera ajustar algunos de los engranajes. Prueba de ello será “Libre” (2001), condecorado quintuple disco de platino, mucho gracias a “Tren del Cielo”: éxito que le permitió sentirse más cómoda con “canciones más poperas” (Soledad Pastorutti, 2015). En los límites del pop latino, “Tren del Cielo” permanece hoy como una de sus canciones más escuchadas (16.673.092 reproducciones en Spotify), mientras su video musical alcanza las 30 millones de visualizaciones en YouTube, siendo el segundo más popular de su canal.

El panteón nacional: la Sole y el saqueo selectivo

No hay iconicidad que pueda sostenerse sin un piso de sentidos pretéritos: sin un pasado memorable, una tradición que reciba con los brazos abiertos esa nueva figura que la industria cultural promete. Los guiños permanentes de Lana del Rey hacia el siglo de oro hollywoodense, la elevación al carácter divino de Michael Jackson que emprendieron las *boyband* en los 90, la constante revalidación nacional de la figura de Charly García y hasta la celebración mítica que, en tiempos más recientes, sostienen los nuevos cuarteteros con la Mona Jiménez: no se trata solo de mirar hacia adelante, pues un pasado es necesario inventar. Como toda mitología cultural, la enunciación pop funda sus propios próceres, reconoce ídolos y recupera fragmentos del ayer para armar una memoria que no siempre coincide con la historia oficial. A esa estrategia, Raymond Williams la hubiera llamado una tradición selectiva: “versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y de un presente preconfigurado que resulta entonces poderosamente operativo en el proceso de definición e identificación cultural” (2009, p.153).

Frente a las críticas que la tachaban de cipayismo, tal tradición selectiva fue indispensable para que Soledad Pastorutti pueda transitar el campo cultural hasta consolidarse como un ícono. Y, en esa búsqueda, tal vez nada haya sido más simbólico que celebrar una figura de la talla de Horacio Guarany: ese cantautor con quien, el 25 de octubre de 2002, compartió escenario bajo el lema “Sole y Horacio juntos por primera vez”. Colmando una vez más la sala del Luna Park, la joven de Arequito y el mítico emblema del folclore nacional compartieron una veintena de canciones con clásicos de ambos (sin olvidar de legar para la posteridad una grabación que será disco de platino y dejará buenos réditos económicos). Si la composición de ese repertorio no es menor (hitos profundamente sociocríticos como “La villerita” y “Perdón doctor” se colocan a la par de otras piezas destacables de la joven promesa, tales como “A don Ata”), la elección de Guarany tiene un peso todavía mayor: militante exiliado durante la última dictadura cívico-militar, el “Cantor del Pueblo” ha sido un trovador comprometido con distintas causas sociales. Logró, incluso, amalgamar la herencia rural con una sensibilidad más urbana, mixtura por la que pudo cultivar éxito en un punto de fractura histórica en el género musical cuando, hacia mediados de siglo pasado, empezaron a primar los valores de la industria cultural (Díaz, 2022).

Como la Sole, Horacio Guarany es otra de esas figuras con potencial para friccionar tradición y renovación dentro de un campo discursivo que, como bien advierte Claudio Díaz (2022), disputa nada menos que los fundamentos del ser nacional. La elección de Guarany demuestra, sin embargo, que la promesa del folclore juvenil supo sacar buen provecho de ese acervo discursivo. Convocó a los padres fundadores como figuras tutelares, reversionó sus clásicos para acercarlos a un público fresco, rescató sus vestimentas, sus gestos, sus símbolos y su iconografía para iluminarlos con las luces espectaculares de la televisión y las grabaciones digitales: Soledad Pastorutti (como muchos otros artistas del nuevo siglo, vale decir) opera con la hebra más exquisita de la cultura pop, que es el saqueo irrefrenable a lo que se considera alta cultura en cada estadio histórico (Gómez Ponce, 2024).

Es verdad: la transformación de la tradición folclórica en estereotipos de consumo expande el mercado. La artista bien parece saberlo cuando se cuelga de las formas domesticadas del folclore: de ese hiper-costumbrismo del que hablaba Beatriz Sarlo (1992) que, en la industria cultural argentina

más reciente, trajo numerosos clichés y lugares comunes que, paradójicamente, parecen ser funcionales a la hora de reforzar cierto imaginario de lo nacional-territorial: una idea de “argentinidad” que sienta sus bases nada menos que en el folclore. Baste observar la participación de la Sole en la banda sonora de “Patoruzito” en 2006: versión infantilizada del cacique tehuelche que, mezclado con cierta idealización gauchesca, se consagró como héroe nacional y uno de los hitos en la caricatura argentina. O también su protagonismo en la película “Soledad y Larguirucho” (2012): otra producción de García Ferré en la que, luego de que su voz fuera arrebatada, la cantante recorre la geografía nacional (visita Potrero de los Funes, por caso), con la ayuda del entrañable personaje de la cultura infantil argentina y, por si poco fuera, con la participación estelar de íconos musicales como el Chaqueño Palavecino y Carlitos Balá.

Cuando el cambio de milenio trae tiempos de confusión, de intensas transformaciones políticas y económicas, pero también de fuertes mutaciones tecnológicas y mediáticas, la tradición sí que importa y, si no hay una, es menester inventarla. Larguirucho, ese que de sordera sufre mucho, bien parece saberlo cuando, a poco de comenzar el filme, le regala a la Sole una mitología propia que no deja aludir a la tradición más férrea de la gauchesca:

En un lugar la Pampa, en algún lugar de la Pampa de cuyo nombre sí quiero acordarme, hace mucho que nació, en un pueblo muy bonito, una linda paisanita, en el pueblo de Arequito. Desde que nació cantó como un alegre jilguero, y por su gracia y salero, a todo el mundo encantó (...) Que naides me contradiga, que naides me contradiga en decir esta verdad, que no hay en esta vida quien cante cual Soledad. ¿Qué nombre me le pusieron? ¡La Soledad Pastorutti! Pero como eran épocas muy duras de abundante escasez, y además tuvo prole, ahora todos les dicen “la Sole” (García Ferrer, 2012).

Coherencia y cuarteto: la Sole y el *mainstream*

Veinticinco años después, Soledad Pastorutti ocupa un lugar indiscutible en la escena musical argentina: legitimada dentro del campo del folclore, distintas estrategias poperas le han permitido establecer como un ícono nacional que cuenta con una mitología revitalizada una y otra vez a lo

largo de su carrera. Y, aunque consagrada, no cesa de experimentar no solo en el campo mediático (su participación en *La Voz*, un reality en cuyas distintas ediciones desfilan los rostros más poderosos del pop, desde Britney Spears a Shakira, de Miranda a Lali), sino además en la creación musical, especialmente con aquello que –como alguna vez ella lo hiciera– aparece en el horizonte del *mainstream* nacional.

Tal es, finalmente, la inventiva que, de algún modo, se plasma en “Que sea con suerte” (2024): último álbum conocido al momento de esta escritura, titulado con aquella frase que, en aquella noche iniciática de 1996, pronunció el presentador Julio Mahárbiz minutos antes de que saliera al escenario. El repertorio incluye, en consonancia con esa suerte de revisionismo pop, reversiones de las piezas más conocidas de su repertorio, acompañadas de videoclips con actuaciones en vivo. Destaca, en particular, la puesta en escena de esas performances que, con relativa intimidad, muestran a la artista en el centro de un escenario estetizado entre el minimalismo del pop, el tinte *unplugged* del rock y la austeridad más propia de un museo: una ambientación acorde a la exposición de esa trayectoria que revitaliza su sonoridad clásica, pero también su mitología. En una estética cara a los acústicos de la BBC Radio 1, con un escenario depurado y en disposición circular, la Sole vuelve sobre su repertorio no como repetición, sino como una forma de relectura: retira el exceso espectacular y, al reversionarse, escribe una versión adulta de sí misma.

Un gesto similar propone, con algunos giros notables, el álbum “Natural” (2023). Allí, el repertorio musical encuentra su analogía con una propuesta gastronómica: imágenes y videos de recetas, una cocina de autor con tintes domésticos que se combina con atípicos ingredientes musicales, al menos para el folclore tradicional. Así, la participación de Raly Barriónuevo o del Chango Spasiuk convive con la producción de Nico Cotton, quien también ha trabajado con Cazzu y María Becerra, en una “fusión entre la música de raíz tradicional y los estilos de producción de los géneros musicales más actuales” (La Sole Sitio Oficial, 2025). La propuesta estetiza escenarios rurales con sus estancias y sus caballos, remitiendo a cierto imaginario folclórico que es compartido en las tierras de Latinoamérica. En una línea que comenzó a trazar en “Libre” (2001), “Natural” se construye como un folclore actualizado, pero ahora en un momento de su carrera cuando experimentar con libertad es gusto que, ciertamente, puede darse. Elabora así un espectáculo marcadamente identitario que in-

nova al trabajar la variable gastronómica del folclore, otro de los rostros de esa tradición.

Habría que decir, sin embargo, que la vigencia de la Sole no se agota en el folclore y su vínculo con la músicaailable de la industria nacional acentúa todavía más su giro pop. Una explotación que, por cierto, dista de ser menor pues, en su canal de YouTube, exhibe una playlist repleta de colaboraciones bajo el título “De FIESTA con SOLEDAD”. Lejos del Chango Spasiuk, pero también de Lila Downs, en las miniaturas asoman artistas argentinos contemporáneos como son Q’ Lokura, Natalie Pérez, MYA o Eugenia Quevedo.

Se ha insistido lo suficiente en que, actualmente, vivimos una explosión de la música argentina, estallido que atestiguan las listas de más escuchados en plataformas digitales. En YouTube y en Spotify, pero también en la calle y los boliches, los cantantes argentinos del trap, el reggaetón y el pop copan el mercado nacional en materia de músicaailable, desplazando por completo a ese reggaetón internacional que detentó la hegemonía creativa hasta por lo menos 2018. Y es que, en los años más recientes, parecen retornar con fuerza los géneros mal llamados “tropicales”, aquellos históricamente vinculados a sectores subalternos. Se trata de un campo de límites porosos en la que conviven el cuarteto-reggaetón de cabellera colorida de la mano de Luck Ra, la trayectoria de La K’onga y el híbrido RKT de L-Gante, con los pops más tradicionalistas que pregonan Emilia Mernes o María Becerra, todo ello sin olvidar que, por algún desvío cumbiero, estos artistas reaparecen con algunos referentes históricos como Los Palmeras, Karina o, desde México, Los Ángeles Azules, hoy nuevamente en el centro de la escena musical.

Tal revitalización de estas otras orillas del sonido nacional le permite a Soledad reinsertarse en una escena musical de la que, ciertamente, nunca se fue. Además de combinarse con algunos de la vieja guardia nacional (Ráfaga, Los Palmeras, Natalia Oreiro o Lali), allí estará una colaboración con Q’ Lokura (“Aunque me digas que no”, filmada –una vez más– en los escenarios del Luna Park), una colorida cumbia con Natalie Pérez (“Lágrima y flores”) y con la promesa más fresca del cuarteto, Luck Ra, nada menos que la canción oficial de la Liga Profesional de Fútbol de AFA, “Del barrio pa’ la cancha”. A quienes recién arriban, la Sole les provee del prestigio que una figura consagrada en la música popular puede aportar, como alguna vez con ella lo hicieron Mercedes Sosa, Los Nocheros y Horacio

Guarany; a su repertorio performático, estas colaboraciones le regalan algún hit masivo capaz de sonar en las fiestas y brindar, si el éxito es prudente, algunas regalías.

Lejos de la pureza que históricamente reclama el folclore, Soledad se conecta con las esquivas listas de los más escuchados: acampa en esa “FIESTA” en la que no se baila ninguna chacarera. No es menor, sin embargo, que estas colaboraciones de bailabilidad *mainstream* se encuentren exclusivamente por fuera de sus álbumes. En ese repertorio, cierta frontera identitaria del folclore habrá de mantenerse, habilitando solo exploraciones estéticas dentro de los márgenes que el género (y el tiempo histórico) permite.

La vigencia de esa propuesta sólida y reconocida por su público convida, no obstante, con su vínculo estratégico con la industria masiva: una doble vía que le permite, por un lado, proyectarse en el mercado internacional, y por otro, en el ámbito local, ampliando las fronteras sin perder la coherencia de ese ícono de la música popular argentina.

Palabras finales

A lo largo de este escrito, hemos procurado reconstruir aquellas formas de lo pop que aparecen en la carrera de Soledad como estrategias de consolidación de una estrella del folclore. Esto es posible ya que el pop funciona como un lugar fundamental de enunciación desde el cual resignificar la tradición, transformándola en un espectáculo dinámico que conecta con esas audiencias que miran al *mainstream*. Como lenguaje musical, pero también como clave estética y como lógica de mercado, le permitió a la Sole aquello que habrá de caracterizar su carrera: una melodía en la que le canta a su tierra y sus costumbres, reproduciéndose en un *loop* de videoclip capaz de transmitirse en las pantallas de todo el país. Tras treinta años de trayectoria en los que coexisten bombachas de gaucho con labios rojos de chica almodovariana, entre festivales en Cosquín y giras por Europa y Latinoamérica, con sus películas con Larguirucho y sus videos en MTV, un ícono de la música popular argentina se ha consagrado. Esta figura icónica es “la Sole”: aquella que alguna vez revoleaba el poncho con la energía de sus raíces sin saber que, años después, se convertiría en el símbolo vivo de una tradición que se renueva y se expande más allá de sus propios límites.

Referencias

- CMTV.com.ar. (13 de agosto de 2019). Primeros tiempos de Soledad Pastorutti [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ofMZW5ocDYY&t=215s>
- Díaz, Claudio F. (2022). *Variaciones sobre el “ser nacional”. Una aproximación sociodiscursiva al “folclore” argentino*. Santa Fe: Ediciones UNL.
- Fernández Serrato, Juan Carlos (2023). *Hacia una teoría del pop*. Madrid: Cátedra.
- García Ferrer, Manuel [director] (2012). *Soledad y Larguirucho* [película]. Argentina: San Luis Cine.
- Gómez Ponce, Ariel (2024). “En busca de lo icónico. Prolegómenos para una semiótica de la cultura pop”. En: Gómez Ponce, Ariel y Bruera, Bruera [comps.]. *Des-enredando la cultura: investigaciones culturales en movimiento* (pp. 8-23). Córdoba: Facultad de Ciencias Sociales Ediciones.
- Jameson, Fredric (2024). *El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío*. Madrid: Verso.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Much Music (2000). *Soledad en Much Music* [Especial televisivo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=oNCV9FPMmYc>
- Pastorutti, Soledad [creadora] (2015). *Mi Camino al Hoy* [serie documental]. Disponible en: <https://www.youtube.com/@soledadpastorutti9958>
- Pastorutti, Soledad (2025). *La Sole Sitio Oficial* [página web]. Disponible en: <https://www.lasole.net/>

Rincón, Omar (2021). "Culturas bastardas o la re-invencción de lo popular en perspectiva de la coolture". En: Rincón, Omar [ed.]. *Culturas bastardas. Entre lo popular y lo coolture*. (pp. 39-56). Buenos Aires: Prometeo..

Sarlo, Beatriz (1992). "Estética y política: la escena massmediática". En: Schmucler, Héctor y Mata, María Cristina [coord.]. *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* (pp. 49-60). Córdoba: Catálogo Editores.

Telefe (2014). Entrevista a La Sole. En: VideoMatch [programa televisivo] Youtube, grabación de 1999. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=7BSEUzG2UNI>

Williams, Raymond (1981). *Sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

Williams, Raymond (2009). *Marxismo y literatura*. Buenos Aires: La Marca.

