

INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DEL **ROCK**

JESÚS GALINDO
(EDITOR)



PIEDRAY CAMPANA
EDITORIAL

Para citar correctamente el contenido de este libro:

GALINDO CÁCERES, LUIS JESÚS (editor)
Ingeniería en Comunicación Social del
Rock; 1era. edición. Ciudad de México:
Innovación Editorial Lagares, bajo el sello
editorial: Piedra y Campana, 2019,
pp. 178.

ISBN: 978-607-410-578-0

INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ROCK

Apuntes del GICOM Música



Jesús Galindo
Edgar Josué García
Héctor Gómez

SELLO EDITORIAL



PIEDRA Y CAMPANA

¡Para que sigan sonando fuerte las palabras!

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

Jesus Galindo

Página 11

INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y COMUNICONOMÍA DEL ROCK EN MÉXICO

Jesus Galindo

Página 15

LA REBELDÍA JUVENIL Y LA ESTABILIDAD DEL MERCADO

Jesus Galindo

Página 51

DE LA COMUNICOLOGÍA A LA COMUNICONOMÍA DE LA MÚSICA

Edgar Josué García

Página 79

INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, CULTURA DE PARTICIPACIÓN Y ESTÉTICAS DEL ROCK

Edgar Josué García

Página 97

INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MÚSICA Y SUS PÚBLICOS

Edgar Josué García

Página 113

LET IT BLEED. RETORNOS DE LA CULTURA EN TIEMPOS DEL STREAMING

Héctor Gómez

Página 133

AQUÍ, ALLÁ Y EN TODAS PARTES. TRÁNSITOS EN LA VIDEOESFERA

Héctor Gómez

Página 153

Presentación

El Grupo Ingeniería en Comunicación Social de la Música, GICOM Música, ha colaborado en el programa de estudios del Seminario de Estéticas y Culturas del Rock, desde un principio, en el año del 2015. Su propio programa inicia un poco antes, en el año 2013, y toma forma en el 2016. Es decir, ambos proyectos están muy asociados en el tiempo. El GICOM Música es un programa de trabajo que tiene quince líneas en proceso, una de ellas es la de Estéticas y Culturas del Rock. Este maridaje es algo que ha caracterizado a la forma de colaboración en red que mucha gente hemos mantenido desde los años setenta. Así que por una parte el proyecto de Estéticas y Culturas del Rock es una línea de trabajo del Grupo Ingeniería en Comunicación Social de la Música, y por otra parte el GICOM Música colabora con el proyecto del Seminario sobre Estéticas y Culturas del Rock, SER, como parte de una red de colaboradores.

El SER tuvo un ciclo de trabajo de tres años, 2015, 2016 y 2017. Durante esos tres años ensayó desarrollar un proyecto de conversaciones sobre una agenda siempre en proceso de composición y organización. Estas conversaciones tomaron forma en tres eventos, tres coloquios, realizados todos en la Ciudad de León, México, coordinados por el promotor y gestor del proyecto, Héctor Gómez Vargas, compañero GICOM Música. Como resultado de esos eventos se editaron tres bellos libros. En esos libros participaron miembros del GICOM Música, que también participaron en los coloquios. Fueron seis los miembros del GICOM Música participantes en el SER, Edgar Josué García, Gerardo León, Ignacio Gómez, Edith Cortés, Héctor Gómez y Jesús Galindo.

Hace unas semanas, en la Ciudad de San Luis Potosí, dentro de los trabajos generales del GICOM San Luis Potosí,

elaborábamos la agenda de un macro evento que lleva el título de GICOM San Luis Potosí Tour 2019. Se realizarán dentro del macro evento una serie de actividades durante las dos primeras semanas de abril del 2019. Una parte de esas actividades están asociadas al GICOM Música y al SER. El año pasado, en el 2018, el GICOM San Luis Potosí, la Universidad del Centro de México en particular, fueron sede de un seminario sintético del ciclo del SER 2015-2017. Ahora se trata de realizar un segundo seminario GICOM-SER 2019. Dentro de las actividades de ese segundo seminario se incluyen la presentación de los tres libros del ciclo SER, y este cuarto libro, GICOM SER.

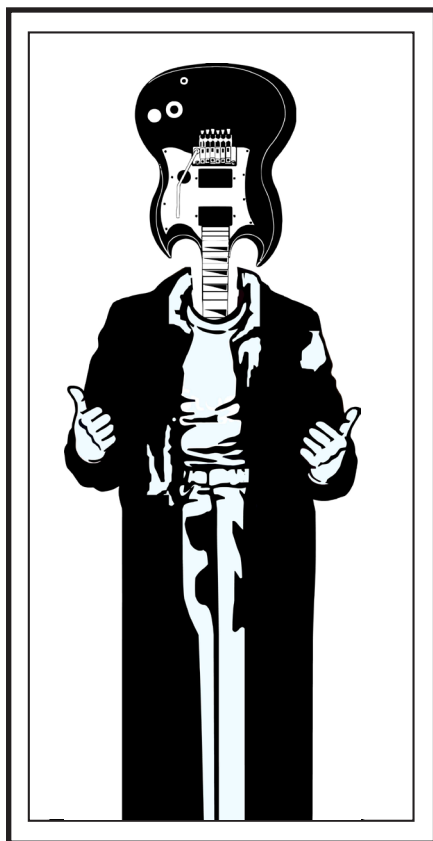
Se busca en este segundo seminario GICOM-SER 2019 cerrar la agenda del SER y puntualizar la perspectiva GICOM sobre esa agenda. Este libro, el que aquí presento, es parte de ese objetivo. El libro se integra con una selección de textos GICOM SER, con algunas novedades inéditas, como el primero, que abre el libro, sobre una propuesta general GICOM Rock desde su propia matriz programática y metodológica. El libro está compuesto de siete textos, dos de Jesús Galindo, tres de Edgar Josué García, y dos de Héctor Gómez, ensayando un maridaje GICOM SER con la participación de Héctor Gómez, el gestor del SER, y miembro GICOM, y los otros dos miembros del GICOM Música, que participaron en todo el ciclo SER de los tres coloquios y los tres libros.

Así pues, éste es un texto GICOM con un espíritu SER, la temática del Rock desde una perspectiva GICOM y SER al mismo tiempo. Lo cual quedará claro cuando se observe la relación entre la propuesta SER de los Estudios Culturales de la Música, y la propuesta GICOM de Ingeniería en Comunicación Social.

Luis Jesús Galindo Cáceres

CAPÍTULO UNO

Jesús Galindo



INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN DEL ROCK EN MÉXICO. Apuntes de un proyecto GICOM en desarrollo.

Jesús Galindo Cáceres

Apunte Inicial

El rock nos ha acompañado por décadas, sonriendo, besando, haciendo el amor, bailando, contemplando, sufriendo, conversando, comiendo, trabajando, esperando, deseando, imaginando, sintiendo, ardiendo, llorando, abrazando, mirando, leyendo, escuchando, compartiendo, fumando, bebiendo, cantando, tocando. Ha estado ahí, como una atmósfera, como un fondo, como el aire, fiel, constante, impertinente, cómodo, sutil, agresivo, tenue, autoritario, fragante, asqueroso, bello, inspirador, pedagógico, distractor, rabioso, dormilón. En principio no se trata de saber ni entender, sólo de estar, vivir, continuar. Pero no es suficiente, también necesitamos entender para seguir. Una cita con nuestra sombra y la luz que la proyecta en forma extraña. Así que ahora toca pensar al rock, casi una perversión, una blasfemia, una mentira.

Este es un apunte sobre un proyecto en proceso y en progreso, un programa emergente sobre Ingeniería en Comunicación Social del rock. En cierto sentido es un placer, un gozo, un disfrute profundo y alegre. También un reto, una complicación, una dificultad. Estas son las notas sobre otro rostro posible del rock, cuando se quita la máscara y le miramos las venas y la carne viva. La conmoción no es menor que al escuchar una rola, es distinta, similar y superior. Darse cuenta, percibir más allá de lo evidente, de lo común, de lo ordinario. Y sobrevivir, y contar el viaje.

EL GICOM Música y su programa de trabajo

1. El Programa general del trabajo GICOM

El Grupo Ingeniería en Comunicación Social nace en el año 2009 con antecedentes en por lo menos tres décadas previas. El proyecto tiene en su genética la construcción de la vida social desde criterios científicos diversos fundamentados en una plataforma conceptual comunicológica, una ciencia de la comunicación social, aplicados desde una configuración sistematizada de casos particulares empíricos en principios constructivos de una Comuniconomía, una ingeniería constructiva de modelos de operación social, que permite diagnósticos inmediatos a partir de ciertos indicadores, en un gradiente sintético de acciones de intervención, acompañamiento o empoderamiento, dentro de un mismo movimiento analítico.

A lo largo de estos diez años recientes, tomando en cuenta la experiencia de más de cuarenta años de experiencia en acciones de intervención, acompañamiento y empoderamiento del tejido social, el programa GICOM ha sintetizado una propuesta metodológico-conceptual que actúa en esos tres ámbitos, el de la acción, el de la interacción, el de la enacción. La metodología ha tenido varias etapas de elaboración intensa en esta década, se ha configurado en varias versiones, operando en la actualidad en una quinta fase de su desarrollo. El proceso continúa. Todo ello está documentado en diversos textos y tesis de postgrado.

El GICOM es un grupo constituido por un núcleo central de quince ingenieros en comunicación social, tiene una red de varios cientos de investigadores, gestores y activistas. El GICOM opera con tres operaciones básicas generales, que son:

Primera. Administrar, dar mantenimiento y sustentabilidad, a modelos de articulación social previos.

Segunda. Hacer ajustes, mejoras, reingeniería, de modelos de articulación social previos.

Tercera. Diseñar, inventar, innovar, modelos de articulación social emergentes.

En la actualidad el programa GICOM está integrado por veintidós líneas de trabajo:

- 1) Gestión Social y Cultural.
- 2) Movimientos Sociales y Colectivos Sociales.
- 3) Cultura Política y Sociedad Civil.
- 4) Arte y Experiencia Estética.
- 5) Cultura de Investigación y Mundo Académico.
- 6) Cibercultura y Redes Sociales.
- 7) Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación.
- 8) Familia, Parejas, Relaciones Familiares.
- 9) Museos y Construcción de Vida Social
- 10) Participación Social y Espacio Público.
- 11) Pequeñas y Medianas Empresas.
- 12) Música y Vida Social.
- 13) Generaciones y Ciclo de vida.
- 14) Comunicación Estratégica.
- 15) Educación y Pedagogía.
- 16) Medios de Difusión Masiva.
- 17) Gastronomía y Vida Social.
- 18) Comunidad y Sociedad Urbana.
- 19) Religión e Ideología Social
- 20) Entretenimiento y Marketing
- 21) Humor y sentido social
- 22) Literatura y construcción social

2. El GICOM Música

En el año 2016 se forma el GICOM Música. Los antecedentes del proyecto son diversos a lo largo de varios años a partir de principios de los años setenta. Gestión de una empresa de eventos de rock, formación de grupos musicales, investigación en Etnomusicología, investigación socio-

cultural de la música popular, Comunicología de la música, y por supuesto los diversos proyectos en Ingeniería en Comunicación Social. La propuesta inicial del proyecto es explorar las diversas formas en que la música articula, ordena y organiza, el tiempo y el espacio de la vida social en las diversas ecologías socio-culturales.

El perfil general inicial del proyecto está constituido por cinco líneas a priori de trabajo, líneas dentro de las cuales se ubican y se asocian los proyectos que se han ido incorporando al programa general:

- 1) Primero. La industria cultural de la música.
- 2) Segundo. La cultura popular y tradicional de la música.
- 3) Tercero. La música en un sentido cognitivo y de desarrollo bio-psico-social.
- 4) Cuarto. La música como gramática, género, estructura lógica.
- 5) Quinto. La música como pedagogía, terapia, comunimétodo.

El proyecto GICOM Música está constituido en este momento por quince proyectos de trabajo que se desarrollan en diversas entidades de país, Ciudad de México, San Luis Potosí, Baja California, Sonora, Guanajuato, Estado de México, Puebla, Oaxaca, Veracruz, Yucatán, Colima, Hidalgo, Zacatecas, Querétaro, Tlaxcala, Nuevo León. Además de un proyecto en Manizales, Colombia. Los títulos generales de los proyectos son los siguientes:

- 1) Cartografía y Etnografía de la situación musical en la Ciudad de México, San Luis Potosí y Tijuana.
- 2) El Jazz nos hace mejores personas.
- 3) El Rock indígena en el Estado de México.
- 4) Los Beatles y los fans en León.
- 5) Estéticas y Culturas del Rock.
- 6) Historia de la música como fenómeno socio-cultural.
- 7) Gestión Sociocultural a través del son en Puebla, Oaxaca, Veracruz y Mérida.

- 8) La Música en su dimensión física, química, biológica y socio-cultural.
- 9) La Trova en la Ciudad de Querétaro.
- 10) Música étnica en un contexto de desarrollo urbano y regional.
- 11) La Industria Cultural de la Música en Colombia.
- 12) Gentrificación y música en la Ciudad de México.
- 13) Gestión y organización de eventos musicales.
- 14) Gestión y organización de talleres de percusión y desarrollo cognitivo.
- 15) Gestión y organización de la enseñanza de la música por internet.

Entre todos estos proyectos destaca el de Estéticas y Culturas del rock, que fue el proyecto que en particular detonó la gestión del GICOM Música, cuando en el año de 2014 inician los trabajos de estudio sobre la escena del rock contemporáneo y sus genealogías con una metodología de Ingeniería en Comunicación Social.

3. El proyecto sobre Estéticas y Culturas del Rock

Antes del proyecto Estéticas y Culturas del Rock, que inicia en el año 2014, llevaba varios años el proyecto El Jazz nos hace mejores personas, desde el año 2002. En los apuntes del proyecto sobre el jazz el rock había aparecido como un referente, los jazzistas jóvenes tenían casi todos como referencia genética su gusto por el rock, y algunos apostaban a tocar jazz con una evidente presencia rockera. El tema general en esta asociación tenía dos tendencias, el lugar común de que el rock es inferior al jazz en configuración y complejidad armónica, y la situación de que era más probable que un jazzista rockeara a que un rockero jazzeara. El primer proyecto de trabajo sobre Estéticas y Culturas del rock asociado al de El Jazz nos hace mejores personas exploraba estos dos asuntos sobre un fondo histórico, con apuntes de un contexto mundial y un contexto nacional. Se trató entonces

de ir más allá del lugar común para entender cómo es que ciertos estereotipos se construyen en el tiempo, y qué tanto de verdad hay detrás de su irreflexiva y continua repetición. La cosa resultó más compleja de lo que parecía. Ese primer texto resultado del encuentro entre un proyecto en proceso y uno nuevo tuvo cierta ventura como principio de trabajo, asociando dos campos, conectando la experiencia de trabajo en uno para beneficio del otro.

El proyecto de Estéticas y Culturas del rock fue gestionado por Héctor Gómez desde la ciudad de León, Guanajuato, México, en particular desde la Universidad Iberoamericana del Bajío. En la primera convocatoria para el seminario del 2015 la invitación fue cerrada, amigos y discípulos de Héctor Gómez. La reunión fue densa y complicada, se mezclaron los intereses diversos y en ocasiones opuestos entre los fans y los analistas. El primer tomo del seminario editado en el año de 2016 es una muestra de lo acontecido.

El primer seminario de Estéticas y Culturas del Rock sólo llevó el nombre sintético de Estéticas del Rock, se trataba de ir más allá de la superficie y dentro de un encuadre de Estudios Culturales responder a la pregunta guía sobre ¿qué nos ha hecho el rock en nuestra forma de percibir, sentir e imaginar al mundo? El segundo seminario, en el año 2016, llevó el mismo título sintético con un subtítulo, Los siglos del Rock. Ahora se trataba de indagar sobre la edad del movimiento y sus diversas etapas, hasta llegar al extremo de señalar que el siglo veinte fue el siglo del rock, que el siglo veintiuno es otra cosa. Quizás la guía más dura marcaba al rock como parte de un fenómeno emergente en los años cincuenta, para retomar fuerza en los sesenta y los setenta. Los años ochenta son señalados como un momento de transición, el rock genético y su evolución han terminado su momento, siguen el post-rock, hasta la indefinición de lo que sucede en el siglo veintiuno, y la continuidad reproductiva de algo similar a lo sucedido hace treinta o más años en el mundo contemporáneo. La industria musical es el gran protagonista de este fenómeno. El

segundo seminario tenía aún una fuerza emergente producto de la energía del vigor de los fans, y la tensión reflexiva de los analistas buscando puntos de referencia para dialogar, descubrir, proponer. El libro sobre este segundo seminario se publica al año siguiente, en el 2017.

Los libros que se presentan como un proyecto editorial en sí mismo son de una belleza singular, todos tienen el mismo concepto visual, el mismo principio de diseño. La obra en tres tomos, que cierra el ciclo del seminario de 2015 a 2017, es un producto histórico para el pensamiento y la reflexión sobre la música contemporánea desde México. La edición la realiza en principio la Universidad Iberoamericana del Bajío, en asociación con diversas instituciones coeditoras, lo que agrega peso y presencia a la obra como un proyecto editorial completo y complejo. Hoy ya es parte de la dimensión con valor literario de textos para coleccionistas y estudiosos.

El tercer seminario, en 2017, cierra el ciclo del Estéticas y Culturas del Rock en una primera etapa. El título general es el mismo, Estéticas del Rock, ahora con el subtítulo Después del Rock. La ambición en este seminario era mucha, rebasar en forma definitiva la frontera del discurso de los fans para movernos como colectivo hacia una agenda más propia de los Estudios Culturales, una pretensión más científica y de análisis socio-histórico. El seminario siguió teniendo cierto vigor y energía, pero la ambición no se logró, la agenda de los fans siguió siendo la central. Parecía que el objetivo de formar una red de estudios no había llegado a buen puerto. La comprensión de la centralidad de la industria musical como productora y responsable de la ingeniería en comunicación social básica del fenómeno quedaba por debajo de la afición y el afán consumidor especializado de los locutores del seminario.

Hubo en el año 2018 un cuarto seminario, ahora en la ciudad de San Luis Potosí, organizado por Josué García. Tanto Josué como Héctor, así como otros miembros del Seminario de Estéticas y Culturas del Rock forman parte del proyecto

GICOM Música. En este cuarto seminario se ensayó un resumen, una síntesis de los tres anteriores, al tiempo que un nuevo intento de una agenda que se moviera un paso delante del entusiasmo energético de los fans. En esta ocasión si se logró un avance. Al terminar el seminario quedó la sensación de que sí era posible formar la red deseada en un principio, que la agenda formateada en una guía científica de Estudios Culturales estaba casi al alcance de la mano. Queda en el aire la realización de un quinto seminario. En este mismo año 2018 se realiza otra actividad en el mismo sentido de Estéticas del Rock, pero con un objetivo más particular, el fenómeno Beatles. Se vuelve a repetir el formato de invitación cerrada, se abre la agenda para un ciclo similar al de Estéticas con dos seminarios más en el futuro.

El Seminario de Estéticas y Culturas del rock se configura de esta manera en el corazón de la línea de trabajo GICOM ROCK. La agenda de proyectos y temas registrados en los tres tomos de la obra editorial es una muestra de lo que puede venir en el futuro, rock asociado a géneros musicales diversos, a medios de difusión, a historia social, a culturas juveniles, a Economía y Política, a religión, a industria musical, a género. En fin una muy amplia variedad de temas y asuntos con sus respectivos responsables. El Seminario de Estética y Culturas del Rock detona y muestra lo posible en este primer ciclo de cuatro años. Las expectativas sobre un segundo ciclo son esperanzadoras.

El proyecto Estéticas y Culturas del Rock dentro de una perspectiva científica de Estudios Culturales.

4. La música y la perspectiva de los Estudios Culturales

El proyecto de Estéticas y Culturas del Rock tiene algunos antecedentes, una propuesta genética, y un desarrollo

complicado y emergente. Vamos por partes. Primero los antecedentes. Héctor Gómez ha sido rockero toda su vida, como cualquier melómano tiene una historia personal y un paquete de gustos y manías. En su agenda siempre tuvo inscrito como algo importante pensar al rock, averiguar qué significa para él y su generación, para el mundo, para su entorno familiar y social. Presentar aquí todo lo que se movió para llegar al proyecto sería parcial, innecesario, pretencioso. El punto es que en algún momento de esta década el asunto empieza a tomar forma, Héctor había estado trabajando con biografías para atender diversas preguntas sobre la vida en León, su ciudad, y desde ahí sobre el mundo contemporáneo. En ese tramado de preguntas apareció la música, en particular un fenómeno que lo ha venido obsesionando desde hace tiempo, el rock transgeneracional. Lo que sucede es que el rock tiene como primera connotación a la adolescencia o juventud, quizás la infancia, de cada persona. Nos ancla en una generación y en una fundación de la vida emocional y social. Eso es lo normal, cuando un grupo o ciertas rolas trascienden esta situación algo diferente está sucediendo. En parte por la industria musical, por la composición armónica, la lírica, los medios de difusión, pero aun así no es suficiente todo esto para explicar cómo es que algo destinado a afectar a una generación termina afectando a muchas. The Beatles ha sido su foco de atención, y antes de dedicarse de lleno a ese fenómeno, se propuso interrogar a su entorno sobre el rock en general.

Por otra parte Héctor ha sido un estudioso de la vida social en México, en particular en León, su ciudad, desde una perspectiva analítica que puede nombrarse como Estudios Culturales. Desde los años setenta ha venido observando y pensando diversos asuntos desde ese peculiar ángulo de visión académica. Es hoy día un experto en la materia, hasta donde eso es posible en nuestro medio. La pregunta por la cultura llega a nuestro mundo desde la literatura anglo, a partir de

los cincuenta aparece una fisura que se vuelve tendencia en las ciencias sociales, abandonar la ambición objetivista de lectura del mundo para ensayar lecturas subjetivistas, en donde los actores y su punto de vista van obteniendo cada vez más crédito. La cultura se opone y contrasta a las visiones economicistas o sólo políticas. Héctor y yo somos parte de esa generación mexicana que crece académicamente en este entorno de ruptura en los años setenta y ochenta.

Quizás el escenario más claro para identificar a los Estudios Culturales separándolos de la tradición previa sean los asuntos por observar e interpretar. Aparecen los medios de difusión y sus contenidos, la vida cotidiana, la moda, la estética, los gustos y los artificios mercadotécnicos, los jóvenes, las mujeres, los colores y los olores, la música, la sensualidad. Todos estos asuntos eran recortados o simplificados en la tradición de la Economía Política y la Sociología con mayúsculas. El mundo contemporáneo de los sesenta y los setenta había variado tanto respecto a las configuraciones anteriores del consumo y el tiempo libre, entre otros temas, que ya iba quedando demasiado afuera de las visiones tradicionales de los temas importantes y centrales del mercado y las instituciones políticas. Los Estudios Culturales volvían la vista a lo que nos constituye en la vida diaria más allá de precios y salarios, clases sociales y tensiones socio-económicas macro. El mundo micro estallado en multitudes es puesto en el centro y ahí ocupa un lugar importante la vida cotidiana de los actores sociales y la música.

Más allá de la sobre determinación de la visión de las ideologías, los Estudios Culturales retoman la subjetividad real ordinaria de los actores sociales en su emoción del día a día para vivir y desear vivir. Cantar, bailar, escuchar música, tocar un instrumento, convivir con la familia y los amigos, esperar la noche o el horario de descanso en el trabajo, salir el fin de semana. Todo eso tiene una hipótesis de explicación macro aplastante, la ideología, la determinación del mercado,

la clase social, el modo de producción. En los Estudios Culturales la intención es otra, entender desde la sutileza y complejidad de la emoción, la constitución de la memoria, la percepción, la imaginación, de individuos y grupos, qué es lo que nos mueve en los caminos y corredores de nuestro día a día, en el placer, en la alegría, en la vida sentimental. Por eso la música puede ser vista como industria musical, pero también como memoria y proyecto del día a día. Nace de esta forma la posibilidad de un proyecto sobre la música desde los Estudios Culturales, sobre el rock, sobre el rock en México.

5. La música popular y la música pop

La pregunta aquí es cómo se arma un proyecto sobre el rock desde la perspectiva de los Estudios Culturales. En principio aparecerían dos vertientes con claridad, el consumo y la lírica. En el primer objeto el tema de la economía aparece como referente básico, pero una vez que se establece el asunto de los datos sobre quién compra y quién vende, con lo que de ahí se puede inferir sobre la vida contemporánea y su formato de mercado, aparecen los actores, sus gustos, sus estéticas, los lugares, las acciones, los momentos, las trayectorias. En este primer objeto claro para los Estudios Culturales la dimensión etnográfica tiene un papel fundamental, permite obtener la matriz de lo que sucede como una fotografía que puede ser observada después con detenimiento. Este tipo de estudios tienen una fuerte carga de observación detallada que permite un análisis e interpretación posterior.

La lírica se pone en el formato del análisis del discurso. El rock tiene una abundante lírica que puede ser analizada por separado, lo que hace de las letras mensajes sobre el mundo que representan y retratan, mensajes al mundo de los consumidores y fans que se estudian en la otra vertiente básica de este tipo de investigación. Aquí el tema de los géneros y subgéneros dictados por la gran industria musical

tiene la mano, también el nicho en el cual se conforma y desde el cual se difunden. El tema del contenido de las canciones se cruza en forma clara con los lugares en donde se escuchan, los actores que los escuchan y la forma en que esos públicos son articulados con esos cantantes y sus marcos de producción y presentación. El mundo del espectáculo y el entretenimiento tienen en estos dos objetos de estudio su marco general de ubicación, con todo lo que esto significa como ocio y tiempo libre, dentro del orden del tiempo espacio de la vida social contemporánea.

La gran hipótesis aquí es sobre lo que el rock le ha hecho la vida social en los poco más de cincuenta años desde su emergencia. La historia socio cultural se convierte entonces en la tercera gran veta de trabajo. Aquí las etapas del fenómeno, sus diferencias por región y por época, el momento de su emergencia, su desarrollo, hasta llegar al tránsito del siglo veinte al siglo veintiuno, son el campo de estudio y profundización. El rock puede ser visto entonces como un fenómeno que acontece y acompaña a otras genealogías de la vida social, y al mismo tiempo como una genealogía que construye un tronco poderoso de organización, orden y sentido, de esa vida social. El extremo es marcar a la historia contemporánea como una antes del rock y otra después.

En este punto, el de la historia socio cultural, el rock se presenta como un fenómeno complejo y completo. Enlaza a la cultura popular masiva y extensa, a la gran matriz simbólica que otorga sentido a la vida cotidiana, desde sus trayectorias tradicionales, folklóricas e incluso milenarias, con la cultura pop, también masiva, industrial, y de reproducción efímera en lo particular. Dos configuraciones gigantescas frente a frente. El lugar del rock es articular lo nuevo e industrial con lo tradicional y propio de la cultura de la oralidad pre-moderna. En este punto la indagación sobre el rock adquiere una dimensión cosmológica de una magnitud macro social e histórica, la hipótesis sobre una época contemporánea construida a través del rock en su lírica y estética adquiere

poder y se refuerza.

El proyecto de Estéticas y Culturas del rock trata de cubrir todos estos aspectos mencionados como programa de trabajo, convoca a los participantes en el seminario para proponer, dialogar, aclarar, todo lo que se pueda a partir de una agenda construida en colectivo. El seminario en este sentido fue muy ambicioso en su genética, por ello estaba destinado a quedar corto en sus objetivos generales, lo que no significa que no avanzó, y mucho, en un programa colectivo de estudios sobre el rock desde y en México.

6. El rock desde una perspectiva de los Estudios Culturales

En el primer documento de trabajo para el Seminario de Estéticas y Culturas del Rock en el año 2014, Héctor Gómez proponía la siguiente agenda de temas para iniciar el diálogo:

- 1) La razón sensible. Visiones y cosmovisiones: las estéticas de la música rock: Saberes, Memorias, Mitologías, Arquetipos, Genealogías, Arcaísmos, Prosaicas.
- 2) Artes de hacer-juntos. El diseño de la experiencia: Pertenencias, Afectividades, Territorios, Identidades, Espacios, Comunidades, Imaginarios, Tribus, Mundo.
- 3) La fundación de lo cotidiano. Manual de instrucciones para encontrarle sentido a la realidad: Poéticas, Eróticas, Retóricas, Visualidades, Cuerpos, Moda.
- 4) La poética de todos los días: Juegos, Performance, Erótica, Rituales, Consumo, Fans, Otriedades, Sensibilidades.

Como puede apreciarse el énfasis estaba puesto en la dimensión estética del fenómeno, no sólo en un sentido formal plástico o artístico, sino en un sentido social. Se trataba de que a través de estas cuatro dimensiones de trabajo colectivo el grupo pudiera aproximarse a las formas en que se crea una experiencia individual y colectiva a través de la música del rock, articulando cosmovisiones, producción, textualidad y consumo. Con este programa inicia el seminario en el año

2014 para desarrollarse en el 2015.

En el documento de trabajo para el segundo seminario en el año 2016, la bitácora de la agenda abierta en el 2015 es la siguiente:

- 1) Se habló mucho de distintos aspectos del rock, pero apenas se habló de la música de rock. Se escenificó el mundo del rock, no el rock en sí mismo:
 - Los géneros musicales.
 - El rock como lenguaje, arte y medio de comunicación.
 - El rock mexicano.
 - El rock en León.
 - Post-rock y la nueva escena musical
- 2) El tema de la continuidad y de la ruptura dentro del rock: ¿qué es el rock hoy en día? ¿El rock y su cultura está en todas partes y es parte del todo social?:
 - Los estilos, las estéticas y las identidades.
 - La memoria, las nostalgias: retromanía y hauntología.
 - Las narrativas del rock.
 - Las nuevas puestas en escenas del rock.
- 3) El consumo de música de rock y la conformación de públicos de la cultura del rock:
 - Las tribus del rock y las industrias culturales.
 - Las transformaciones en la industria de la música y en el consumo del rock.
 - Dispositivos tecnológicos y formación de públicos del rock.
 - Los medios de comunicación y la formación de los públicos de rock.
 - Los fans y los públicos del rock.
 - Los Godínez como nuevos públicos del rock.
- 4) Las conversaciones y las comunidades de conversación sobre el rock:
 - Los espacios de encuentro y de reflexión.
 - La creación de redes de diálogo y de gestión cultural de la música rock.

- Los medios de difusión del rock.
- La gestión de la cultura y el rock.
- El periodismo, cultura y música en México.

La agenda para el segundo seminario es sobre el cambio en las estéticas y las culturas del rock, marcando el fenómeno con la imagen que lleva el título del evento, los siglos del rock. En el caso de lo que sucedido en el siglo XX se proponen las siguientes preguntas:

- ¿Cómo fue el siglo XX desde el rock?
- ¿Cuándo comenzó el siglo XX desde la música rock?
- ¿Cuándo concluyó? ¿Concluyó?
- ¿En qué momento y cómo se construyó la cultura del rock?
- ¿Cómo ha organizado los afectos y los rituales cotidianos?
- ¿Cómo fue el pensamiento del rock a lo largo del siglo?
- ¿Cambió la forma de pensar y de sentir de las personas?
- ¿Cómo hubiera sido el siglo XX sin el rock?
- ¿Qué papel ha tenido en la construcción de subjetividades, identidades, movimientos culturales?
- ¿Cómo ha sido parte de la organización de las interacciones sociales y afectivas?
- ¿Qué espacios de encuentro, de interacción y creatividad ha creado a lo largo del siglo XX?

Dado que el cambio se ha presentado entre el rock genético y lo que vino después, el caso del siglo XXI es extremo, de ahí otra serie de preguntas:

- Lo producido de música rock durante los primeros años del siglo XXI ¿tiene algo que decirle al nuevo siglo para comenzar a pensarse a sí mismo?
- ¿Hay un post-rock? ¿Es otra cosa a lo que hemos conocido como rock?
- ¿Hay un panorama de un rock del siglo XXI?
- ¿Cómo interviene la industria musical, la tecnología digital y las nuevas audiencias para la creación y

consumo de nuevas tendencias de la música rock?

- ¿Son distintos los públicos de música del rock que están creciendo a partir del siglo XXI?

El seminario avanza en densidad y claridad, al tiempo que va conformándose un grupo, una red, de estudios sobre el rock con connotaciones directas a la agenda propuesta. Para el tercer seminario en el año 2017 la propuesta tiene un perfil de llegada, después de los eventos del 2015 y del 2016. El apunte general de entonces es el siguiente:

1) Eje Temático 1. Cultura y Conocimiento. Después de los estudios culturales de la música rock. Acercamientos teóricos y reflexivos alrededor de la manera cómo desde diferentes enfoques de la cultura se ha estudiado a la música rock: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Sociología Cultural, Etnomusicología Cultural, Estudios Culturales, Estudios de la Comunicación, etc.

2) Eje Temático 2. Cultura y Comunicación. Después del rock. Estudios, reflexiones y reportes de investigación sobre las condiciones actuales del rock a partir de sus diversas transformaciones que se han dado a lo largo de su historia que permitan entender sus manifestaciones actuales como parte de la cultura contemporánea: Retromanía, Post-Rock, Modernidad Líquida y el cambio de paradigma de la Cultura, Estudios Visuales de la Música, Música y la Cultura Moderna del Pop.

3) Eje Temático 3. Historia y Cultura. Después de la cultura y de la música de rock en México. Estudios, reflexiones, reportes de investigación, acercamientos al vínculo de las transformaciones de la cultura en el país con la música de rock, principalmente en los diversos territorios y ciudades del país: Historia Cultural del Rock en México, Historias Regionales del Rock en el País, Historia de la Cultura Contemporánea en el País, Música de Rock y la Vida Cotidiana.

4) Eje Temático 4. Comunicación y Cultura. Después de la industria cultural, los medios de comunicación y los

públicos del rock. Estudios, acercamiento y propuestas de reflexión sobre la relación de las industrias culturales y los medios de comunicación en la conformación y desarrollo de las culturas del rock, sus audiencias y la conformación de identidades culturales. Sociología del Rock; Culturas, Subculturas y Post Subculturas del Rock; los Públicos del Rock; Estudios Culturales de los Fans; Consumos Mediáticos de Música de los Nativos Digitales y los Millennials; Medios de Comunicación y la Mediatización Cultural de la Música de Rock; Transmedia, Cultura Digital y Música Juvenil; Movimientos Sociales y la Música de Rock, Sociología de los Músicos de Rock.

El seminario tercero tiene el título general de “Después de las Culturas del Rock”. La agenda es ya claramente de Estudios Culturales. Las temáticas propuestas son producto de la dinámica de los dos seminarios anteriores, tanto en su versión en coloquio en la ciudad de León, la Universidad Iberoamericana, como en su versión en línea a través de una página en Facebook. El proyecto cumplió su ciclo y concluyó en lo que pretendía, establecer una agenda para un programa de Estudios Culturales del Rock desde México.

Ingeniería en Comunicación Social y Comuniconomía del rock en México

7. Relación entre el programa de trabajo GICOM Música y la línea de trabajo sobre el Rock

Del perfil general inicial del proyecto de Ingeniería en Comunicación Social de la Música, el rock entra en las cinco guías programáticas iniciales:

1) **Primero.** La industria cultural de la música. El Rock es una enorme configuración de la Industria musical, su crecimiento y difusión se debe en buena medida, y en forma genética a este fenómeno. La presencia del rock sería impensable sin la fuerza que la mercadotecnia le ha invertido. Es uno de los

corazones de la cultura pop industrial contemporánea, junto con el cine, la televisión, los comics.

2) **Segundo.** La cultura popular y tradicional de la música. En la propuesta original sobre este punto se consideraba a la cultura popular de la música como algo separado de la cultura pop industrial. En el caso del rock el asunto es complicado. Justo en uno de los seminarios del proyecto sobre The Beatles unos investigadores de la Universidad de Málaga en España presentaron una ponencia en donde demostraban hasta qué punto la balada rock está configurada en la forma del rondó medieval. Es decir, el rock debe en buena parte su éxito a las raíces musicales populares tradicionales en las cuales está montado, tanto en su forma, contenido, y efecto emocional. Es en este sentido un fenómeno impresionante, por una parte se integra en la matriz profunda de la cultura musical occidental, y por otra parte es un fenómeno emergente de producción industrial masiva.

3) **Tercero.** La música en un sentido cognitivo y de desarrollo bio-psico-social. En este punto el rock se asocia con otros géneros y fenómenos musicales contemporáneos, tradicionales e históricos. El fenómeno musical, la importancia de la canción en la vida social, es algo que tiene su configuración básica en fundamentos de la vida humana en su estructura biológica, emocional, cultural, más allá de lo sólo musical. El rock se constituye de lo mismo que todo el fenómeno musical, algo que articula lo físico, con lo químico, lo biológico, lo psicológico social y lo cultural.

4) **Cuarto.** La música como gramática, género, estructura lógica. En la alusión en el punto dos sobre la figura del rondó como antecedente estructural gramatical musical del pop contemporáneo, se establece una ruta de trabajo sobre la configuración musical del rock en ese sentido, sólo como gramática, como matriz de formas armónicas, como figuras de arreglos y composición estrictamente musical, lógica. El rock tiene reglas formales de las cuales derivan todas las canciones y rolas producidas en el tiempo.

5) **Quinto.** La música como pedagogía, terapia, comunimétodo. Aquí aparece una dimensión de la Ingeniería en Comunicación Social por sistematizar. El rock también es una pedagogía social y una terapia. Las canciones nos educan en nuestras formas sentimentales, las cuales tienen efecto en nuestras relaciones sociales, y por otra parte se le puede utilizar como un vector de reestructuración psicológico social en un plano individual, grupal y colectivo. Esta es la guía programática que marca al rock como una tecnología en comunicación social que nos ha hecho cosas, de la cual podemos aprender para hacer las mismas cosas de igual o mejor manera, y hacer otras.

8. Ingeniería en Comunicación Social del Rock en México y el GICOM

En el proyecto GICOM General se trata de que todas las líneas de trabajo se vayan relacionando en el tiempo, retroalimentándose, reforzándose, promoviéndose. Es decir, los proyectos de investigación en una línea tienen su peculiaridad, su perspectiva particular enfocada en casos concretos, y al mismo tiempo trabajan para construir modelos de operación social de un orden sobre lo particular, a lo que llamamos Comuniconomía. Los proyectos particulares resuelven sus propios asuntos y al mismo tiempo reciben alimentación de otros proyectos, algunos muy distantes en apariencia, que siempre tienen algo que aportar en un sentido analítico o metodológico. En ese mismo movimiento cada proyecto específico en su movimiento único y dirección propia también se configura como un beneficio para otros proyectos en tanto construye modelos de operación social que van más allá de lo particular y aprenden y comparten su experiencia analítica y metodológica. De los proyectos de las veintidós líneas de trabajo GICOM hay mucho que ha beneficiado a los proyectos GICOM Música, enumerar el asunto sería motivo de un texto largo y sustancioso, aquí

sólo se mencionará lo que está sucediendo en este momento con los quince proyectos GICOM Música y las posibles articulaciones entre sí:

1) Cartografía y Etnografía de la situación musical en la Ciudad de México, San Luis Potosí y Tijuana. Este es un programa de trabajo estratégico general. Para cualquiera de los proyectos específicos GICOM el primer movimiento metodológico conveniente es la etnografía situacional del ámbito particular de acción de la Ingeniería en Comunicación Social. La fórmula general es qué actor hace qué acción en cuál lugar, en qué momento, con qué duración y con qué sentido y objetivo. En un principio el trabajo etnográfico sobre la vida musical urbana se ha desarrollado con mayor intensidad en tres ciudades, el aprendizaje influye en forma directa en el GICOM Rock, la vida musical urbana en general es el contexto en cual se ubica el fenómeno y la situación de la vida musical asociada al rock.

2) El Jazz nos hace mejores personas. Este es un proyecto que se ha desarrollado en forma completa en la Ciudad de México, pero también en León, Colima, Guadalajara, Monterrey, Hermosillo, Tijuana, San Luis Potosí, Pachuca, Oaxaca, San Miguel de Allende, Querétaro, Zacatecas, Torreón, Puebla, Toluca. Es decir, este es un proyecto nacional con la aplicación completa de la metodología sintetizada hasta hora en el GICOM. En todas esas ciudades uno de los referentes del contexto cultural musical ha sido el rock. Los músicos, los lugares, los conciertos, los empresarios, los festivales, la industria musical, todo esto está asociado al rock en más de un sentido.

3) El Rock indígena en el Estado de México. Un proyecto que tiene el perfil de observación de un fenómeno emergente, el rock como forma de música popular entre comunidades indígenas en la región del Estado de México alrededor de la ciudad de Toluca. El referente rockero es directo, el rock colonizando a través de los jóvenes a la vida cultural tradicional y moderna de las comunidades indígenas, en sus

ritos, fiestas, celebraciones.

4) Los Beatles y los fans en León. Aquí también el referente rockero es directo, la pregunta por el efecto del fenómeno Beatle en la vida los habitantes de la ciudad de León. Este proyecto tiene extensiones a otras ciudades en México, también en el extranjero. Es un proyecto en curso con muchos asociados.

5) Estéticas y Culturas del Rock. Este es el proyecto que se presentó con cierto detalle en una parte anterior de este texto, es el corazón del GICOM Rock, todos los proyectos particulares asociados al rock están vinculados de alguna manera a lo que ha sucedido en este proyecto maestro.

6) Historia de la música como fenómeno socio-cultural. Aquí el rock tiene un protagonismo cuando de la música contemporánea se trata, de los años cincuenta para acá, con diversas intensidades generacionales y regionales. El rock es uno de los objetos de estudio importantes en comparación y contraste con otras formas musicales vivas en México.

7) Gestión Sociocultural a través del son en Puebla, Oaxaca, Veracruz y Mérida. El proyecto del son es poco rockero, pero aprende de todas las indagaciones sobre el rock del espacio GICOM, y a su vez muestra al rock lo que se puede hacer con la música en la dimensión de la gestión socio cultural.

8) La Música en su dimensión física, química, biológica y socio-cultural. Este es un proyecto general básico del GICOM Música, las preguntas sobre el rock han alimentado con intensidad su plataforma de indagación, y a su vez sus logros y avances iluminan sendas del rock que están más allá de lo sólo musical en un sentido de entretenimiento elemental.

9) La Trova en la Ciudad de Querétaro. Para desarrollar este proyecto el ámbito de la vida y la cultura musical es el referente primario, ahí entran los jóvenes, los hábitos de consumo musical, los lugares, la vida en vivo y grabada de la música. El rock aparece en ese entorno como referente, y lo marca en más de un sentido, por ejemplo en la figura del canto nuevo o el rock rupestre.

10) Música étnica en un contexto de desarrollo urbano y regional. Aquí el contraste de lo urbano y lo rural, de lo regional y lo étnico, en el estado de Sonora, muestra lo que la música popular en un sentido tradicional contrasta con la música pop en un sentido urbano. El proyecto adquiere otra presencia en el contexto de estos contrastes y comparaciones, el rock es uno de los elementos que alimentan esta visión general sobre la tradición y lo emergente en la música en el México contemporáneo.

11) La Industria Cultural de la Música en Colombia. Aquí aparece el rock como uno de los elementos componentes del proyecto, como en el caso de México, con el cual se compara y complementa. El rock ocupa un lugar central en la historia de industria cultural de la música en América Latina.

12) Gentrificación y música en la Ciudad de México. El rock callejero es parte de este proyecto de investigación, CDMX es un ámbito musical urbano complejo y diverso. La connotación de música viva adquiere aquí otro registro para la vida musical urbana actual.

13) Gestión y organización de eventos musicales. En este proyecto ha sido el jazz el que ha ocupado el centro de la atención, en las ciudades de Colima, León, Pachuca, San Luis Potosí, Querétaro, y México. El rock aparece como uno de los géneros musicales que se fusiona con el jazz en la agenda musical de este tipo de eventos. Por otra parte el modelo de operación de los eventos, tales como conciertos, muestras, festivales, es útil como referente de planeación, organización y producción de eventos similares para el ámbito del rock.

14) Gestión y organización de talleres de percusión y desarrollo cognitivo. Este proyecto se ha desarrollado básicamente en las ciudades de Puebla y Tlaxcala, el referente es la música afro-antillana y su efecto en la música mexicana. El rock no aparece en un principio como algo protagónico, el punto es que el rock también está construido a partir del ritmo y la percusión, todo lo que este proyecto

indaga incumbe en forma directa a los proyectos sobre el rock. Es importante resaltar el vector constructivo de lo psicológico social en la música, que en el caso del rock es un camino por el que aún tenemos mucho por andar.

15) Gestión y organización de la enseñanza de la música por internet. El proyecto está desarrollado desde la ciudad de Zacatecas, es una apuesta técnica sobre cómo enseñar trompeta por internet. El modelo de operación en curso de formalización impacta a todo tipo de enseñanza de la música, incluido por su puesto el rock.

9. Comuniconomía del Rock en México

El concepto elemental de Comuniconomía es el proceso conceptual-metodológico de normas para construir modelos de operación en comunicación social generales, a partir de modelos de operación en comunicación social particulares de casos concretos. Esto quiere decir que trabajando en proyectos de Ingeniería en Comunicación Social, además de intervenir, acompañar o empoderar al tejido social bajo acción técnica, se elaboran modelos de operación a partir de lo observado y lo experimentado. Un modelo de operación en comunicación social particular es el que deriva del trabajo de modelización de diversos casos concretos similares, es una configuración abstracta de problemas y soluciones particulares en una forma más general. Todas las líneas de trabajo del GICOM construyen estos modelos de operación particulares, en un orden de lo general sobre lo particular, y de un orden más general sobre lo general de lo particular. Entre todas las líneas y todos los proyectos particulares se van elaborando estos modelos que van desde lo concreto hasta lo abstracto, con una cualidad, siempre armados con elementos de lo concreto. Por ejemplo, en el caso del GICOM Familia tenemos modelos de operación sobre familias en la Ciudad de México y en Tijuana, son modelos sobre relaciones de pareja, sobre relaciones padres hijos, sobre relaciones entre grupos

familiares. En todo este grupo de proyectos particulares se van generando modelos de diagnóstico y síntesis de soluciones en diversos ámbitos de la vida familiar, hasta generar un modelo general de la vida familiar. Entre unos y otros hay diversos niveles de modelización hasta llegar a uno general debajo del cual hay diversos modelos de un orden menor hasta llegar al modelo emergente de un caso particular empírico.

Los modelos de Comuniconomía de las diversas líneas se asocian y se enriquecen entre sí. En esta matriz de relaciones está ubicado el GICOM Música, y en particular el GICOM Rock. Como puede apreciarse los diversos proyectos sobre el rock permiten diversos cursos de modelización de la vida social del rock. Pongamos como ejemplo al jazz, que es un programa de trabajo con varios años de experiencia, y comparemos su propuesta con una hipótesis de Comuniconomía general del Rock.

A continuación la presentación de los articuladores centrales generales de una Comuniconomía de la escena del jazz en la Ciudad de México, que han sido identificados a partir de quince años de observación y acción en la escena del 2002 al 2018. Estos nueve articuladores operan como elementos de diagnóstico y síntesis de intervención, acompañamiento y empoderamiento de cualquier escena de jazz en el país. Es decir, por ejemplo, para que haya escena de jazz en una ciudad se necesitan por los menos los tres primeros articuladores, si no es así no hay escena de jazz, sólo algo de afición, públicos, consumidores, fans:

- 1) **Antro.** Lugar de consumo y música. Un lugar en donde en forma habitual público y músicos se encuentren por la mediación de un empresario.
- 2) **Jam.** Encuentro musical, lugar de socialización de la comunidad. Momento de la noche en que la comunidad de músicos y público se encuentran para ritualizar la escena, induciendo nuevos miembros y confirmando los parámetros musicales y situacionales de lo que es el jazz.
- 3) **Festival.** Macro articulador. Momento del año en que

diversos proyectos son escenificados ante diversos públicos, en espacios diversos al antro, con la participación de distintos patrocinadores, la mediación de diversos tipos de empresarios, y la colaboración de diversos tipos de mediadores.

4) **Medios de difusión masiva y medios sociales.** Presencia en Radio, televisión, prensa e internet, de música, músicos, público y crítica.

5) **Escenarios alternos al antro. Espacio público y espacio privado.** Las grabaciones, el stream. Escenificación del jazz en diversos escenarios públicos y privados, incluyendo las grabaciones, la radiodifusión y el stream en internet.

6) **Enseñanza formal pública y privada. Educación superior.** Se necesitan músicos para que haya escena musical, su formación es elemental para que haya jazz. La educación superior especializada y calificada es emergente en el siglo veintiuno.

7) **Enseñanza informal pública y privada. Cursos, clases particulares, master class.** Es la educación tradicional fuera del ámbito de la vida escolar, corresponde a tradiciones orales, algunas muy antiguas.

8) **Configuración de ensambles y proyectos.** El jazz es una actividad grupal, la formación de grupos y proyectos es el corazón de su creación, producción y reproducción. Formar un grupo y formar un proyecto tiene su propio perfil de operación y éxito.

9) **Ecología Socio-Cultural del Jazz.** La cultura del jazz se asocia o no con la cultura popular y pop mexicana de cada ciudad, unas ciudades están más abiertas, otras están más cerradas.

No existe un trabajo similar al de la escena del jazz en el caso del rock por parte del GICOM hasta ahora, en este contexto se puede adelantar una hipótesis con el cuerpo de articuladores básicos del jazz, aplicándolos a la escena del rock mexicano:

1) **Antro.** Lugar de consumo y música. Para que haya escena del rock se necesitan músicos que toquen en un lugar, un

público que acuda a ese lugar, y un empresario que gestione esa posibilidad. Si no hay estos lugares no hay rock en escena, sólo industria musical grabada.

2) **Jam.** Encuentro musical, lugar de socialización. Los músicos de rock necesitan relacionarse entre sí como comunidad. Si no tienen espacios para hacerlo son sólo individuos o grupos aislados. Si esa socialización no la comparten con el público, sólo son trabajadores mal pagados de una industria musical a la que en principio sólo le interesa el dinero.

3) **Festival.** Macro articulador. Es importante que los grupos y los proyectos se encuentren con músicos y proyectos de otras generaciones, de otras regiones, de otros países. Que el público los conozca en vivo, que exista una comunidad de músicos y públicos mediada por una empresa del rock que promueva la cultura del rock como cultura viva y forma de ser y estar, no sólo consumo y maquila de mercancías.

4) **Medios de difusión masiva y medios sociales.** Los medios masivos tradicionales son claves para el desarrollo de la cultura del rock, tanto en un sentido nacional e internacional como regional y local. Las instituciones sociales son actores claves para la articulación música rock-mundo social, las iglesias, los sindicatos, las asociaciones, la administración pública, las escuelas. Internet y sus redes sociales es un importante metabolizador emergente de la vida social cultural del rock o de sólo su vida mercadotécnica.

5) **Escenarios alternos al antro.** Espacio público y espacio privado. Las grabaciones, el stream. El rock tiene una vida social cultural que no solo se reduce a la sala de concierto, el estadio o el antro, todo espacio social institucional es susceptible de ser ocupado por el rock como situación, cultural, estética. La dimensión digital de la escena es algo que empezamos a identificar como una tendencia que se fortalece con el tiempo

6) **Enseñanza formal pública y privada. Educación superior.** El rock necesita reproducirse en la forma de músicos tocando, aprendiendo, enseñando. No hay escuelas de rock a nivel

formal con el status de la gran política pública o necesidad social cultural evidente y general, se sostienen por la afición pop sin status formal oficial de excelencia.

7) **Enseñanza informal pública y privada. Cursos, clases particulares, master class.** Esta es la formación tradicional operante del rock. En este punto las grabaciones son centrales. El rock es una forma musical que le debe todo a la industria musical de la música grabada, aun así su matriz está en la música en vivo que es la urdimbre fundamental de la vida musical aun ahora en el inicio de la era digital.

8) **Configuración de ensambles y proyectos.** Los músicos son los que constituyen el corazón de la escena del rock, si no hay proyectos, si no hay grupos, no hay escena. Este perfil tiene su propio modelo de operación, que es diverso y depende de distintos nichos de enacción.

9) **Ecología Socio-Cultural.** El rock está asociado con la música popular y el pop a través de la balada y la canción en español. Su modelo de operación social cultural general depende de este sustrato para mantener su presencia y su reproducción. El otro ámbito de la vida del rock es sólo mercadotécnica, la industria musical del rock grabado nacional e internacional.

Apunte Final

El programa general del GICOM está configurado en la figura del colectivo social, no es institucional, legal, corporativo. En este sentido depende sobre todo de la voluntad de asociación, creación y colaboración de sus participantes. Existe un núcleo central está constituido por quince ingenieros en comunicación social, un grupo formado en los últimos diez años. El GICOM Música es un grupo emergente dentro de la totalidad de los colectivos que conforman al GICOM General de las veintidós líneas. Los quince proyectos actuales del GICOM Música están en diversos momentos de desarrollo y articulación entre ellos, el programa sobre el rock es uno de

los fuertes, de los que más participantes agrupa. El horizonte de su desarrollo futuro depende de la energía y entusiasmo que esos participantes aporten, como todo lo que se hace en GICOM. Parece que en este momento hay un buen margen de prospectiva de trabajo a mediano plazo.

La matriz básica del GICOM Rock es la red que se ha ido formando alrededor del proyecto sobre Estéticas y Culturas del rock. Es posible que este impulso sea suficiente para mantener por unos años el entusiasmo y el desarrollo de tareas y eventos. Dentro de la metodología GICOM lo que sigue es la institucionalización y el cambio. Por una parte la búsqueda de que el proyecto tenga un asiento en alguna institución, de preferencia académica, una universidad, un instituto de investigaciones, en ese momento el asunto pasa a otro régimen de organización y acción. Esto puede o no ocurrir en los próximos años. Por otra parte está el cambio, los proyectos abiertos se mueven, aprenden, mutan, se reorganizan, así que de estos asuntos iniciales sobre el rock el futuro puede traernos sorpresas de diverso tipo. Es probable que los dos escenarios sucedan.

Los diversos modelos de operación articulación están en proceso, la Comuniconomía del rock en México se podrá sistematizar en un primer cierre de ciclo en un plazo cercano. Eso dejará constancia del trabajo y permitirá el aprovechamiento de herramientas constructivas útiles en diversos aspectos, los que aquí se han mencionado sobre los quince proyectos, en particular el de Estéticas y Culturas del rock. El tema metodológico y el compromiso básico del GICOM queda de esta manera casi garantizado. Otro asunto es la veta académica sobre los Estudios Culturales y otras perspectivas interdisciplinarias, multidisciplinarias y transdisciplinarias sobre la investigación sobre este fenómeno. Sobre eso también hay avance, pero eso dependerá más del proceso de institucionalización mencionado. Los textos, que en este momento siguen en producción, tienen un papel importante en este sentido.

La Ingeniería en Comunicación Social y el GICOM están trabajando sobre el rock en México y desde México. Queda mucho por hacer, en la medida que el proceso avanza van apareciendo más retos y preguntas, como suele pasar y es conveniente que pase. Quedan aquí unas notas sobre un apunte general en desarrollo después de unos pocos años de iniciar el programa.

Apunte Bibliográfico

- ABAD, Luis Ángel (2002) *Rock Contra Cultura*. Biblioteca Nueva, Madrid.
- AGUSTÍN, José (1972) *La Nueva Música Clásica*, Ediciones INJUVE, México.
- ALEXANDER, Jeffrey C. (2000) *Sociología cultural*, Anthropos-FLACSO, Barcelona.
- ALVARO, José Luis y Alicia Garrido (2003) *Psicología social. Perspectivas psicológicas y sociológicas*, McGraw-Hill, Madrid.
- ÁLVAREZ Bayona, Teresa (2014) *Aspectos Ergonómicos de las Vibraciones. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Gobierno de España*, Madrid.
- ALVIN, Juliette (1990) *Musicoterapia*. Paidós, Barcelona.
- ANDERSON, Nels (1981) *Sociología de la comunidad urbana*. Fondo de Cultura Económica, México.
- ANDRÉS, Ramón (2008) *El mundo en el oído. El nacimiento de la música en la cultura*. Acantilado, Barcelona.
- ANVERRE, Ari et al. (1982) *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica, México.
- ARANA, Federico (1985) *Guaraches de ante azul. Historia del rock mexicano* Tomo 1, 2, 3 y 4, Posada, México.

- ARGUELLO Gonzáles, Pablo Iván (2017) *Habitamos la ciudad por instantes. Músicos callejeros en un contexto de gentrificación. Apropiaciones y conflictos en los espacios públicos del Centro Histórico de la Ciudad de México*. Tesis maestría Antropología Social, CIESAS, México.
- ARIAS Olalde, Salvador (2008) *Percusiones Africanas del Oeste en occidente: Comunicación e Interculturalidad*. Tesis Licenciatura Comunicación, Universidad Iberoamericana Puebla. Puebla.
- BEAULIEU, John (1994) *Música, Sonido y Curación. Guía práctica de musicoterapia*. Editorial INDIGO, Barcelona.
- BELJON, J. J. (1993) *Gramática del arte*, Celeste, Madrid.
- BREA, José Luis (2008) *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Editorial CENDEAC, Murcia.
- BRITTO García, Luis (1990) *El imperio contracultural del rock a posmodernidad*. Editorial Nueva Sociedad, Caracas.
- BYRNE, David (2014) *Cómo funciona la Música*, Editorial Sexto Piso, Ciudad de México.
- CALABIA, Enrique, Santiago Cano, Lorenzo Rodríguez y Julián Ruiz (2008) *Historia del Rock and Roll*, El País. Madrid.
- CHASTANGER, Claude (2012) *De la cultura Rock*. Paidós Entornos, Buenos Aires.
- CLOUSER, Todd y Zazil Collins (editores) (2017) *Músicos en la Ciudad de México*. Edición bilingüe, Edición independiente, Ciudad de México
- CORTÉS, David y Alejandro González Castillo (coordinadores) (2012) *100 discos esenciales del Rock Mexicano. Antes de que nos olviden*. Grupo Editorial Tomo, México.
- CRONOPIO, Beto (2016) *Rock 101*. Edición independiente, Ciudad de México.

- DE LA PEZA, Carmen (2013) *El rock mexicano. Un espacio en disputa*. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México.
- DESPINS, Jean-Paul (1994) *La música y el cerebro*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- ESPAÑOL, Silvia (compiladora) (2014) *Psicología de la música y del desarrollo. Una exploración interdisciplinaria sobre la musicalidad humana*. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (1994) *Cultura mexicana en los ochenta, Apuntes de Metodología y Análisis*, Universidad de Colima, Colima.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (2011) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*, Homo Sapiens, Universidad Nacional del Rosario, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Rosario.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (2014) *Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un Programa General*, Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.
- GALINDO Cáceres, Jesús (2017) *El Jazz en la Ciudad de México. Apuntes desde la Ingeniería en Comunicación Social*. Universidad de los Hemisferios, Editorial Razón y Palabra, GICOM, Quito.
- GÓMEZ, Héctor (coordinador) (2016) *Estéticas del Rock*. Promoción de la Cultura y de la Educación Superior del Bajío A.C., Universidad Iberoamericana León, Instituto Cultural de León, Universidad del Centro de México, Universidad Iberoamericana Puebla, León.
- GÓMEZ, Héctor (coordinador) (2017) *Estéticas del Rock II. Los Siglos del Rock*. Promoción de la Cultura y de la Educación Superior del Bajío A.C., Universidad

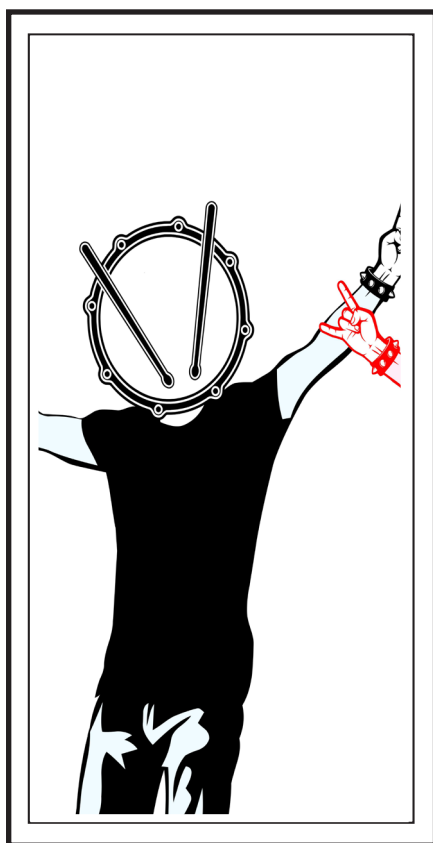
- Iberoamericana León, Instituto Cultural de León, Universidad del Centro de México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, León.
- GÓMEZ, Héctor (coordinador) (2018) *Estéticas del Rock III. Después de las Culturas del Rock*. Promoción de la Cultura y de la Educación Superior del Bajío A.C., Universidad Iberoamericana León, Instituto Cultural de León, Universidad del Centro de México, León.
- GONZÁLEZ Villegas, Rafael (2016) *60 años de rock mexicano*. Vol. I (1956-1979). Ediciones B, México.
- GONZÁLEZ Villegas, Rafael (2018) *60 años de rock mexicano*. Vol. II (1980-1989). Ediciones B, México.
- HEATH, Joseph y Andrew Potter (2005) *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*. Santillana Ediciones Generales, Bogotá.
- LEVITIN, Daniel J. (2014) *El Cerebro Musical. Seis canciones que explican la evolución humana*. RBA libros, Barcelona.
- LYNSKEY, Dorian (2011) *33 revoluciones por minuto. Historia de la canción protesta*. Ediciones Malpaso, Barcelona.
- MACÍAS, Norma y Diana Cardona (2007) *Comunicometodología*, UIC, México.
- MARCUS, Greil (2014) *La historia del rock and roll en 10 canciones*. Editorial Contra, Barcelona.
- MCDONALD, D. (1969) *La industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid.
- MEAD, George Herbert (1968) *Espíritu, persona y sociedad*, Paidós, Buenos Aires.
- MORENO Rivas, Yolanda (1979) *Historia de la música popular mexicana*. Alianza editorial y CNCA, México.
- MORRIS, Charles (1962) *Signos, lenguaje y conducta*, Losada, Buenos Aires.
- MUGGIATI, Roberto (1974) *Rock, el grito y el mito: la música pop como forma de comunicación y contracultura*, Siglo

- XXI editores, México.
- ORDINALS, Joan (1988) *Música Electrónica*. Questio, Montena Aula, Madrid.
- PANTOJA, Jorge (coordinador) (2013) *Rupestre, el libro*. Ediciones Imposible, México.
- REYNOLDS, Simon (2012) *Retromanía. La adicción del pop a su propio pasado*. Caja Negra Editora, Buenos Aires.
- REYNOLDS, Simon (2015) *Después del rock. Psicodelia, postpunk, electrónica y otras revoluciones inconclusas*, Caja Negra Editora, Buenos Aires.
- REYNOSO, Carlos (2007) *Antropología de la Música. De los Géneros tribales a la globalización. Volumen 1. Teorías de la Simplicidad*. Editorial SB, Buenos Aires.
- REYNOSO, Carlos (2007) *Antropología de la Música. De los Géneros tribales a la globalización. Volumen 2. Teorías de la Complejidad*. Editorial SB, Buenos Aires.
- RIVERA Magos, Sergio (2015) *Consumos y usos sociales juveniles de música en la era digital: los jóvenes consumidores de música de la Zona Metropolitana de Querétaro*. Tesis doctorado Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamentos de Ciencias de la Comunicación 1, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.
- SERNA, Justo y Alejandro Lillo (2014) *Young Americans. Las culturas del rock 1951-1965*. Punto de vista Editores, Silex Ediciones, Madrid.
- SHAPIRO, Peter (2014) *La historia secreta del Disco. Sexualidad e integración racial en la pista de baile*. Caja Negra, Buenos Aires.
- STANLEY, Bob (2015) *Yeah! Yeah! Yeah! La historia del pop moderno*. Turner Noema, Madrid.
- VAZQUEZ, Roberto (2000) *Rock Progresivo*. Editorial Rock y Letras, México.
- WILSON, Carl (2016) *Música de mierda. Un ensayo*

*romántico sobre el buen gusto, el clasisismo y los prejuicios
en el pop.* Blackie Books, Barcelona.

CAPÍTULO DOS

Jesús Galindo



LA REBELDÍA JUVENIL Y LA ESTABILIDAD DEL MERCADO. La Ingeniería en Comunicación Social del Rock en el siglo XX Mexicano.

Jesús Galindo Cáceres

I. Historia del rock en el siglo XX en México

Hay un siglo XX que inicia en los cincuenta, hay un siglo XIX que termina en los veinte. Hay un siglo XXI que inicia en los noventa. ¿Cuál es el siglo XX del rock? Si miramos los criterios históricos, el siglo XIX termina con el inicio de la primera guerra mundial, y el XX termina con el fin de la guerra fría de la postguerra, con la caída del muro de Berlín, al final de la década de los ochenta. Quizás otros criterios le den importancia a las fases del desarrollo de la ecología social del mercado, el siglo XX inicia con la crisis de Wall Street del 1929, y termina con la crisis inmobiliaria del 2008. Habrá otros criterios sugerentes y que llamen a la reflexión. Uno de ellos es el rock, algo inicia en los años cincuenta y ese algo continúa hasta la fecha, la aparición de la cultura juvenil y la contracultura como cultura de masas. Quizás asociado al fin de la segunda guerra mundial, quizás impulsado por la cultura como mercancía en gran escala y la industria cultural como la gran industria contemporánea. Mucho por pensar y ordenar.

El rock es una forma cultural de la post-guerra, es urbano, es un enredo de tradiciones y rupturas. La matriz socio-cultural en la cual emerge el rock no es clara del todo, es una combinación de diversas variables y contextos. Es fascinante percibir su genética como un fenómeno complejo que se enactiva con la participación de una multitud de circunstancias, todo lo conectado entre los años cuarenta y los cincuenta está detrás de la aparición del rock. Es decir, podría afirmarse que fue necesaria una guerra mundial para que se relacionaran todos los elementos necesarios para su aparición, un movimiento, un remolino que juntó

en forma suave y violenta lo antes separado, y de ahí la creación histórica. Otra visión es necesaria para percibir al rock como fenómeno social, la difusión. El caldo en el cual se cultiva la sopa cultural que lo gestiona como forma cultural socio-musical es uno, el que permite que se vuelva un fenómeno universal es otro, y para ello fue necesaria la operación de nuestra tecnología social más poderosa para difundir sistemas de información en el siglo XX, los medios de difusión masiva.

Es clave para el rock la música electrónica, la guitarra eléctrica. Pero también la lírica, una poética de lo cotidiano fraseada en trozos, a gritos, en balbuceos, en susurros. Una cualidad básica del rock sería su expresión a través de la guitarra eléctrica, la electricidad es clave, la cultura de la electricidad es también el nicho en el que emerge esta forma musical. Y después están los maridajes de todo tipo, que se desarrollan desde raíces múltiples en la tradición de la cultura oral y la música acústica, entre esclavos, el mundo rural, una Europa Medieval y una América industrial. La música rock es el tejido de muchos estambres musicales, y su lírica también. Leer y escuchar con calma la palabra del rock es fascinante. Su emocionalidad es sutil y bucólica en el country, feroz y ansiosa en el punk y el metal. En todos sus maridajes la voz que más lo identifica es la que combina la guitarra eléctrica y el grito, de ahí que quizás el metal sea lo más representativo del rock urbano e industrial, dentro de la gran familia especial de todas las voces y todas las presencias. El rock tiene diversas generaciones según se va configurando como fenómeno social universal. La de los 50s, la de los 60s, la de los 70s, la de los 80s, la de los 90s. Cinco generaciones por décadas, quizás tres en un sentido más amplio, la de los cincuenta, las de los sesenta y setenta, y la de los ochenta y los noventa. Han pasado ya sesenta años desde su surgimiento en la década de los cincuenta, durante este tiempo el mundo ha sufrido una multitud de ajustes y cambios, mientras el rock devenía en su trayectoria atravesando todas esas circunstancias. Este es el punto, desde cierta visión el rock tiene una connotación de ruptura, de cambio, pero después

su connotación es más bien de status quo, de matriz que mantiene unido lo que está siendo afectado por una diversidad de fuerzas desestructurantes. Esa es la gran paradoja de la cultura rock, emerge como novedad y diferencia, separando el tiempo anterior del actual, y después es la gran colcha que acoge a los diversos y los desamparados bajo un mismo posible sentido de la vida. La industria cultural y el consumo son la trama de esta urdimbre.

Por otra parte en este contexto México está viviendo su versión local de todos estos fenómenos globales occidentales. El país durante esos cincuenta años del siglo XX está complejizándose en su configuración de generaciones y regiones. El país es diversos países, y la vivencia y experiencia del fenómeno del rock se vive en forma diferenciada y diversa. El rock es algo que viene de afuera, incluso en el caso de Tijuana, que está experimentando la difusión del fenómeno en la costa oeste de los Estados Unidos de América en una forma distinta al resto del país, de forma más abierta por su propia matriz social, pero también en forma focalizada, que no toda la juventud tijuanense fue afectada en forma homogénea. Con la necesidad de analizar en detalle esta configuración, es claro que el rock llega a México desde afuera y toca primero las partes más sensibles y conectadas con el exterior, la mayor parte del país en los años cincuenta está aún cerrada y lejos del exterior, salvo de las migraciones laborales a EE. UU., que también son una polea de difusión del fenómeno.

Además está el asunto de las ciudades. México transita en los años sesenta a un país urbano, en los cincuenta aún es rural, y durante los sesenta y los setenta es aún un país de contexto rural. Será propiamente urbano hasta los ochenta. La ecología del rock mexicano inicia en los sesenta mediante la industria cultural y el público juvenil urbano conectado a la lógica de la moda y la cultura juvenil emergente, con un acento rockero. Pero será hasta los ochenta y los noventa cuando se convierta en un fenómeno nacional. El rock es urbano, necesita de la configuración urbana articulada a los medios de difusión para expandirse y mantenerse bajo

la lógica del mercado. Nunca llega a colonizar del todo a la vida nacional, pero su presencia viene de menos a más, salvo el bache de los años setenta en que se mueve en forma casi clandestina por política pública.

La industria cultural mexicana de la música es más o menos una entre los años cincuenta y los setenta. En los ochenta aparece internet, y todo cambia. Se podrían señalar dos grandes momentos para el rock como fenómeno industrial y social, internet es la frontera, asociada también a la figura del mercado y el tratado de libre comercio. El rock antes de internet sólo tiene difusión masiva y penetración en ese sentido mediante la radio y la televisión, un poco el cine. El disco va asociado a la radiodifusión. El material musical y lírico en ese tiempo, de principios de los sesenta a mediados de los ochenta, llega en forma muy limitada al consumidor juvenil, que en principio está sujeto a la puesta en forma de la música pop industrial, o la forma de la música tradicional con connotaciones familiares, religiosas y locales. El rock en esta primera época es el rock que la empresa de medios permite, bajo sus controles y censuras. Después de internet y el libre comercio todo cambia, el acceso a la música es universal, la cultura rock recibe el gran impulso de difusión tecnológica que la radiodifusión nunca le dio. Otro apunte se requiere sobre la piratería que el casete permite desde los años setenta.

La Ciudad de México es otra región, distinta al resto del país. En una cartografía de la vida del rock en México, la capital del país tendría una importancia central, como en muchas otras cosas. La historia del rock en la Ciudad de México cubriría un porcentaje mayoritario de la historia total del rock a nivel nacional. Quedarían como un segundo referente las ciudades fronterizas con Estados Unidos, las ciudades turísticas, y las grandes ciudades, como Guadalajara y Monterrey. En el resto del país tiene una presencia casi marginal. Esta cartografía muestra también la forma en que la nueva cultura se difunde y penetra en territorios en México. El caso de Internet, que desmonta el sentido de lo nacional y lo regional requiere un estudio aparte.

Está el tema de las clases sociales mexicanas. El rock es uno para las clases altas, y otro para las clases populares. Este es un fenómeno que se presta para estudios comparativos por región e internacionales. El acceso de los jóvenes de clases medias y altas al rock es superior durante décadas, hasta que la penetración de internet lleva la música a todas partes casi en forma gratuita. Así que hay una historia del rock mexicano en su dimensión de audiencias y públicos que tiene una connotación de clase alta. Por otra parte está el fenómeno del rock en los sectores populares urbanos. El rock no fue popular en principio, y salvo en su dimensión pop de industria cultural, sigue sin serlo. Pero algo sucede a partir de los setenta, con referencia al festival Avándaro y la represión, que fomenta y promueve al rock como una cultura contestataria juvenil, que se ve reforzada por la mercadotecnia que opera en estos nichos. Algo similar sucede en muchas partes del mundo, lo que permite también en este sentido un estudio comparativo global.

El festival de rock Avándaro en 1971 marca a la historia del rock en México, los setenta son una época que connota al rock como alternativo, popular, anti sistema. Y por otra parte la industria cultural toma velocidad y en los ochenta se expande. No hay información suficiente para afirmar si este hecho afectó a todo el territorio nacional, el rock ya era y es perseguido por connotaciones antisistema y anti moral convencional. El punto quizás radica en que afectó a la radiodifusión comercial, que por política pública sacó al rock de sus transmisiones. La referencia al movimiento estudiantil del sesenta y ocho es inmediata. Un régimen que se había movido poco y con éxito, no tiene forma sutil de enfrentar a una protesta con connotaciones novedosas juveniles. Aún no tiene esa competencia, como lo muestra el #Yosoy132, pero aprende. En los setenta el rock sufrió de censura y autocensura después del 68 y el 71, lo que muestra a una sociedad en la que el rock es incómodo, lo cual es muy buena noticia para el fenómeno rock social-cultural y para la mercadotecnia que lo acompaña.

El rock en tu idioma es un fenómeno clave para la difusión

de la cultura rock en el país. La lírica en español está en el corazón de la Ingeniería Social de la radiodifusión, México vive en el siglo XX una abundante presencia de lírica en español difundida a través de la radio y la televisión. Por otra parte nuestra cultura nacional no es cosmopolita, internet trae una nueva configuración en este sentido. Nuestro rock pop es en español, su primera fase, previa al 71 es básicamente pop, a través de covers de los éxitos en inglés. Será hasta los años ochenta cuando aparece el fenómeno de rock en tu idioma que el movimiento pop tenga su segundo aire. El rock mexicano es básicamente pop, la industria cultural es su diseñador, y lo ajusta según va encontrando nichos y oportunidades de mercado. En este punto hay que señalar que la popularidad del rock está configurada por el mercado. Las relaciones entre la cultura popular juvenil y la cultura popular industrial son uno de los asuntos más sugerentes y atractivos sobre estos temas.

Existen grupos emblemáticos de rock mexicano por décadas. La industria cultural y la cultura pop tienen una relación muy orgánica. Los cantantes de moda marcan la pauta, los grupos son más bien escasos, en el sentido de grandes éxitos comerciales. A lo largo de la historia del rock mexicano hay dos o tres bandas que han cubierto las necesidades básicas de la industria cultural tanto para el mercado nacional como para el internacional. Café Tacuba, Maldita Vecindad, y Maná, son el rostro visible y público del rock. Pero también está el otro rock, el menos conocido, el local, el sectario, que tiene su propia historia. Dos cursos de historia nacional del rock se encuentran, se maridan y se repugnan, el rock exitoso de la gran industria cultural, y el rock del nicho pequeño. La historia de la relación entre estas dos vertientes históricas está por escribirse.

II. ¿Existe cultura rock? O sólo tenemos cultura pop

La industria cultural de la música es la clave. Nada sería posible sobre estos temas y preguntas si el rock no se hubiera convertido en un gran negocio global. El punto de reflexión

de fondo es la relación entre el fenómeno social-cultural y el fenómeno económico. El rock fue negocio porque había un movimiento social que permitía percibir lo que sucedía como una oportunidad de hacer dinero. Y por otra parte el negocio construyó audiencias, públicos, consumidores. Aquí aparece algo de la paradoja de la gallina y el huevo. No hay industria sin fans, y los fans existen en buena parte por el efecto de la industria. Así que estamos ante un peculiar fenómeno de la cultura contemporánea.

En los setenta, con la marca de la huella del libro de Umberto Eco, Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas, y todo lo que sobre el asunto se dijo y escribió antes y después del libro, en ese contexto, aparece la idea sobre el lomo salvaje de la discusión entre antropólogos tradicionales y nuevos antropólogos, de que una cosa es la cultura pop y otra cosa es la cultura popular. La cultura pop es la producida por los medios de difusión masiva, la cultura popular es la sedimentada en territorio a través de cientos o miles de años. El tiempo de su cocción parece ser la clave, además de otras consideraciones más complicadas y complejas. La cultura pop es emergente, de cocción rápida, y en muchos sentidos de consumo rápido y olvido rápido. La cultura popular es tradicional, ancestral, de cocción muy lenta, y no es consumida en sentido estricto, es lo que está detrás de todo tipo de consumo posible, es matricial. La cultura pop es un objeto de consumo, la cultura popular es la matriz que sustenta ese consumo y todo el resto de la vida de los sectores populares. Hay otros considerandos en este discurso, como qué se entiende por popular, por cultura, y de ahí en adelante. Para este texto sería suficiente lo dicho hasta ahora, con algunos aspectos más, como que lo pop es transclasista y lo popular tiene una connotación de clase subalterna. El punto es que el rock nace como cultura pop, y poco a poco se va maridando con la cultura popular, hasta formar parte de ella, llegando a formatearla como matriz alerna. Es decir, en un primer momento aparecen elementos para calificar al rock como cultura pop, y como cultura popular. El tema de fondo regresa, ¿existe una cultura rock?

El consumo cultural y la moda son parte de la cultura juvenil de la segunda parte del siglo XX, nuestra época de referencia. Estamos en plena época de la postguerra, el tiempo libre se libera y se condensa en la cultura obrera y de los sectores populares urbanos en todas las ciudades de Occidente. La adolescencia tiene espacio y tiempo para cocinarse, la vida urbana saca a los jóvenes de los nichos familiares hacia encuentros confusos, intensos, tensos, en el espacio público. Este es un gran tema de contexto en el cual los jóvenes de la segunda parte del siglo XX conforman la masa consumista de la cultura rock. Nace la necesidad de ser joven, y el rock es el relleno para ello, pero no sólo es música, también es estética, forma de comportamiento. La industria cultural lo sabe y lo aprovecha, y las estrellas del rock juegan a escenificar la fantasía de los jóvenes comunes aún atrapados en un callejón que es estrecho, y que del lado final sólo se continúa con una vida adulta forzada y llena de obligaciones y responsabilidades. La cultura rock puebla de situaciones predecibles y pre diseñadas a la vida que va desde la adolescencia hasta la edad adulta. Y después queda el fin de semana, el momento en el tránsito por la ciudad de la casa a las obligaciones, el ocio y los tiempos muertos, todos llenos de rock para el imaginario de jóvenes adultos que pueden continuar lo que ensoñaron durante su primera juventud. Y así puede seguir, y en muchos casos sigue, una vida adulta en donde siempre hay momentos para jugar y representar la cultura rockera de la fiesta, la insumisión y el exceso.

Aquí es oportuno hablar un poco del tema de las identidades y las comunidades estéticas. Las identidades antiguas marcaban formas de ser y estar en forma predeterminada por generaciones previas. Los jóvenes se incorporaban en la vida diaria a esas formas y las adquirían, la Ingeniería Social de la reproducción cultural solía ser muy eficaz en un entorno más o menos estable o cíclico. A aparecer el mundo contemporáneo esas identidades fueron sometidas a un entorno de muy alto metabolismo de cambio o sólo movimiento. La reproducción ya no fue tan simple, se debilitó, los jóvenes están durante la segunda parte del siglo XX más cerca de ese entorno que

de su nicho familiar tradicional. Ese entorno está regido por las leyes del mercado en gran proporción, la novedad es importante para que el ciclo económico se mantenga con una regularidad sin fin, se ofrece una mercancía que tiene un tiempo finito de permanencia, después viene otra y luego otra. El rock entra en este ciclo del mercado, la innovación musical o estilística es un rasgo asociado a la mercadotecnia, lo cual es asumido por todos como cosa común, oferta y demanda. Las identidades se vuelven menos estables, no son identidades comparables del todo con las anteriores, algunas incluso milenarias. Y al tiempo que los referentes mutan y se transforman, la oferta es tal que las adscripciones no son únicas son múltiples. Este es el fenómeno de las comunidades estéticas, que forma parte del estrato más activo del cambio en la cultura del rock. Algunos jóvenes se afilian a personajes y estilos en forma tradicional, otros cambian de afiliación y de estilo según el horario o el día de la semana. El rock fomenta en la cultura pop esta agencia de comunidades estéticas. Y está la otra cultura rock, la de fidelidades estables a través del tiempo, en la forma de las identidades tradicionales.

¿Qué hicimos en México con la cultura rock más allá del consumo? El párrafo anterior contiene la guía de una cartografía elemental posible para responder a esta pregunta. La cultura rock es básicamente consumo, en un marco general está marcada por las reglas del mercado y de la moda. Esto permite un mapa posible de lo que ha sido la historia del rock en México a partir de la descripción de la oferta del rock en sus diversos nichos y agentes de difusión y promoción. El otro lado del mercado es otra historia. Los públicos se van formando por hiladas, por generaciones. Los jóvenes que viven su adolescencia en una época determinada de la historia del rock, quedan en general marcados por lo que el mercado les propuso en ese momento. Una generación es distinta de otra, en su cultura rock, según lo que escuchó dependiendo de las condiciones de la oferta del mercado. Esto permite una primera imagen clara de la cultura rock, por una parte es una misma, la del mercado, pero por otra se segmenta según la generación y sus condiciones de consumo,

según la región territorial y según la clase social. Aquí se pueden ubicar entonces todos los elementos de estética correspondiente y etiquetar grupos según esas categorías de moda, época y mercancía.

En este sentido no hay mucho más allá de este primer marco general de la cultura rock como fenómeno social de mercado. Lo que sucede al interior de las proto-etnias del rock es un epifenómeno de lo mismo. Vistas las etnias rockeras sin este marco parecerían tener una dinámica propia, incluso creativa. La observación de estos comportamientos tiene mucha importancia, permitiría registrar lo que sucede desde los grupos sociales más allá de los condicionamientos de la industria cultural y el mercado. La hipótesis general es por ahora que esos condicionamientos llevan la mano.

Hay una cultura rock en el primer mundo que no se corresponde con la mexicana. En la lógica de argumentos de las ideas anteriores, lo que puede registrarse en lo local en México, como rasgos de apropiación y recreación de las formas y contenidos de la oferta del mercado, en una escala de lo nacional o de lo urbano local, también sucede a nivel internacional. Hay redes de articulación entre oferta y demanda en Estados Unidos o Europa, que tienen sus propios rasgos de configuración, y no se corresponden con lo que ha pasado en México. Todo esto es muy sugerente, pero requiere datos, información para confirmar y reordenar las premisas. Hay varios ámbitos del rock mexicano, no muchos, diversos y diferenciados en algunos aspectos unos de otros, como el rock norteno fronterizo, más cercano territorialmente a los Estados Unidos, y con una ecología social-cultural lejana de los principales centros de creación y difusión cultural mexicanos, las grandes ciudades, la Ciudad de México. Y en este marco el rock de la Ciudad de México es un referente básico. Eso marca diferencias en la cultura rock mexicana. El juego de escalas y el mismo criterio aparecen al comparar el rock del este y el oeste de los EE.UU., o el rock de EE.UU. y el rock inglés. Lo interesante es que con algunos destellos de originalidad, en general lo que sucede acá, en México, tiene como referente lo que sucede allá, sobre todo en EE.UU. Con

el tema de internet este esquema hipotético requiere de un ajuste.

Tenemos varias culturas rock en México, algunas globalizadas, otras con connotación de clase obrera, otras lumpen juveniles, otras de clase media con vocación de consumo cosmopolita. Y un punto en el cual la cultura de clase media coloniza a los sectores populares, y otro en la que los sectores populares conforman un nicho de mercado y cultura propios con connotaciones de clase y de juventud contestataria. La pregunta aquí es en qué sector social impera más la lógica del mercado para conformar la cultura rock. La respuesta general es que en todos los sectores sociales impera la cultura rock de mercado. Pero hay algunos mitos sobre la cultura rock como estandarte y forma de la vida contestataria. Algo así como la rebel de los pumas, que es estudiantil, es contestataria, y es rockera. Este es un tema de las tribus urbanas y sus identidades en formato tradicional. Los metaleros se sienten una etnia rockera, no hay otros como ellos, se perciben como auténticos representantes de la parte más activa y rebelde del rock, connotación que suele no pasar de escuchar a todo volumen la música, de gritar y de parecer en forma dramática muy agresivos. Tribus, residuos estamentales de una configuración cultural tradicional. Hay que revisar el asunto con calma. La hipótesis general sigue siendo la de la cultura rock formada por el mercado, con el comportamiento básico de consumir lo que el mercado ofrece.

Hay un horizonte mítico que presenta a la cultura rock como una cultura contestataria que evoca la ruptura con el sistema y sus convenciones sociales, crítica a la vida pequeño burguesa y a sus formas y estilos, respuesta negativa a todo lo que implica la vida ordenada y previsible del mundo del cuello blanco. Pero hacia finales del siglo XX la ruptura, si la hubo, ya pasó, la reproducción de formas y estilos es la norma dentro de la supuesta cultura contestataria diferente. La ruptura se presentó, tal vez, en la clase media en los sesenta, y en los sectores populares en los setenta y ochenta. Hacia el final del siglo sólo hay reproducción, el rock ya no es

una auténtica alternativa, además de no ser sólo la única. Los jóvenes buscan en la salsa, en el ska, en la música electrónica, algo que antes buscaron en el rock. El rock ya no es lo que en un principio. Sigue siendo parte de la agenda, pero como un elemento más. Y toda esta música de connotación alternativa vive debajo del techo de la música pop y la música tradicional, en donde el bolero, la canción ranchera, y la balada de moda, tienen más efecto que una rola de rock. La cultura juvenil no tiene una connotación rockera hacia finales del siglo. ¿La tuvo en realidad alguna vez?

Para finalizar una hipótesis general sobre la cultura rock mexicana. La propuesta es que hay tres culturas generales del rock en México:

- 1) La primera cultura del rock es la del cover y la cultura juvenil construida desde los medios masivos. Cultura de jóvenes de clase media urbana con rebeldías imitadas y tensión sexual.
- 2) La segunda cultura es la del conflicto social, del hoyo funky, de la respuesta a la represión después de Avándaro y el 68. Cultura de jóvenes de clase media urbana también, pero la connotación emergente es la de sectores populares urbanos.
- 3) La tercera cultura es la de la diversidad mercadotécnica y de las tribus juveniles. El rock es una forma mercado en diversos puntos de configuración y reproducción. Es necesario en esta tercera cultura la figura del rock en plural, por los diversos nichos de consumo.

Estas tres formas culturales pueden percibirse a través del tiempo a lo largo del siglo XX, marcando en cierto momento su emergencia y configuración genética. Los sesenta, los setenta, los ochenta. Lo que sucede hacia el final del siglo, en los noventa es una configuración resultante que articula a las tres culturas al mismo tiempo. Hacia finales del siglo las tres culturas son contemporáneas. La hipótesis del mercado provee del marco para su composición y organización en general. Y por el otro lado la figura de lo contestatario y la connotación de la juventud rebelde es el otro hito para tejer

su urdimbre. Entre el mercado y el mito de la rebeldía se configura la cultura rock en México. Esa sería una hipótesis general con la cual iniciar un programa de estudios que puede describir con detalle todo lo acontecido, y reformular la hipótesis según los resultados que se obtengan.

III. La Ingeniería en Comunicación del Rock en México

Nos han construido, no hemos construido. El mercado, la industria cultural de la música, es el gran sujeto de la historia del rock en México. Y no ha sido ninguna maravilla, se ha quedado corto en más de un sentido, perdiendo oportunidades constructivas de todo tipo. Como suele suceder en nuestro tiempo gobernado por la avaricia, la industria del rock sólo ha estado interesada en el dinero, fácil, rápido, seguro. Ha sido la empresa privada del rock el gran protagonista, pero sus miras siempre han sido muy bajas, elementales. El rock pudo construir una nueva cultura mexicana, si en lugar de sólo reproducir las pautas del mercado en su forma más elemental hubieran tenido la visión de un horizonte en donde mercado y cultura se aliaran en una espiral constructiva de comportamientos, normas, valores, que gestionaran, que promovieran, una juventud distinta. Sólo se dedicó a reproducir las pautas de mercadotecnia del exterior, subordinándose a ellas en casi todo. El escenario pudo ser distinto, no lo fue, no hubo condiciones para que lo fuera, y sólo tenemos la cultura rock que tenemos.

También está el tema de las tribus urbanas y su propuesta juvenil a través de elementos de la cultura rock. En forma paralela a la actividad de la Ingeniería Social del mercado, los jóvenes armaron con los recursos que tuvieron a la mano algo que pretendía ser auténtico y real, formas de cultura juvenil que interactuaba con el mundo mexicano más allá del rock, tomando su estética para manifestarse y vestirse, en brotes de pasión y entusiasmo rabioso y lúdico. Este otro mundo del rock también está ahí como una configuración diversa del sólo consumo y la moda.

Los sistemas de información que conforman el sistema de comunicación del mundo del rock mexicano tienen tres configuraciones básicas:

- 1ª. La matriz socio cultural que proviene del pasado, con elementos de territorialidad, tradición y migración. Algo así como la mexicanidad en movimiento proveniente de la primera parte del siglo XX y sus antecedentes. Ahí caben lo mismo la religión, la institucionalidad política corporativa, los medios de difusión y sus genealogías de contenido, y la tradición familiar y regional en lo local, y el fenómeno emergente durante todo el siglo de la migración. Es la base del sistema de comunicación social general y musical en particular.
- 2ª. El contexto contemporáneo del mundo globalizado. Los medios y la migración trajeron el exterior al interior de la vida íntima mexicana. La mexicanidad muta en la segunda parte del siglo XX con influencias diversas provenientes del exterior. La más clara la que nos llega de los EE.UU. en sus productos de la industria cultural, y en su forma de vida que penetra a través de la migración, el turismo, el consumo en un sentido amplio. Es el elemento fundamental de modificación del sistema de comunicación social tradicional.
- 3ª. El movimiento universal de la cultura juvenil occidental. El rock and roll representa en la postguerra una nueva forma de ser que reta a la moral y las costumbres de un status quo de decencia, doble moral y represión. Los jóvenes son interpelados por este movimiento. Para los sesenta los temas del sexo y las drogas, el hippismo, la rebeliones estudiantiles, conmueven poco a poco a la inmóvil sociedad mexicana, hasta llevarla a Tlatelolco y Avándaro. Nada volvió a ser igual, y todo parecía seguir igual. La cultura juvenil exterior baña a la sociedad juvenil interior, el efecto es diverso, y entre todo ello, la cultura rock. Un vector que incluye al rock, que requiere una mirada analítica más compleja para construir la evaluación de su impacto en el sistema de comunicación social tradicional, y sus alianzas con el sistema de información del mercado

y los medios de difusión.

El sistema de comunicación social previo al sistema de la cultura rock se caracteriza por la verticalidad, la autoridad con voces autoritarias, la moral católica represiva del cuerpo y el sexo, los valores de la institucionalidad patriarcal, la juventud sometida a un molde que reproduce en buena medida una sociedad rural de machos y vivales, que no está muy lejos de las genealogías familiares urbanas emergentes del movimiento migratorio. La vida urbana, el aumento demográfico, el lento e incómodo cambio en los roles de género, la liberalidad sexual y moral, la vida callejera pública horizontal frente a la vida familiar privada y vertical. El modelo antiguo tiene una forma alterna, aparece un sistema de comunicación diferente, los jóvenes y las mujeres son los agentes del cambio. Todo esto sucede en nuestras ciudades a lo largo del siglo, el metabolismo del movimiento acelera justo en el tránsito hacia los años sesenta, ciudades más urbanas, más pobladas, con mayor diversidad en convivencia, con una emergente pluralidad en lo político y lo simbólico. Al mismo tiempo que la sociedad de mercado entra en emergencia la vida social también está en movimiento y la cultura en transformación. Ese es el caldo en el cual aparece el rock y sus mensajes para el cuerpo y la mente, ahí emerge la cultura rock mexicana, ahí se configura un sistema de comunicación situacional distinto, que aunque no llega a ser general, si aparece y se muestra en forma suficiente para marcar que la sociedad mexicana ya es otra.

En realidad no hay mucho más que consumo y estamento juvenil contestatario. El modelo de operación constructiva de la cultura del rock está configurado en esas dos dimensiones, ha sido un pertinente maridaje entre visión mercadotécnica y condiciones socio-culturales. La industria aprovecha y fomenta la imagen rockera de lo rebelde, y la banda juvenil adquiere un sentido de la vida reforzado por el mercado. Partiendo de este escenario básico el modelo comuniconómico general puede presentarse en tres formas complementarias:

1ª. Hacia el mercado. Sólo el negocio, la visión sólo mercadotécnica elemental del fenómeno. Aquí el mercado ha luchado, batallado, insistido. La fórmula básica le ha dado rendimientos, pero ha sido sobre-explotada hasta llevar la figura del rock a las formas del circo y sólo el espectáculo. Si fracasa es sólo una experiencia del show biss, la empresa si tiene espacio y tiempo se rehace y la vida sigue.

2ª. Desde la vida social-cultural juvenil. Los jóvenes y sus antecedentes juveniles generacionales rockeros han reproducido la cultura elemental del rock una y otra vez. Ser joven y ser rockero ha sido para muchos una identidad y un nicho de desarrollo simbólico y estético. No han llegado muy lejos en la mayoría de los casos, las formas más exitosas de la identidad rockera tienen el status de la cultura tradicional, son conservadoras, intolerantes, fundamentalistas.

3ª. Hacia la complejidad y la creación cultural. En esta tercera opción tanto el mercado como el movimiento juvenil toman una ruta de enacción. Aprenden, reflexionan, y recrean los lugares comunes y los estereotipos. Logran superar condicionamientos estructurales y crean, por separado, en conjunto. Aquí está la semilla de una posible cultura rock mexicana alternativa y propia. De esta variante del modelo comuniconómico del rock es posible extraer lecturas alternas del pasado y prospectivas diversas de los futuros posibles.

¿Llegó a ser un fenómeno mexicano, o sólo se quedó en fenómeno cultural mercadotécnico? Delicado, en qué parte fue algo apropiado, y hasta dónde sólo fue moda, imitación, siguiendo el ritmo de los tiempos de la industria cultural. La vida sigue, sólo vamos siendo, disfrutando, gozando, padeciendo. Y otros vienen, para también estar, parecer, intentar. Una mirada estricta desde la globalidad sólo percibe al rock mexicano como un epifenómeno del rock universal, en inglés, hecho en EE.UU. o en el mundo británico, con bandas nacionales que nunca trascendieron en ese ámbito

anglo, con un pequeño nicho de música en español que compitió por ser pop, que tuvo sus momentos, que es parte de una diversidad de gustos musicales mexicanos, y que sigue ahí para el placer de algunos, el momento de otros, el acompañamiento de fondo de muchos. Y eso es todo. Desde esta perspectiva toca estudiar al rock mexicano como una configuración que forma parte de otra mayor, que es la importante y la raíz. Y esa visión es posible y es necesaria para entendernos como rockeros y como mexicanos rockeros. Pero hay más, otras visiones, con más preguntas desde nuestra particularidad, nuestra localidad, nuestro centímetro cuadrado de tiempo y espacio.

La mirada complementaria y extrema de la anterior es mirar el asunto desde lo particular, desde lo que aquí sucedió como si sólo fuera asunto nuestro, historia personal, interés singular. Algo así como una Etnografía retro sobre lo que fue pasando día a día, año con año, desde que el primer mexicano escuchó algo de rock y eso le cambió la vida. Este escenario está poblado de miles de historias de jóvenes y no tan jóvenes siendo afectados en sus trayectorias vitales por el encuentro con algo con connotación a rock. Miles de sistemas de comunicación de pequeña escala alterados por la presencia de algo que un momento antes no estaba ahí, el rock. Y después, la vida rockera, el contacto entre los afectados, sus conversaciones, sus miradas, sus recuerdos, sus aspiraciones, sus deseos, personales y compartidos, individuales y colectivos. Ahí hay otra historia del rock en México, y la matriz socio-cultural que permitiría otra versión de la formación, desarrollo y destino de la cultura rock en nuestro país.

Entre ambas historias posibles hay una tercera vía, intermedia. Una que explora el espacio tiempo de lo sucedido en lo particular sin perder de vista lo que lo condicionaba desde lo universal. Imaginemos por un momento una historia posible. El rock en el mundo desaparece, por alguna razón de devenir, de estructura, de cambios en el gusto popular, el rock desaparece, es sustituido por otras formas, por otros géneros musicales. Pero en México permanece, y sigue una

trayectoria diversa a la historia general de la genealogía principal venida a menos. El rock en este relato se vuelve identidad local y nacional, parte de movimientos políticos, filosóficos, artísticos. Una nación completa se refunda en sus visiones y memorias por la evolución de un rock que ya es sólo suyo. Esta historia no sucedió, el rock no tiene esta connotación en México, sólo es una forma de música que es consumida por un público que tiene una adhesión a lo que su emoción ha construido en relación a lo que siente importante para su sentido de las cosas. Este es el parámetro, el rock no desarrolló civilización, sólo desarrolló públicos, audiencias. El rock no fue cultura con mayúsculas, sólo cultura pop vinculada a fenómenos de mercado. Pero claro, eso no fue todo, hubo más.

Hay un México del rock en el siglo XX, pero también hay un México del no rock. El México del rock en momentos parece importante, pero la cultura musical rock de vanguardia, la más propositiva en un sentido internacional, no llega al mundo del rock mexicano más común. La cultura del rock mexicana es de consumo, contemporánea de otras formas musicales en donde el baile, la lírica romántica, y la industria cultural llevan la mano. El rock masivo es un rock de consumo pop, el que le sigue es un rock de identidad cerrada, no hay rock constructivo, ni en la propuesta musical ni el movimiento social. Para entender la Ingeniería de la cultura rock es indispensable estudiar el contexto de la cultura mexicana asociado a la música. La cultura mexicana ha sido canción ranchera, bolero, danzón, cha-cha-cha, salsa, son, hasta llegar al reggetón, que tiene una configuración de consumo inmediato que ofende a algunos, pero que es muy similar a la configuración del rock. Todo esto se manifiesta en forma parcial en las propuestas musicales de bandas mexicanas, que cuando tienen articulación con estas otras formas musicales aparecen como más cercanas, y algunas tienen éxito por ello.

No hay un movimiento cultural importante con una connotación del rock, movimiento asociado a la literatura, al cine o la plástica, por lo menos no en forma clara,

sostenida, manifiesta, pública, común, para la gran mayoría. Aunque el rock rupestre y el rock en tu idioma tienen cierta connotación de novedad estilística. Bueno, hay movimientos contestatarios asociados al rock, los movimientos estudiantiles. También aparece la literatura de la onda, con connotaciones rockeras. Algo similar sucede en la plástica. Pero el rock queda como música que acompaña, no se pueden definir estas manifestaciones por algo propio del rock. Son movimientos, acontecimientos, que aluden a diversos símbolos de cambio y ruptura, tomando al rock como parte de su expresión por la connotación de cambio y ruptura que perciben y construyen en él, como sucedió en cierto grupo de izquierda vanguardista con el jazz. Pero no es el rock el detonante ni el vehículo, sólo es el acompañante puntual u ocasional. La estética de la vida alternativa se viste con diversos elementos estilísticos, uno de ellos es el rock, pero no es su detonante. En contraste tenemos a los punk o los metal, que son formas étnicas postmodernas que tratan de seguir las pautas y los rituales de identidades tradicionales para reforzar su autenticidad y sentido de comunidad. No hay filosofía en el rock, hay baile, borrachera, pachequeada, ratos de euforia. No hay tecnología social de vida alternativa en el rock, hay discos, estaciones de radio, ropa, viernes por la noche.

Las letras de rock más impactantes son de temas de pareja, no sobre la ciudad ni las tensiones sociales, y menos sobre una vida posible. El rock en tu idioma está más cerca del bolero y la canción tradicional que de formas de lírica más radical o crítica. Las letras del rock en español sólo se acercan en forma parcial al español hablado en México. La lengua del rock en México está más cerca de las clases medias que de los sectores populares urbanos o rurales. Y cuando parece que se acercan sus frases son remedos, insinuaciones, juegos de palabras. El rock mexicano no canta en la voz popular, su lírica es la voz de un joven urbano con un mínimo nivel de estudios, desinformado y con pretensiones. No hay problema, no se necesita más para bailar y conectarse con una melodía pegajosa. Las bandas populares como Caifanes

o Maldita vecindad no son bandas programáticas de cambios de ruta de vida, son bitácora, reseña, vida costumbrista, y con ello tienen suficiente para impactar, deslumbrar y permanecer. Desde el mundo de los covers al rock mexicano progresivo, Maldita Vecindad, Caifanes, Maná, y el peculiar fenómeno de Café Tacuba, la gran banda de rock mexicana, hay un rock mexicano que acompaña la vida diaria de varias generaciones, pero también están José José y las canciones de Juan Gabriel, junto con José Alfredo Jiménez y Lucerito.

El rock se convierte hacia finales del siglo XX en música de fondo de la vida social cotidiana, pierde su connotación rebelde de los sesenta y los setenta. Pasa a un nuevo status de algo común, cotidiano, para consumirse y seguir adelante. La rebeldía, el sentimiento anti-sistema, la sensación de una postura alternativa, es parte del nuevo status quo. Las generaciones que vivieron su juventud con el rock se integran al sistema que criticaban, pasan a formar parte de la vida burocrática y comercial de la cual se burlaban, con el ritual cotidiano de pretender estar fuera del sistema por escuchar a tal o cual banda, por ir el fin de semana a tal o cual antro, por vestirse distinto para ir a beber con los amigos. El rock se va transformando con el paso de los años del ciclo vital en un colchón de confort, para la nostalgia, para el juego de la eterna juventud, para la fantasía de la rebeldía juvenil. Esta forma rock por completo funcional al status quo se va generalizando en el final del siglo, en la medida que los rockeros van envejeciendo y se van asimilando a la vida convencional. Ser rockero se convierte en algo convencional hacia finales del siglo XX.

Nada de todo lo dicho sería posible sin los instrumentos constructivos que lo posibilitan. Estamos hablando de la Radio, el disco, el concierto, los hoyos, los cafés, los bares, los antros. En formas más tecnológicas novedosas, el radio de transistores, el walk man, internet. Y en formas más tradicionales, la fiesta, la reunión familiar, el evento escolar. Y así diciendo. La Ingeniería en Comunicación Social de la cultura rock necesita de medios para operar su intención de configurar, construir, intervenir. Los más

grandes y fundamentales, la radiodifusión, en otro orden de acontecimientos las reuniones juveniles, los receptores y reproductores de música, que incluyen al internet, y por supuesto la alianza con las redes de amigos y familiares, sin las cuales nada sería posible. Para identificar con detalle todo lo acontecido hay que mirar con cuidado la articulación de todos estos elementos operando en los sistemas de comunicación previos al rock, reconfigurándolos cuando emergen los sistemas de comunicación contemporáneos al rock.

La cultura rock mexicana existe, desde un punto de vista etnográfico general está ahí, y se fue construyendo a lo largo de las últimas décadas del siglo XX. La guía de observación es simple, el registro de situaciones y comportamientos asociados a la música rock y sus estéticas. El objetivo es sencillo, evaluar el impacto de todo ello en las formas de vida no rockeras hasta indagar si el rock reconfigura de fondo a la vida social y le da sentido. La hipótesis es que en un escenario analítico favorable a la cultura rock, lo mexicano adquirió connotaciones rockeras, en ciertos ámbitos, en ciertos nichos, en ciertos momentos. En un escenario no favorable, esto no sucedió, la cultura rock es sólo parte del movimiento general de la estructuración de la vida social por el consumo y el mercado. Así las cosas, lo que queda es reconstruir, identificar, y proponer algunas respuestas a las preguntas generadas por este asunto.

Apunte Bibliográfico

ABAD, Luis Ángel (2002) *Rock Contra Cultura*. Biblioteca Nueva, Madrid.

AGUSTÍN, José (1972) *La Nueva Música Clásica*, Ediciones INJUVE, México.

ARANA, Federico Arana (1985) *Guaraches de ante azul. Historia del rock mexicano*. Tomos 1, 2, 3 y 4, Posada, México.

- BLACKMORE, Susan (2000) *La máquina de los memes*, Paidós, Barcelona.
- BODEN, Margaret (1994) *La mente creativa*, Editorial Gedisa, Barcelona.
- BOLAÑO, C. y G. Mastrini (editores) (2000) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación*, Biblos, Buenos Aires.
- BOSERUP, Ester (1984) *Población y cambio tecnológico*, Editorial Crítica, Barcelona.
- BREA, José Luis (2008) *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Editorial CENDEAC, Murcia.
- BRAMBILA Paz, Carlos (1985) *Migración y formación familiar en México*, El Colegio de México, México.
- BRITTO García, Luis (1990) *El imperio contracultural. Del rock a la postmodernidad*, Editorial Nueva Sociedad, Caracas.
- BYRNE, David (2014) *Cómo funciona la Música*, Editorial Sexto Piso, Ciudad de México.
- CALABIA, Enrique, Santiago Cano, Lorenzo Rodríguez y Julián Ruiz (2008) *Historia del Rock and Roll*, El País. Madrid.
- CALABRESE, Omar (1987) *El lenguaje del arte*, Paidós, Barcelona.
- CASACUBERTA, David (2003) *Creación colectiva*, Gedisa, Barcelona.
- CHÁVEZ Méndez, M. Guadalupe (2004) *De cuerpo entero... Todo por hablar de música*, Universidad de Colima, Colima.
- DE LA CALLE, Luis y Luis Rubio (2010) *Clasemedieros. Pobre no más, desarrollado aún no*, Centro de Investigación para el desarrollo, México.
- DE MICHELI, M. (1989) *Las vanguardias artísticas del siglo XX*, Alianza, Madrid.

- DELLA VOLPE, G. (1963) *Crítica del gusto*, Seix Barral, Barcelona.
- DUMAZEDIER, J. (1964) *Hacia una civilización del ocio*, Estela, Barcelona.
- ECO, Umberto (1978) *Tratado de Semiótica general*, Nueva imagen-Lumen, México.
- ELIAS, Norbert y Eric Dunning (1995) *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, Fondo de Cultura Económica, México.
- FRONTANI, Michael R. (2007) *The Beatles. Image and The Media*. University Press of Mississippi, Jackson.
- GALBRAITH, J. K. (1992) *La cultura de la satisfacción*, Ariel, Madrid.
- GALINDO Cáceres Jesús (2006) *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*. CNCA- Instituto mexiquense de la cultura, Toluca.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (2011) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*, Homo Sapiens, Universidad Nacional del Rosario, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Rosario.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (2014) *Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un Programa General*, Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.
- GARCÍA Ledesma, Jorge (2008) *El Camino triste de una música. El Blues en México y otros textos de blues*, Ediciones La Cuadrilla de la Langosta, México.
- GARDNER , Howard (1993) *Arte, mente y cerebro*, Paidós, Barcelona.
- GREGORY, Hugo (1999) *Un Siglo de Pop. Cien años de música que cambiaron al mundo*, Blume, Barcelona.
- HOUD É, Olivier, et al. (2003) *Diccionario de Ciencias Cognitivas*, Amorrortu editores, Buenos Aires.
- LATHAM, Alison (2008) *Diccionario Enciclopédico de la*

- Música*, Fondo de Cultura Económica, México.
- LEADBEATER, Charles (2010) *Cloud Culture. The future of global cultural relations*. Counterpoint, London.
- MARTEL, Frédéric (2010) *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*, Taurus, México.
- MASLO W, Abraham (1990) *La personalidad creadora*, Kairos, Barcelona.
- MATURANA R., Humberto (1997) *Emociones y lenguaje en educación y política*. Dolmen, Santiago.
- MAZZOLA, Guerino y Paul B. Cherlin (2009) *Flow, Gesture, and Spaces in Free Jazz. Towards a Theory of Collaboration*, Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
- McDONALD, D. (1969) *La industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid.
- MEJÍA Prieto, Jorge (1972) *Historia de la radio y la t.v. en México*, Editores asociados, México.
- MERLEAU-PONTY, Maurice (1994) *Fenomenología de la Percepción*, Ediciones Península, Barcelona.
- MIEGE, B., P. Pajon y J. Salaün (1986) *L'industrialisation de l'audiovisuel*, Res Babel, París.
- MOLES, Abraham (1976) *Teoría de la información y percepción estética*, Júcar, Madrid.
- MUGGIATI, Roberto (1974) *Rock, el grito y el mito: la música pop como forma de comunicación y contracultura*, Siglo XXI editores, México.
- PAKMAN, Marcelo (compilador) (1997) *Construcciones de la experiencia humana (dos volúmenes)*, Gedisa, Barcelona.
- PAZ, Octavio (1981) *El laberinto de la Soledad*, Fondo de Cultura Económica, México.
- SHUKER, Roy (1994) *Understanding Popular Music*, Routledge, London.
- SILVERSTONE, Roger y Eric Hirsh (editores) (1996) *Los efectos de la nueva comunicación*, Bosch, Barcelona.
- UNIKEL, Luis (coordinador) (1978) *El desarrollo urbano de*

México, El Colegio de México, México.

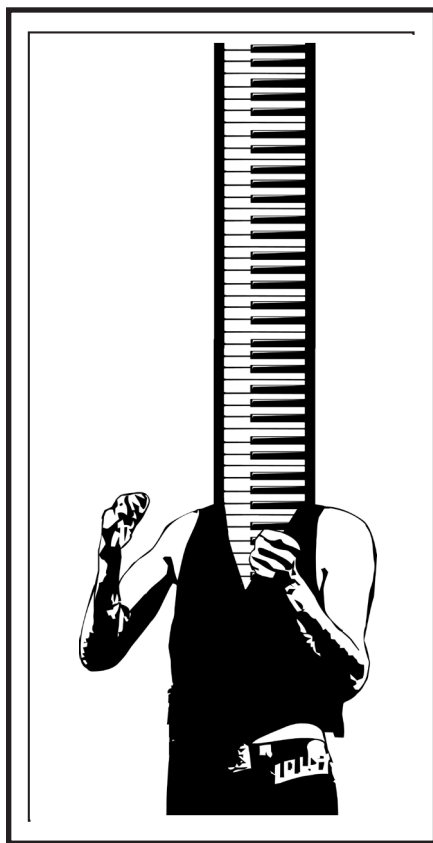
VARELA, Francisco (1990) *Conocer*, Gedisa, Barcelona.

WAGENSBER G, Jorge (1994) *Ideas sobre la complejidad del mundo*, Tusquets, Barcelona.

YÚDICE, G. (2002) *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Gedisa, Barcelona.

CAPÍTULO TRES

Edgar Josué García



DE LA COMUNICOLOGÍA A LA COMUNICONOMÍA DE LA MÚSICA. Un acercamiento a los Estudios Culturales de las Estéticas del Rock desde la Ingeniería en Comunicación Social

Edgar Josué García López

El origen de este estudio tiene que ver con un proyecto general que versa sobre los procesos para la Construcción de Cultura de Participación, ¿cómo se construye?, ¿qué factores intervienen?, ¿cómo se recrea?; en este proceso de análisis ha sido necesario atender el camino que recorre un ser social de un estado de individualidad a otro de colectividad. En los 20 años de trabajo sobre cultura de participación y los últimos 5 años de observación y colaboración con colectivos sociales, he encontrado un factor recurrente en lo observado: siempre está presente la música, sea como audiencia, expresión, ejecución o cualquier otra manifestación, la música está ahí. Es por ello que a partir del 2013 comienza a desarrollarse un proyecto sobre música y participación cuyo centro de atención gira en torno a lo que la música le hace a la colectividad con las siguientes preguntas: ¿qué le hace la música a las personas? Y ¿qué papel desempeña la música en la construcción de cultura de participación?

I. Acercamiento a los Estudios Culturales de la Música y de su énfasis en el Rock

Desde sus orígenes, en la década de los sesenta, los estudios culturales han representado el interés por lo que ocurre en la vida cotidiana, volcaron su atención sobre fenómenos sociales que otras perspectivas, como el funcionalismo, descuidaron. Alejados de la idea de la censura por parecer de carácter trivial, los estudios culturales se centraron principalmente en el papel de los medios de comunicación, la cultura popular y la construcción de audiencias, los

trabajos de Hoggart (1958), Williams (1961) y Thompson (1963) sentaron el antecedente de lo que el mismo Hoggart emprendería en Birmingham en 1964.

Una mezcla de posturas provenientes de ideologías de izquierda, la apertura de nuevos espacios académicos y el choque entre aquellos que vivieron la segunda guerra mundial contra los que ya ni siquiera recordaban nada de ella, fue lo que estructuró la personalidad de esta tendencia, considerada más que una teoría como un amplio campo de estudio que responde a los espacios de análisis de la vida social que no pudieron satisfacer el funcionalismo ni la Escuela de Frankfurt. Por decirlo de algún modo sencillo, los Estudios Culturales concentran su energía en la experiencia de la cultura, más allá de mera aproximación a la cultura como algo predeterminado y estático. Para Restrepo se debe ser cuidadoso en distinguir los estudios de la cultura de los estudios culturales: Los estudios culturales constituyen un proyecto intelectual y político que: 1) concibe la cultura-como-poder y el poder-como-cultural; 2) suponen un enfoque no reduccionista que se expresa en una actitud transdisciplinaria; 3) implican una vocación política que busca intervenir sobre el mundo; y 4) su encuadre es el contextualismo radical (con respecto a su forma de teorización, a las metodologías utilizadas, a su conceptualización de la política y su propio proyecto) Restrepo (s.f).

Son tres las grandes escuelas que se pueden distinguir en materia de Estudios Culturales: la británica que es representada por el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos, originalmente dirigida por Richard Hoggart y posteriormente por Stuart Hall; los norteamericanos; y posteriormente la corriente Latinoamericana. Cada una de ellas se concentró en diversos factores y circunstancias en torno a la cultura, con mayor, menor o nula influencia de la Escuela de Frankfurt, del Marxismo y Neomarxismos; atendiendo fenómenos relacionados con la cultura política, industrias culturales, cultura de masas, cultura popular, estudios de recepción, medios de comunicación, y construcción de audiencias,

entre otros; para mayor profundización en el estudio de los Estudios Culturales se pueden revisar los trabajos de Hall (1994), Reynoso (2000), Grossberg (2010) y Richard et.al. (2010).

En Latinoamérica son varios los autores que representan la Escuela de los Estudios Culturales, sin embargo, como señala Restrepo (s.f), es necesario reconocer aquellas reflexiones que se hacen desde ahí y las que se hacen sobre América Latina (en donde lo mismo pueden incluirse estadounidenses y europeos que toman la región como objeto de estudio); si además se consideran otras variables como lo geográfico, lo político, histórico e ideológico sería un error más grave el incluir a todos los autores en una sola categoría.

Como ha sido evidenciado por Daniel Mato (2002) y por Nelly Richard (2001), esta concepción de los 'estudios culturales latinoamericanos' no solo es nefasta por las políticas de la representación y la geopolítica del conocimiento que suponen, sino que también implican unas políticas de la ignorancia y un desconocimiento de las heterogéneas prácticas intelectuales en los distintos países de la región. Restrepo (s.f).

Como referencias obligadas en Latinoamérica se reconocen los nombres del colombiano Jesús Martín Barbero y del argentino, radicado en México, Néstor García Canclini. En nuestro país también han abierto brecha los trabajos de Galindo (1994) sobre la cultura mexicana en los ochenta, de González (1994, 2001) sobre Frentes Culturales y de Gómez (2001, 1995) sobre radio, cine y cartografías culturales, por mencionar sólo algunos ejemplos.

La pregunta central en los Estudios Culturales, sean de una o de otra de las cepas que la conforman, refiere siempre a la experiencia de la cultura: ¿qué provoca la cultura en el desarrollo de las relaciones sociales? Ese cuestionamiento es posible atenderlo con un acercamiento a los protagonistas del fenómeno en su día a día, de ahí la aplicación de metodologías como la etnografía y el análisis del discurso, la observación de lo popular y de lo cotidiano, y del paso de lo general a lo particular como delimitación de objetos

de estudio. Así, es posible ver, en nivel macro, estudios sobre percepción y recepción, consumo cultural, formación de audiencias o prácticas culturales; y en el nivel micro, estudios de algún género musical en particular como el corrido, el pop, el blues, el jazz o el vallenato; también de algún cantante como Michael Jackson, Madonna, Justin Bieber, Pedro Infante o Silvio Rodríguez; o de un festival de música como Woodstock, Avándaro, Tomorrowland o Vive Latino.

Ahora bien, ¿por qué el interés en estudiar el rock?, es sencillo: si la pregunta general hace referencia a la experiencia de la cultura, en lo particular la pregunta debe hacer referencia a lo que le hace la música al individuo y a la colectividad, en este sentido ¿qué le ha hecho el rock a nuestras vidas y qué le hemos hecho nosotros al Rock?

El Rock es una expresión musical que ha podido trascender en el tiempo y el espacio, concentra un gran número de fans, se conforma de una mezcla de diversos géneros, es una manifestación universal sobre otras locales o regionales; sin embargo el pop, por ejemplo, también tiene estas características, además del número de seguidores, discos vendidos, y descargadas de internet, entre otros aspectos en común; así que, en resumen, la selección del Rock resulta de dos aspectos totalmente arbitrarios: primero porque el pretexto con el que se formó esta red de estudios fue el gusto por el rock, la cual ya es una razón de peso; la segunda es que en el caso del estudio sobre lo que la música le hace las personas, bien se podría empezar por cualquier género, y si ya estábamos estudiando sobre los Beatles, Dylan y Bowie, empezar por el Rock parecía lo más conveniente, después de todo, ¿por qué no?

II. Comunicología, Ingeniería en Comunicación Social y Comuniconomía

Para comprender no uno, sino todos los procesos que tienen que ver con la Construcción de la Cultura de Participación, fue necesario examinar diversos conceptos y fenómenos sociales;

en cada uno de ellos se revisaron diversas metodologías y herramientas que facilitaran este acercamiento. En el transcurso del estudio se llegó a la conclusión que hacían falta métodos que permitieran revisar la amplia gama de posibilidades que se desprendían del estudio, que fueran capaces de estudiar sus aspectos a escalas macro y micro, que hicieran posible analizar situaciones sobre líneas de tiempo y diversos espacios, explicando cada uno de estos procesos por separado y en conjunto; esa metodología existe y llegó en el 2012 de la mano del trabajo del Grupo Hacia una Ingeniería en Comunicación Social (GICOM)¹; a partir de entonces el proyecto se convirtió en un programa de investigación e intervención general denominado: Ingeniería en Comunicación Social para la Construcción de Cultura de Participación, el cual permeó en todos y cada uno de los proyectos que se desarrollaban desde 1998 a 2012, así como de los que habían surgido desde entonces, entre los que se encuentra el proyecto de la música al que aquí se está refiriendo².

De manera sintética, se puede decir que, la Ingeniería en Comunicación Social (ICS) surge de la necesidad de intervenir en la vida cotidiana de una manera real y práctica; utilizando los conocimientos de una ciencia de la comunicación, la Comunicología, que se ha formulado para dar explicaciones de la vida social, tanto como soluciones concretas a los problemas que se presentan cotidianamente en las relaciones interpersonales. El proceso teórico-práctico de la ICS puede entenderse en dos momentos: de la Comunicología a la Ingeniería en Comunicación Social y de la ICS a la Comuniconomía. La Comunicología es la ciencia de la comunicación que pone al centro de su análisis no sólo los procesos de gestión de la información sino que asume la postura de considerar que todo lo que tiene que ver con la vida social se basa en un proceso mayor y fundamental: la articulación. Se trata de la articulación social frente al conflicto, como tensión-distensión, resistencia-cesión; si las personas pueden desarrollar proyectos en colaboración es porque existe una mayor distensión-cesión frente a

un conflicto donde hay mayor tensión-resistencia. La Comunicación articula individuos en grupos y grupos en redes, comunicación es articulación.

En el conflicto las estrategias de resistencia son mayores, presentes, actantes; en la articulación, las estrategias de resistencia desaparecen y se vuelven de colaboración. Parece ser que el proceso de comunicación colaboración se relaciona en buena manera con la articulación y el conflicto con el proceso de dominación. Pero esto sucede sólo en cierto momento, cuando la dominación encuentra resistencia y cuando en la colaboración no hay resistencia alguna o es relativamente leve. Galindo (2012).

La Comunicología es la teoría, el conjunto de conocimientos que consolidan una postura desde donde observar cualquier fenómeno social, pero le es necesario un proceso práctico que la ponga en marcha: la Ingeniería en Comunicación Social. La ICS es un programa metodológico que observa la vida cotidiana como un sistema, un conjunto de relaciones sociales que se derivan de otras y que a su vez trascienden en otras más, dicho de otra forma es posible ver que existe un presente que resulta del pasado y que promoverá un futuro que puede ser predecible porque es prescrito por sus antecedentes. El modelo resulta interesante cuando propone no sólo ofrecer explicaciones científicas sobre los vínculos entre lo que ha sido, lo que se es y lo que será; sino que además permite formar personas con habilidades y conocimientos que los hacen capaces de operar estratégicamente sobre esas relaciones, de ahí el concepto de Ingeniería.

Dicho en acotadas dimensiones, para una sencilla explicación del programa metodológico: desde la ICS la vida social se compone de Sistemas de Información que resultan ser el transcurso de la cotidianidad, si se observa hacia atrás, la estela que ha dejado la civilización no es otra cosa que información ordenada y por ordenar, en efecto, Sistemas de Información. Aquellas condiciones que están presentes como las normas, reglas, preferencias o gustos, entre otros, no son más que Sistemas de Información operando, siendo así, los Sistemas de Información que se delimitan para su

comprensión en un tiempo y en espacio determinado son considerados como Sistemas de Comunicación; entonces, los Sistemas de Comunicación son Sistemas de Información operando.

Una vez que se ha conseguido observar cuáles relaciones sociales han promovido y provocado determinadas circunstancias y condiciones a lo largo del tiempo, es posible ver la vida social como causas y consecuencias, acciones y reacciones, trayectorias y tendencias; en ese momento es factible imaginar lo que puede pasar si se alteran todas o algunas variables; a partir de entonces, esas posibilidades, llamados mundos alternos, mundos posibles, o estados paralelos; así como los medios para promoverlos, son dominio de la ICS; lo que continúe, es decir, las estrategias a desarrollar, solo dependerá del objetivo que se persiga, que bien podría ser, en un gradiente de opciones: mantener las cosas sin cambios, cambiarlas parcialmente o transformarlas radicalmente.

Para conseguir soluciones prácticas a conflictos específicos, es posible que un Ingeniero en Comunicación Social pueda sintetizar procesos y resultados que, a manera de un vademécum, funcione como una guía de acción; precisamente, aquellas situaciones que se presentan en el tiempo y en el espacio en reiteradas ocasiones pueden intervenir después de un diagnóstico inicial con estrategias basadas en la experiencia de otros, esa es la Comuniconomía. La Comuniconomía se expresa como breves enunciados que exponen síntomas y soluciones de manera sintética, se les llama Comunimétodos; por ejemplo: “para tener una dentadura sana es necesario cepillarla por lo menos tres veces al día”, en efecto, una serie de estudios teóricos y prácticos han contribuido para determinarlo así, no ha sido necesario que cada persona sea un especialista para saberlo, basta con la indicación de los expertos. Se busca que en un futuro próximo se pueda contar con una gama de Comunimétodos para diversos problemas de articulación que se presentan habitualmente en la vida social, por ello el objetivo de la Comunicología Posible es pasar de la Comunicología

Social a la Ingeniería en Comunicación Social y de ahí a la Comuniconomía.

III. Ingeniería en Comunicación Social y Estudios Culturales en la exploración de las Culturas y Estéticas del Rock

Muchas son las tendencias, marcos epistemológicos y escuelas que alimentan y constituyeron la llamada ciencia de la comunicación, basta ver el trabajo de Galindo (2005) para Comunicología Posible y Galindo (2012) para Comunicología Social; entre ellos se encuentran los Estudios Culturales, de los cuales resulta interesante su énfasis en el estudio de la experiencia cotidiana, la cultura y sus formas de representación y recreación. La ICS pretende ir más allá de la mera acumulación de casos y explicaciones y por lo mismo se alimenta de esos conocimientos que generan diversas uni, inter, multi y trans disciplinas, no hay razón para reinventar el hilo negro o el agua tibia, se trata de aprovechar modelos y marcos epistémicos y epistemológicos para reducir tiempos y trabajar en estrategias de operación.

Los Estudios Culturales representan un campo hostil (como la mayoría de las disciplinas sociales) al momento de definir qué son, cuáles son sus objetos de estudios y cuáles sus metodologías para acceder a ellos; Restrepo (s.f) reconoce que el intento por definir un proyecto para dar especificidad a los estudios culturales no necesariamente debe significar que son todos iguales o que se les pueda llamar a todos por el mismo nombre, siempre es conveniente andar sobre un campo de divergencias y tensiones para promover el conocimiento.

No estaría definido por unos objetos (como la cultura popular), ni por unas poblaciones, ni por unas técnicas, teorías o héroes culturales determinados. No basta con citar a Stuart Hall, Raymond Williams o cualquier otro autor que operaría como garante de que se está haciendo estudios culturales; no es suficiente con explicitar las dimensiones culturales de las

relaciones de poder ni con argüir un activismo en nombre de los otros subalternizados. No pretende producir teoría universal, ni devenir en un conocimiento-florero. No se imagina configurando angelicales destilaciones conceptuales distantes de mundanales amarres particulares de prácticas significativas y relaciones de poder situados. Restrepo (S/F). Por lo pronto es esa complejidad con que se demarcan los límites de los Estudios Culturales y la audacia con que la Ingeniería en Comunicación Social imagina mundos posibles los que viabilizan lecturas y diálogos en el campo académico así como favorecen la intervención en las relaciones sociales cotidianas en el lugar mismo donde se desarrolla la cultura, como es el caso del Rock.

Cuando se refirió por primera vez al estudio del Rock desde la ICS, se le abordó como un objeto cultural, más adelante la exploración del concepto de Estética de Mandoki (2006) permitió abrir el campo conceptual y fenoménico al de Culturas del Rock y Estéticas del Rock; al no ser la pretensión de este texto definir la diferencia entre una y otra, discusión que quedará abierta para un próximo encuentro, por culturas y estéticas del rock se asumirá un punto medio que gire en torno a la experiencia del Rock como producto y como industria, como producción y consumo, como arte y como acción cotidiana, alejándose de la apreciación de la cultura como sinónimo de arte y de lo estético en sinonimia con lo bello; lo estético, argumenta Mandoki (2006), hace referencia a lo cotidiano, no exclusivamente al arte, mucho menos a las bellas artes.

El interés de la Ingeniería en Comunicación Social por el Rock radica justamente en los argumentos que presenta la autora: Como el efecto mariposa, las alteraciones en un área de la vida social generan cambios en muchas otras esferas, entre ellas, por supuesto, el arte y viceversa; alteraciones en el arte pueden generar efectos en la vida cotidiana. (Mandoki, 2006, p.29)

El interés genuino se enfoca en conocer la influencia del fenómeno del Rock en la vida cotidiana, en la experiencia de las audiencias, con relación a lo que ocurre con las

industrias culturales y las tendencias, los cambios de los que hablan Muggiati (1974) y Reynolds (2010). Hay preguntas por responder desde la ICS: ¿de dónde vienen los gustos y preferencias?, ¿qué influencias ha tenido la familia?, ¿cómo se han modificado los hábitos de consumo musical de una generación a otra?, ¿cómo influye el rock en las formas de vestir, de hablar, de relacionarse de las personas?, ¿cuáles han sido los procesos de construcción de los estereotipos y genotipos del rock y sus fans?, ¿qué le ha hecho la rock a la colectividad?, ¿qué le puede hacer?, y mejor aún, ¿qué se puede hacer con esos conocimientos para intervenir en los procesos de colectividad?

IV. Sobre el Rock y su sentido colectivizador. Comunimétodos y otros rastros de pan

A lo largo de los últimos tres años se han realizado diversos estudios con fans del Rock y de otros géneros musicales³, así que sin pretender dar la apariencia de un cierre de ciclos, sino todo lo contrario, los primeros ejercicios de la Comuniconomía aparecen como antecedente sintetizador de un estudio mayor que pretende formar modelos de operación para intervenir en la vida social mediante la música.

En ese sentido los comunimétodos que a continuación se presentan son más bien algunos rastros, migajas de pan, que he dejado en el camino como detonadores a los que he volver en futuras ocasiones para explorar a fondo, mismos que por ahora basta enunciar y ordenar para tomarlos como indicadores de formas de convivencia, organización social y consumo cultural de un grupo que, sirviendo de muestra, evoca posibilidades de concordancia en el comportamiento de poblaciones más grandes. Siendo así, se espera que lo que ocurre en una pequeña selección de información mantenga tendencias y trayectorias en escalas mayores.

1. La música nos hace mejores personas
2. La música resulta ser un recurso fundamental para

- generar convivencia
3. La música es un factor de aumento en la asistencia de la comunidad a reuniones
 4. Internet es un catalizador de la industria musical en materia de difusión y promoción
 5. Los gustos musicales tiene mayor influencia de amigos que de la propia familia
 6. Para mantener un diálogo abierto en torno al análisis del Rock elimina fanatismos y radicalismos
 7. La discusión abierta en torno a preferencias de un rock de antes y un rock actual promueve un mayor conocimiento del género musical
 8. El Rock es un fenómeno cultural que perteneció a una época, es una delimitación temporal
 9. El rock parte de lo individual a lo colectivo
 10. El gusto por el rock crece de prácticas culturales privadas a públicas
 11. Ser rockero implica cumplir muchos requisitos
 12. El rock disfruta más en vivo que grabado

Consideraciones finales

El Rock es un fenómeno de dos dimensiones: por un lado las industrias culturales y lo que se marca en la agenda que ocurra con él, pero por el otro lado está el de las personas, la agenda cotidiana, lo que cada persona hace con el rock, hay un rock de las industrias culturales, del mainstream, pero también con el rock emergente, el de los espacios urbanos, ahí mismo ocurren el de los covers y la ambientación de fiestas y antros, como el de la música original, en este sentido los que tocan música original también se dividen en dos tipos, los que esperan una oportunidad a la fama y se vuelvan parte de las listas de reproducción y reconocimiento masivo, y los que esperan y desean mantenerse entre los círculos cercanos de sus localidades, trascender en el underground en el tiempo y en las conversaciones delimitadas.

Desde la Ingeniería en Comunicación y los Estudios Culturales esos son los fenómenos que interesan, los de la vida cotidiana, la trascendencia en el tiempo y en el espacio. Las influencias mutuas entre las expresiones culturales y las formas de organización social: tendencias y trayectorias para operar en la construcción de la vida social.

El primer paso resulta de acercar el fenómeno socio-cultural de la música (incluyendo casos de expresiones específicas como en esta ocasión el rock) a la perspectiva disciplinaria de los Estudios Culturales; un segundo momento consiste en la aproximación de ambos elementos al programa metodológico de la Ingeniería en Comunicación Social, para posteriormente construir modelos comuniconómicos que permitan intervenir en la vida social mediante la música.

Para construir estos modelos es necesario constituir Comunimétodos, lo que no es sencillo considerando que estos resultan del ejercicio de análisis de diversos casos. Este es el primer ejercicio, acercamientos que pueden considerarse las primeras guías para su construcción, provocaciones para futuras investigaciones.

Es un ejercicio que comenzó hace unos años y que está por inaugurar su segunda etapa, una más activa, desde la interdisciplinariedad, con trabajo en grupo y en redes, con nuevos y diversos programas y proyectos, con el empuje de la experiencia obtenida y en crecimiento; ese es el compromiso, es la noticia que anuncia este texto.

Notas

¹ Para conocer más sobre el proceso de gestación y desarrollo de la Ingeniería en Comunicación Social y del GICOM pueden consultarse los trabajos de Galindo (2012 y 2015a)

² Al iniciar el año 2016 se formó el Grupo de Estudios sobre Ingeniería en Comunicación Social de la música que trabajó durante un año su primera fase de conformación y exploración primaria, hacia el último semestre del 2017 comenzó una segunda etapa donde se fortalece el dialogo interdisciplinario y la consolidación de proyectos.

³ Se pueden consultar los trabajos de García (2016), (2017) y (2017a).

Bibliografía

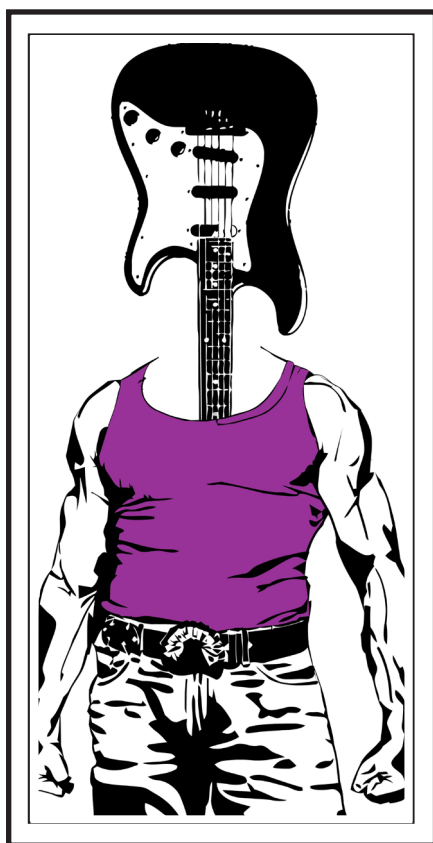
- Curran, J. Morley, D. y Walkerdine, V. (1998). *Estudios Culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo*. España: Paidós.
- Galindo, J. (2005) *Hacia una Comunicología Posible*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Galindo, J. (2011) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*. Argentina: Homo Sapiens / Universidad Nacional del Rosario / Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Galindo, J. (2012). *Grupo Ingeniería en Comunicación Social. Presentación de la historia de un programa de trabajo*. Alter, Enfoques Críticos. Año III, Núm. 5 Enero – Junio.
- Galindo, J. (2012a) *Comunicología e ingeniería en comunicación social del conflicto y la articulación. Apuntes para un programa de trabajo en comuniconomía de la comunicación estratégica*. Intersticios Sociales, núm. 3, marzo-agosto. pp. 1-35. México: El Colegio de Jalisco.
- Galindo, J. (2015) *Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un Programa General*, Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.
- Galindo, J. (2015a) *EL GICOM. Grupo de Ingeniería en Comunicación Social. Apunte general sintético de la historia de un programa de trabajo*. Razón y Palabra, núm. 90, Junio – Agosto. México. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N90/Monotematico/00_Galindo_M90.pdf
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

- García, E. (2016). Ingeniería en Comunicación Social, Cultura de Participación y estéticas del Rock. Lo que la Música le hace a la construcción colectiva. En Gómez, H. (2016) *Estéticas del Rock. Vol. I*. México: UIA León, UCEM, UIA Puebla, Instituto de Cultura de León.
- García, E. (2017). Ingeniería en Comunicación Social de la Música y sus públicos: Las Estéticas del Rock en dos generaciones o De lo que los padres e hijos consideran que es el Rock. En Gómez, H. (2017) *Estéticas del Rock. Vol. II*. México: UIA León, UCEM, UIA Puebla, Instituto de Cultura de León.
- García, E. (2017a). Ingeniería en Comunicación Social de la música y sus públicos: Contenidos básicos para comprender su estudio. En Galindo, J. (2017) *Ingeniería en Comunicación Social de la Música*. [En prensa]
- Gómez, H. (1995). *Radio, Campo Cultural y mediaciones. Apuestas y propuestas para pensar la Radio en León*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Año/Vol. I. Núm. 001. Colima: UCOL.
- Gómez, H. (2001). *Cartografías Urbanas. Y el equipamiento Cultural en León*. México: CNCA / IMPLAN / Ibero León.
- González, J. (1994). Las cultura(s). *Ensayos sobre realidades plurales*. Mexico: CNCA
- González, J. (2001) *Frentes culturales: para una comprensión dialógica de las culturas contemporáneas*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época II. Vol. VII. Núm. 14. Colima: UCOL.
- Grossberg, L. (2010). *Estudios culturales. Teoría, política y práctica*. Valencia: Letra Capital.
- Hall, S. (1994) *Estudios culturales: dos paradigmas*. Revista Causas y Azares N° 1. Buenos Aires.
- Hoggart, R. (1958) *The Uses of Literacy*. Great Britain: Penguin Books Ltda.
- Macías, N. y Cardona, D. (2007) *Comunicometodología*, UIC, México.

- Mandoki, K. (2006) *Prácticas Estéticas e Identidades Sociales*. Porsaiica Dos. México: Siglo XXI Editores.
- Mandoki, K. (2008) *Estética cotidiana y juegos de la cultura*: Prosaica I. México: Siglo XXI Editores.
- Mandoki, K. (2013) *El indispensable exceso de la estética*. México: Siglo XXI Editores.
- Martin Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili.
- Martínez, J. (2014). *La música es así*. México: Secretaría de Cultura de San Luis Potosí.
- Martínez, L. (2013). *Música y Cultura Alternativa. Hacia un perfil de la cultura del rock mexicano de finales del siglo XX*. México: UIA Puebla / ITESO.
- Muggiati, R. (1974). *Rock el grito y el mito*. México: Siglo XXI.
- Restrepo, E. (S/F). *Estudios Culturales en América Latina. Dossiê sobre cultura popular urbana*. Revista De Estudos Culturais. Vol. 1. Disponible en <http://www.each.usp.br/revistaec/?q=revista/1/estudios-culturales-en-am%C3%A9rica-latina>. Consultado el 13 de febrero de 2017.
- Reynolds, S. (2010) *Después del Rock. Psicodelia, Postpunk, Electrónica y otras revoluciones inconclusas*. Argentina: Caja Negra editora.
- Reynoso, C. (2000). *Apogeo y decadencia de los Estudios Culturales. Una visión antropológica*. Barcelona: Gedisa.
- Richard, N. et.al. (2010). *En torno a los estudios culturales localidades, trayectorias y disputas*. Chile: Editorial Arcis.
- Thompson, E.P. (1963), *The making of the English Working Class*. New York: Vintage Books· A Division of Random House.
- Williams, R. (2001) *Cultura y Sociedad 1780-1950*. De Coleridge a Orwell. Nueva Visión. Buenos Aires, Argentina. [1958, Versión en inglés]

CAPÍTULO CUATRO

Edgar Josué García



INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, CULTURA DE PARTICIPACIÓN Y ESTÉTICAS DEL ROCK. Lo que la música le hace a la construcción colectiva

Edgar Josué García López

Si algún día nos meten a la cárcel por descargar música ilegalmente, sólo espero que nos separen por gustos musicales.

Anónimo. Mensaje que circula en la web

La música que escuchamos constituye algo muy especial para nosotros, no porque esa música sea más auténtica que otra, sino porque de un modo mucho más intuitivo nos provee de una experiencia que trasciende la cotidianidad y que nos permite salirnos de nosotros mismos.

Simon Frith

I. Sobre Ingeniería en Comunicación Social

En todo proceso de construcción social convergen dos sistemas, los de información y los de comunicación: los primeros se refieren al devenir histórico de las personas, sus programas narrativos; los segundos son los cambios estructurales, sistémicos, ecológicos que presentan los primeros, los cambios, las alternativas, las incorporaciones; al menos así lo comprende la Ingeniería en Comunicación Social, que desarrolla Jesús Galindo y el Grupo Hacia una Ingeniería en Comunicación Social GICOM). La respuesta al cuestionamiento sobre lo que la música le hace la constitución de la colectividad, se fundamenta en esta perspectiva.

¿Por qué desde la Ingeniería en Comunicación Social? La base para sintetizar una ingeniería social es la cultura de investigación asentada en una cultura científica; como señala

Galindo (2014), la ciencia se provee de dos configuraciones que la empoderan ante el mundo: las cosas que observamos y el método para construir ese sentido a partir de la investigación sistematizada. Bajo una mirada Piagetana, menciona el autor, se puede apreciar que la vida humana va detrás de la acción y que la organización cognitiva viene detrás. La observación deberá entender el inicio del proceso constructivo del conocimiento, como la base del método científico, con elementos individuales, psicogenéticos, colectivos, grupales y sociogenéticos. La investigación busca entender y aprovechar su composición y organización e intenta expandirla y enriquecerla. La información es el objeto de pensamiento en que la observación científica se concentra, apoyándose del registro, descripción, sistematización, análisis, organización y síntesis en conocimiento de lo observado.

El método, metodología y tecnologías de investigación trabajan sobre informaciones observadas; la cultura de investigación se compone de las formas configuradas de la observación para sintetizar conocimiento sobre algo que parte del mundo de la acción y que regresa al punto de partida con más recursos y conocimiento. A partir de configuraciones sociales descritas y entendidas desde la comunicación se puede comprender una ciencia de la comunicación general, no reducida a una serie de modelos que pretenden explicar los flujos de información de manera simple, sino como origen productor de acciones en la sociedad.

Es, para Galindo (2013), la Comunicología una propuesta científica sobre la comunicación social que permite observar cómo suceden las posibilidades de convivencia. El dominio de estos conocimientos facilita la intervención sobre el actuar para modificar lo que se hace y obtener otras ventajas de diversos tipos, lo cual será el resultado de la Ingeniería en Comunicación Social.

La Ingeniería en Comunicación Social, resulta de la segunda parte del trabajo de Galindo (2014) una vez que fue configurada la Comunicología como macro-teoría; por ello se menciona que esta Ingeniería parte de la información que la Comunicología observa y construye de la vida social,

sus operaciones y configuraciones; ya sea para reducirlas o mantenerlas. El diagnóstico expone la situación o estado del sistema observado, con información ordenada respecto a trayectorias, tendencias y tensiones; ahí es el momento en que el ingeniero debe decidir sobre el futuro de su objeto de estudio, señala Galindo (2014); a partir del escenario y de las necesidades, pero sobre todo de lo que se pretenda conseguir, se deberá promover lo que convenga. La información se configurará en un discurso comunicológico, interdisciplinariamente, retratando la configuración de manera sistémica y dinámica, y enfocando los cursos de acción hacia alguna meta deseable. Lo que sigue en el programa metodológico de la Ingeniería en Comunicación Social es el diseño de soluciones en donde se decide la forma y el sentido de la intervención. Para cerrar el proceso se cuenta con la aplicación técnica de la intervención que es la ejecución práctica del diseño de acción.

El ingeniero va a presentar sus alternativas favoreciendo, apoyando y reduciendo la intensidad de las diferentes opciones, beneficiando aquella con mayor probabilidad de cambio deseado por todos a través de la intervención, posteriormente le seguirán las posibilidades que son más costosas y complicadas. Al momento de decidir cuál será el curso de la intervención, el ingeniero social ha de considerar los aspectos ético, político, social, moral, de poder y de forma técnica lo que conviene más al sistema observado, por lo tanto tendrá que negociar, mediar, acordar e intervenir incluso desde sus propias líneas de dirección y conducta. Desde este programa metodológico es que se está observando la relación que existe entre la Construcción de Cultura de Participación y la Música; a continuación se ensayan algunas reflexiones que han emergido de estas aproximaciones.

II. Cultura de Participación y Música

Continuaré hablando de lo que la Cultura de Participación es y por qué es importante estudiarla. La participación es

un fenómeno que ocurre cotidianamente; el ser humano forma parte de procesos todos los días, actúa e interactúa con otros; promueve, mantiene y cambia su estado de acción dependiendo de las necesidades que se le presentan. Es toda acción colectiva orientada al logro de objetivos, expresa Fetherolf-Loutfi (2003). Participar, en su definición más simple, significa tomar parte de algo, de alguna actividad o de algún proceso. Sin embargo, su estructura organizacional es mucho más compleja; presenta distintos niveles y tipologías. Es preciso distinguir los momentos en que el sujeto participa en cada situación concreta; una persona puede presentar un grado de participación hoy y mañana otro; lo que para alguien puede ser considerado un nivel de implicación para alguien puede no serlo. Para Camps (2000), la participación es un proceso gradual, más centrado en el proceso información y de toma de decisiones.

La participación, dice Bobes (1999), depende de cada espacio en que tiene lugar, “asume vías y prácticas diferentes porque no se hace lo mismo cuando se participa en política que cuando se hace en la ejecución de proyectos de desarrollo, políticas sociales o en movimientos ciudadanos” (p.100). Para García y Dueñas (2012) la Cultura de Participación se configura y materializa mediante sistemas de participación, que se componen de otros sub-sistemas, como el de conocimiento (información – comunicación), de organización, tecnológicos e ideológicos. Son, por lo tanto, las formas de interacción humana presentes en un grupo, sus relaciones sociales, las redes de intercambio, los procesos de organización y sus métodos de acción. Es pertinente recordar que todo proceso requiere de participación, en lo común y lo extraordinario, en la familia, en la calle, en la escuela, en las instituciones gubernamentales, en las organizaciones civiles y en las empresas, en la vida cotidiana.

Si la participación es un acto individual con efecto colectivo y es necesaria para construir o transformar a la comunidad, entonces una de las preguntas que se debe plantear al inicio de cualquier estudio sobre cultura de participación es: ¿Qué conecta a las personas? Muchos son los factores que sugieren

un sentido de identidad, de pertenencia y de voluntad para integrarse a un grupo, entre ellos me he permitido explorar la música como uno de los componentes que sirve como ese pegamento de la sociedad: ¿Qué le hace la música a la construcción de la colectividad?

Las tecnologías sociales (como les llama Galindo, 2014) están cargadas de musicalidad, nuestra vida completa gira en torno al ritmo y al tiempo; nos bañamos con música, la madre duerme al hijo con una canción y parece más emotiva una escena en el cine con determinada banda sonora. La música nos lleva a determinados sitios, nos permite convivir con otros, lo mismo dedicamos una canción a nuestras parejas, que pasamos una tarde grabándole un disco o generándole un playlist on line. ¿Por qué tenemos los gustos que tenemos? ¿Cómo eso nos reúne o nos aleja de unos y de otros?

Una tecnología social elemental para la conexión interpersonal es la fiesta, en ella se conjugan factores que son determinantes para la interacción; y ahí la música juega un papel determinante, se apropia del espacio, lo mismo en reuniones exclusivas de la alta sociedad que en las fiestas patronales o en los toquines de la cuadra en calles cerradas del barrio. La música une y separa, segrega, señala sectorialmente comunidades, lo hace de manera explícita con la forma de vestir, de hablar, de bailar, donde el cuerpo termina y comienza el del otro. También lo hace en las empatías, implícitamente, casi de manera invisible, inadvertida, seleccionamos con quien reunirnos y con quien no hacerlo, o escogemos los momentos en los cuáles si y en cuáles no. Los roqueros, los poperos, los gruperos. La música nos cataloga.

Sólo la música parece crear ese sentido de identidad que difícilmente nos dan otras expresiones artísticas, la gente no se clasifica en virtud de sus gustos teatrales, cinematográficos, o escultóricos. No hay así renacenteros o expresioneros como hay roqueros, no hay tragedieros o saineteros como hay hiphoperos. Cada expresión musical está cargada de un peso simbólico que juega un papel determinante en la

construcción social, identifica, separa, clasifica y ordena; como señala Frith (1987) esto es más evidente si se observan las formas en que refiere a los géneros musicales y otras formas de denominarles como la “música negra” que para algunos establece una noción muy concreta de lo que es “ser negro”.

La música nos hace participantes porque nos lleva a otro plano de expresión que no nos da otro fenómeno, no sólo nos permite escuchar, nos lleva a gritar, a cantar, a expresar. Nos hace sentir el ritmo y casi inconscientemente nos lleva a bailar. Bailar nos expone, nos reúne, nos conecta, hace que nuestra piel se pegue a la del otro, pero eso no sería posible sin la música. El baile es otro fenómeno social que requeriría un tratamiento especial, independiente, otro seminario.

III. Estéticas del rock

Al hablar de estudios sobre Rock, uno de los conceptos que se debe atender es el de la globalización. Para García Canclini (1999) la globalización es un mercado mundial donde los bienes se desterritorializan y las tecnologías juegan un papel determinante, es un nuevo régimen de producción del espacio y tiempo; no es un paradigma científico, político o cultural, sino un resultado de múltiples movimientos, contradicciones y conexiones entre local-global y local-local. Beck (2002) reconoce que la globalización no es tener presencia en todo el mundo, sino ser parte de la vida de cada cultura. En términos de interacción humana no consiste en que estemos todos disponibles para todos, tampoco significa estar en todos los sitios. La comunicación tiene un papel determinante en este proceso cuando permite imaginar referentes globales, espacios significativos, geosímbolos como los denomina Giménez (1996). Insiste García Canclini (1999) en que más allá de las paredes de las comunidades nacionales se dispersan bienes, personas y mensajes, para ocuparse de procesos globales hay que hacerlo de gente que migra o viaja, los actores no se evaporan en sociedades anónimas. Clifford (1999, citado

por García Canclini) está convencido de que ya no es posible entender la globalización desde una antropología cuyo objeto de estudio siguen siendo las culturas locales, tradicionales, estables y no las culturas translocales, las mediaciones entre los espacios donde se habita y los itinerarios.

Lo anterior favorece modalidades de fans iguales en diferentes partes del mundo, el Internet nos ha dado la posibilidad de adquirir un disco justo en su lanzamiento mundial, asistir a un concierto que será escuchado por miles de personas en todo el orbe, así como formar parte de clubes de fans en Facebook conformado por jóvenes de nacionalidades diversas. Hay un sentido de conexión que hace colectivo cuando sólo se comparte una preferencia musical, persiste una concepción simbólica global del rockero. En el caso del Rock, como cualquier otra expresión de música popular, se asocia el género musical con un grupo social determinado; sin embargo la pregunta principal radica en conocer ¿cuál Rock? y ¿qué grupo social? Para Gómez (2012) el rock acompaña la vida; las personas se definen y definen su comportamiento según el soundtrack de su cotidianidad, algunos crecen lo mismo con los Beatles, que con Frank Zappa, Pink Floyd, Enrique Guzmán, Angélica María, Charlie García, Los Toreros Muertos o Café Tacuba. El Rock tiene una autonomía estética resultante de la combinación de razones que se desprenden de la música culta como de la folklórica, señala Frith (1987), en su calidad de música folklórica el rock representa a un determinado colectivo, los jóvenes; como música culta es resultado de una sensibilidad individual y creativa. La estética del rock está condicionada por el sentido de autenticidad.

Los jóvenes de hoy, los jóvenes de ayer, los adultos de ayer, los adultos de hoy, los adultos de mañana, para cada caso el Rock representa algo diferente, el sentido de protesta, el gusto por la buena música, el amor por los clásicos, las alternativas a la música plástica o comercial; la música nos proporciona posibilidades de administrar nuestras vidas, lo emocional y lo intelectual, lo público y lo privado, el Rock nos acompaña a lo largo de nuestra vida y nuestros espacios, crece con nosotros, crecemos con la música, nos transformamos juntos

y en ocasiones todo parece indicar que en realidad no nos gustaba el Rock, sino el Rock de una época y todo lo que ello implicaba en ese tiempo, nuestro momento.

En las canciones que sentimos hay un gradiente de posibilidades de expresar en la voz de otros lo que queremos, lo que sentimos y pensamos; y que no resulta tan sencillo hacerlo por nosotros mismos. Para Frith (1987) esos mensajes no reemplazan nuestras conversaciones, no es que el cantante vaya a cortejar en nuestro nombre, pero sí provocan que nuestros sentimientos se manifiesten de una manera más emotiva, más convincente, más viva.

La globalización nos ha permitido reconocer de una forma más clara, menos culposa, que más allá de las cargas simbólicas con que se suele embestir al Rock y sus manifestaciones; éste no deja de ser una expresión de la música popular, como tal producida en origen como mercancía, se pretende obtener beneficios de ella en su distribución a través de los medios de comunicación como cultura de masas; la música de éxito es aquella que logra definir su propio estándar estético (Frith, 1987). En la práctica lo que ocurre después, los significados que le otorgan los fans, los expertos, los melómanos, los neófitos, es otra cosa. La música rebasa modelos, paradigmas, fronteras y épocas. La sociología ha comprobado que la matriz cultural identitaria no se altera, sino solo se adapta a nuevas situaciones. Entiéndase, explica Santos Jara (1991), que la identidad se recompone, se redefine y se readapta sobre la base de la antigua identidad y de la matriz cultural que la soporta. La cultura no pertenece a ningún espacio, sobre todo por los flujos migratorios que la trasladan, pero el estudio de la cultura sí. No obstante Ortiz (1999) considera que si es necesario una mirada desterritorializada para partir a construir objetos de estudio. La nueva forma de referencia deberá ser el mundo.

Otro concepto necesario en el estudio del Rock es, desde mi punto de vista, el espacio, y entonces uno de los referentes necesarios es De Certeau (2000); desde su perspectiva el espacio es un lugar practicado, un cruce de elementos en

movimiento, por ejemplo los caminantes transforman en espacio la calle, definida por el urbanismo como lugar. Lo mismo ocurre con los músicos o los escuchas que se apropian del lugar. Merleau-Ponty (1993) distingue por lo menos tres tipos de espacio: geométrico, antropológico y existencial, ese es un tema que en otro momento se ha de abordar, lo interesante resulta ser que el término espacio es más abstracto que el de lugar, la distinción entre no lugares y lugares pasa por la oposición del lugar con el espacio, de acuerdo con Augé (1992). Para el autor un lugar es el espacio de identidad, es relacional e histórico. En tanto que el No Lugar es un espacio que no puede definirse ni como un espacio de identidad, ni como relacional, ni como histórico, son realidades complementarias pero distintas, relacionado con ciertos fines como transporte, comercio, ocio; espacios de tránsito, autopistas, comercios, habitaciones de hotel, entre otros.

Por su parte Giménez (1996) admite que la pertenencia socio-territorial se articula y combina en un mismo individuo con una multiplicidad de pertenencias de carácter no territorial, como la identidad religiosa, política, ocupacional o generacional, por mencionar algunos; este apego asume un valor simbólico-expresivo y una carga emocional por sí mismo. Así parece ocioso hablar de “desterritorialización” con respecto a las formas objetivadas de la cultura en términos ecológicos o etnográficos. No se puede arrancar de su lugar un geosímbolo. La experiencia de la música es una experiencia de ubicación, en respuesta a una canción las personas suelen sentirse atraídos hacia relaciones afectivas y emocionales con los otros, sobre todo los que comparten sus mismos gustos; también lo hacen hacia los espacios, el territorio, su terruño.

Las diversas formas de consumo son una afirmación de la colectividad, lo que escuchamos se incrusta en una parte de nuestra identidad y la incorporamos a la concepción que tenemos de nosotros mismos, posteriormente la transferimos a la percepción que tenemos de nuestros grupos, nuestra

gente; así construimos alianzas, colectivos, nos pertenecemos. Para Frith (1987) las funciones sociales de la música están relacionadas con la identidad, el manejo de sentimientos y la organización del tiempo; lo que a su vez depende de nuestra concepción de la música como algo que puede ser poseído.

Conclusiones

La música es representativa de una forma de ser o de lo que se aspira a ser, de estilos de pensamiento, de comportamientos; la música contribuye a la conformación de la personalidad, confiere de una identidad a la gente, la dispone en grupos sociales, aunque esto no quiere decir que la gente sólo se junte con aquellos que tengan sus mismos gustos o que escuchen el mismo género musical.

Por otro lado el Rock es a menudo pieza clave para recordar vivencias anteriores; evoca, transporta y construye, aunque sea por unos minutos, una realidad paralela cargada de añoranza, como comenta Gómez (2015) nos hace estar en otro lado, con otra gente. Para algunos las expresiones de antaño es música de culto, para otros las expresiones contemporáneas son el termómetro de la vida social, del sistema cultural, económico y político. Asimismo ha servido para encabezar causas de lucha, de resistencia y de protesta; aunque en sí misma no es ni revolucionaria ni reaccionaria. Lo que es pertinente señalar es que el Rock solamente puede provocar esos efectos en las personas por el poder que los mismos fans le han conferido, ese es el origen del impacto que tiene la música sobre el colectivo y ese impacto es lo primero que se necesita comprender.

Sin embargo determinar las significaciones de la música a partir de la experiencia colectiva no es suficiente, dice Frith (1987) que incluso centrar toda la atención en la recepción colectiva de la música no bastaría para explicar por qué un tipo de música específico consigue ciertos efectos en la colectividad y otra no.

Si bien hay suficientes estudios sobre música desde varias

disciplinas como la antropología, economía, psicología o la sociología; éste no es un estudio más sobre musicología, etnomusicología o consumo cultural, no se trata de investigar sólo audiencias, géneros y circunstancias específicas; sino de comprender en términos desde la Ingeniería en Comunicación Social qué efecto tiene la música en la Construcción de Cultura de Participación y en la consolidación de la colectividad, ese es el camino, éste es el inicio.

Bibliografía

- Agustín, J. (1996). *La Contracultura en México. La Historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks y las bandas*. México: Grijalbo.
- Augé, M. (1992). *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2001) *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrorto Editores.
- Bobes, V. (1999). "Participación vs. Identidad: Mujeres en el espacio público cubano". *Ciudadanía y Representación. Perfiles Latinoamericanos*. Revista de la Sede Académica de México de la Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales, 15.
- Canales, A. y Zolniski, C. (2000) "Comunidades trasnacionales y migración en la era de la globalización", en *Simposio sobre Migración Internacional en las Américas*, septiembre. En la red: http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/8852/lcg2124P_7.pdf Consultado el 20 enero de 2014.
- Camps, F. (2000). "Participación comunitaria y gestión alternativa de conflictos" [en línea]. Disponible en: revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/download/.../8076 [consultado: julio de 2012].

- Cruces, F. et.al. (eds), *Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología*. Madrid: Ed. Trotta, 2001.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano I. Artes de Hacer*. México: UIA-ITESO.
- Fetherolf-Loutfi, M. (2003). “Una definición operativa de participación”. *CINTERFOR*. Revista de la Organización Internacional del Trabajo.
- Frith, S. (1987). *Towards an aesthetic of popular music*. En Leepert, P. y McClary, S. (eds.) *The politics of composition, performance and reception*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Frith, S. (1978). *Sociología del Rock*. Madrid: Ediciones Jucar.
- Galindo, J. (2011) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*. Argentina: Homo Sapiens / Universidad Nacional del Rosario / Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Galindo, J. (2012) *Ingeniería en Comunicación Social y Deporte*. México: INDECUS A.C.
- Galindo, J. (2014). *Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un programa general*. México: BUAP.
- García, E. (2012). El lugar de la construcción de cultura de participación en la ingeniería social. *Apuntes para reflexionar la práctica*. ALTER, ENFOQUES CRÍTICOS. Año III, Núm. 5 Enero – Junio.
- García, E., y Dueñas, L. (2012). “El estudio de la cultura de participación, aproximación a la demarcación del concepto” [en línea]. *Razón y Palabra*, 80, agosto-octubre. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/07_DuenasGarcia_M80.pdf
- García, E. (2014), *Introducción a la Cultura de Participación. Participación, currículum y sociedad*. México: UCEM-GICOM
- Giménez G. (1996). “Territorio y Cultura”. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Número 4, Epoca II, Vol.II, Universidad de Colima, 1996.
- Gómez, H. (2012). *Crece en la ciudad. De la construcción de*

- lo juvenil en la ciudad a la música de los Beatles para todos los días. Hacia un proyecto de ingeniería en comunicación social.* En Ingeniería en Comunicación Social. Revista Alter Enfoques Críticos, Año III, Núm. 5, enero - junio 2012. San Luis Potosí, S.L.P., México: Universidad del Centro de México.
- Gómez, H. (2015). *Estar en otra parte: Tiempos de crecer siendo un fan, cuatro textos sobre traslados en la cultura y la comunicación.* León, Gto.: Universidad Iberoamericana León.
- González, R. (2003). *El Rock. La comunicación de masas y la revolución cultural.* México: Fantasmagórica Ediciones.
- Merleau-Ponty, M. (1993). *Fenomenología de la Percepción.* Madrid: Planeta.
- Ortiz, R. (1998) "Ciencias Sociales, globalización y paradigmas". En Ortiz, R. (1998), *Otro Territorio.* Ensayos sobre el mundo contemporáneo. Colombia: Convenio Andrés Bello. Pp157-158.
- Reguillo, R. (1991). *En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación.* México: ITESO.
- Reynoso, C. (2000). *Apogeo y decadencia de los Estudios Culturales. Una visión antropológica.* Barcelona: Gedisa.
- Reynoso, C. (2006). *Antropología de la Música: De los géneros tribales a la globalización.* Vol. 1, Teorías de la simplicidad. Buenos Aires: Editorial SB.
- Reynoso, C. (2006). *Antropología de la Música: De los géneros tribales a la globalización.* Vol. 2, Teorías de la complejidad. Buenos Aires: Editorial SB.
- Santos Jara, E. (1991). "Migraciones internas e identidad cultural", ponencia (inérita). Presentada en el XVIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, La Habana, Cuba, 1991. En Giménez G. (1996). "Territorio y Cultura". En Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Número 4, Época II, Vol.1I, Universidad de Colima, 1996.
- Villena, L. (1975). *La Revolución Cultural. Desafío de una*

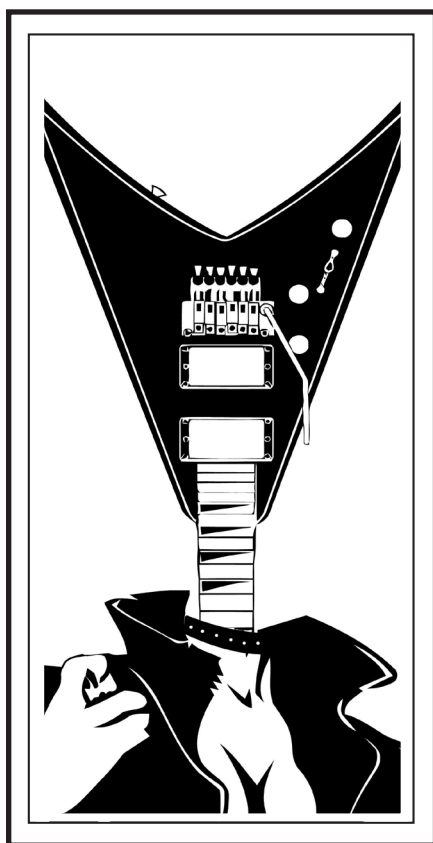
Juventud. Barcelona: Editorial Planeta.

Watts, A. (2001). *La Cultura de la contracultura*. España: Kairós.

Zolov, E. (2002). *Rebeldes con causa. La Contracultura mexicana y la crisis del Estado patriarcal*. México: Grupo Editorial Norma.

CAPÍTULO CINCO

Edgar Josué García



INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MÚSICA Y SUS PÚBLICOS. Las Estéticas del Rock en dos generaciones o de lo que los padres e hijos consideran que es el Rock

Edgar Josué García López

La música está hecha de ondas sonoras que encontramos en momentos y lugares específicos, ocurren, las percibimos y luego desaparecen. La experiencia de la música no consiste únicamente en esas ondas sonoras, sino también en el contexto en que ocurren.

David Byrne

Introducción

En 2013 inicia el trabajo del Grupo Ingeniería en Comunicación Social¹ en la ciudad de San Luis Potosí; el programa de investigación que desarrolla quien suscribe se delimita al estudio del proceso de Construcción de Cultura de Participación e Ingeniería en Comunicación Social, del que se han desprendido diversas líneas y proyectos de investigación. Para finales del 2014, dentro del marco de la preparación para el Seminario de Estéticas del Rock (SER) que se desarrollaría en abril de 2015, comienza la línea de Investigación sobre Cultura de Participación e Ingeniería en Comunicación Social de la Música y sus públicos con el proyecto “Lo que la música le hace a la construcción de la colectividad”, mismo que se publicó en el primer volumen de esta colección.

Para la versión del SER 2016, la línea general de investigación se consolida y hace nicho como línea de investigación institucional en la Universidad del Centro de México², donde

por primera vez desde su fundación se trabajan tópicos sobre ocio y recreación, prácticas y consumo cultural, música y estéticas del Rock, todas en torno a la Ingeniería en Comunicación Social.

Los primeros resultados se empiezan a presentar en diversas redes y escenarios, con públicos diversos y objetivos particulares. Las discusiones que se desprenden de estos procesos de diálogo han establecido nuevas preguntas e interesantes hipótesis que se comienzan a plantear como problemas de investigación y de intervención para la comprensión del mundo. Los estudios sobre la música y la colectividad tienen más fuerza que hace un año cuando se bosquejaban los primeros acercamientos al tema.

En el presente documento se presentan los hallazgos de una segunda línea de análisis de este proyecto que versa sobre estéticas del Rock y programas narrativos. Corresponde al ejercicio en campo de algunas premisas que se han ensayado en otros momentos y con mayor profundidad. Lo que se busca es la percepción de un grupo de personas respecto al Rock con lo que ello implica; ha sido el interés de este grupo de trabajo conocer cómo es que se han construido las aficiones y los gustos musicales de una generación a otra y cómo el Rock constituye parte del comportamiento colectivo cuando se es fan del género.

I. Sobre Ingeniería en Comunicación Social y los Programas Narrativos

Después de varios años de trabajo es sencillo encontrar en circulación documentos que con mayor o menor grado de profundidad versen sobre la Ingeniería en Comunicación Social³, por ejemplo los trabajos de Galindo (2011, 2012, 2014, 2015), García (2012, 2016), García y Dueñas (2012), Macías y Cardona (2007) y León (2015) por mencionar sólo algunos; la propuesta de Galindo (2014) se ha podido aplicar en diversos ámbitos de la vida cotidiana que van desde el deporte y la gestión cultural hasta la educación y la música, se les puede consultar para una mayor referencia.

De manera muy general, la Ingeniería en Comunicación Social se puede comprender en dos grandes bloques: primero como un programa metodológico y segundo como un fenómeno social.

Como programa metodológico tiene el objetivo de identificar y analizar situaciones, así como diagnosticar, proponer y promover. Es decir que puede provocar que las cosas se mantengan como están, se modifiquen parcial o completamente. En resumen que las cosas ocurran o no. La explicación es mucho más compleja pero se sintetiza señalando que este proceso se origina en la consolidación de conocimientos científicos, la Comunicología (Galindo, 2005), para ordenar, comprender y alterar conocimientos y acciones de la vida cotidiana. Entendido de una manera más didáctica, hay una metodología de intervención social que consta de tres grandes etapas. La primera es el diagnóstico, que, por mencionar sólo las más significativas, responde a preguntas como ¿cuál es el estado actual de la situación que se observa? o ¿qué curso se espera que tome dicho fenómeno tras una intervención?; la segunda etapa es la propuesta de soluciones, ésta resulta ser un proceso meticuloso de diseño de alternativas de acción para el objetivo deseado, es decir, si es que posterior al diagnóstico se espera que las cosas se mantengan igual, que cambien parcialmente o que se modifiquen radicalmente, en donde para cada caso el procedimiento es distinto; por último viene una etapa de implementación, que es el momento de acompañamiento del interventor, donde no sólo se trata de poner en acción un plan, sino de observar y evaluar cómo responde una situación a cada operación efectuada; Galindo (2014) denomina a este proceso como Ingeniería en Comunicación Social.

El segundo bloque se refiere a la Ingeniería en Comunicación Social como un fenómeno, como el tejido de lo que acontece en la vida cotidiana en el tiempo y en el espacio. Es comprendida por el GICOM como la concatenación de acciones que realizan las personas diariamente, solas o acompañadas, consientes, o no tanto, de lo que hacen y de sus consecuencias.

Todo eso que ocurre en la sociedad es una ingeniería (presente) y resultado de otras ingenierías (pasadas) porque es planeado y engendrado por los mismos seres humanos a través de sus propias instituciones sociales y sus reglas, sus roles, sus ideas; cada comportamiento es resultado de las relaciones de ayer y ahora; cada forma de ser resulta de la educación, la familia, las creencias religiosas o espirituales y los conocimientos científicos, entre otros; son formas de pensar y hacer que, con moderadas alteraciones, se transmiten de generación en generación, por lo que se constituyen en trayectorias (descripción de conductas pasadas) y tendencias (prescripción de comportamientos futuros). En otras palabras, en todo proceso de construcción social convergen dos sistemas, los de Información que se refieren al devenir histórico de las personas (el pasado) y los de Comunicación que son los que se encuentran activos (el presente). Se puede decir que los Sistemas de Comunicación son los cambios estructurales, sistémicos y ecológicos de los Sistemas de Información que se encuentran en constante permutación porque están operando aquí y ahora. Entonces al hablar de Sistemas de Información y Comunicación se presume que la Comunicación, en su sentido más complejo, se encuentra al centro del proceso, por lo que se muestra necesario llamarle no sólo Ingeniería Social, sino Ingeniería en Comunicación Social.

En síntesis como Ingeniería en Comunicación Social el GICOM comprende el fenómeno social que observa y el programa metodológico con el cual lo interviene.

II. ¿Por qué desde la Ingeniería en Comunicación Social?

La música como cualquier otro comportamiento está marcado por una historia, aun cuando nos consideremos originales hay un pasado que nos perfila, repetimos patrones, seguimos programas, programas narrativos, somos discursos que mantienen mensajes pero alteran sus códigos o que mantienen los códigos para alterar los mensajes.

La vida misma pareciera ocurrir espontáneamente, pero no es así. Esos sucesos se gestaron en algún momento, en alguna interacción, en alguna etapa de la vida de la humanidad o de alguna sociedad en específico; se establecieron, normas, acuerdos, convenios, concesiones, que sirvieron para establecer un orden en particular que se asumió como lo normal y se fundaron instituciones que debieron encargarse de hacer cumplir esas reglas para mantener el estado ideal a lo largo del tiempo. Generación tras generación han ido transmitiéndose con algunas mutaciones, pequeñas alteraciones; anteriormente se les han señalado desde la Ingeniería en Comunicación Social como Sistemas de Información y Sistemas de Comunicación, como trayectorias y tendencias; toca el turno de comprender que esos hilos que engarzan pasado, presente y futuro, son mecanismos diseñados para mantener un status quo, un nivel estable sobre lo que se considera un estado normal de comportamiento social, son programas que señalan el rumbo, que prescriben conductas en un marco de posibilidades y que además nos explican en nuestro carácter de grupos y subgrupos; nos describen y nos narran para dotarnos de identidad y entonces desarrollarnos en un círculo social al que más tarde queremos pertenecer o del que haremos lo posible por salir; esos programas son por tanto, para la Ingeniería en Comunicación Social, Programas Narrativos y es posible identificarlos en la operatividad de los Sistemas de Información y Comunicación de cada cultura a lo largo del tiempo.

La Ingeniería en Comunicación Social facilita la comprensión de las formas en las que operan esos programas narrativos, en el caso de la música es posible identificar el origen de los gustos en géneros, letras e intérpretes, así como sus consecuencias, sus efectos y su impacto en la configuración de redes y colectividades. Al hacerlo abre la puerta para poder incidir en dichas trayectorias y tendencias, eso es lo que nos interesa en el GICOM. Por ahora este estudio representa la etapa de diagnóstico en gustos y preferencias en dos generaciones de melómanos que se identifican con el género del Rock, para que más adelante, en otro momento de análisis, que no en

esta edición, se perfilen los programas narrativos que les dieron origen.

III. De las Estéticas del Rock

Para la Ingeniería en Comunicación Social, lo que conocemos como la estética, o las estéticas, no son otra cosa que una construcción histórica, uno más de los programas narrativos de los cuales se componen los Sistemas de Información y Comunicación ; sin embargo estos programas no se mantienen intactos del paso de una generación a otra, incluso no se mantiene intactos entre contemporáneos, pues lo que para alguno puede considerarse como admirable para otro no; tiene que ver con procesos de apropiación del sujeto frente al mundo que lo rodea, que le genera sentido y le ubica en un lugar desde el cual aprecia las configuraciones del entorno, es un acto que va del consumo a la reconfiguración identitaria, para Mandoki (2001) resulta más como un prendamiento estético, aquello que nos inclina hacia una expresión artística o a otra: “El pensamiento estético puede ocurrir por medio del oído -que se agudiza más que cualquier otro sentido en el momento de prendarnos a la música- (...) El término de <<prendamiento>> (...) trae asociadas connotaciones de fascinación, seducción, nutrición y apetencia, más afines al fenómeno que nos ocupa (p.17).”

Son justamente los programas narrativos los que operan en el prendamiento estético, para el Ingeniero Social; los gustos y preferencias se configuran históricamente, se aprenden en los grupos sociales cercanos en los que un sujeto se desenvuelve y se forma, ya sea en casa, con amigos, en la escuela o en el barrio. No quiere decir que forzosamente lo que se escucha en esos grupos se manifiesta como predilección, hay que recordar que para Galindo (2014) el giro que puede seguir particularmente un comportamiento depende de las circunstancias y condiciones que se abran o se blinden en cada proceso social formativo. Esas posibilidades se concentran en tres grandes opciones; para el caso que aquí

nos ocupa sería: primero, que se mantenga como está, a los padres y a los hijos les gusta la misma música; segundo, que se modifique parcialmente, hay ciertas variaciones en los géneros favoritos, pero se mantiene cierta línea o tolerancia en la escucha; y tercero, los gustos son completamente opuestos, incluso habría intolerancia o desaprobación a los géneros que históricamente se habían escuchado.

Mandoki (2001) explica que dichos prendamientos estéticos no sólo ocurren en el caso de la apreciación del arte, sino también en situaciones de apreciación de la vida cotidiana; en otras ocasiones la autora ha cargado de cierto misticismo el proceso estético, donde se “tiene que recurrir al eje de lo simbólico para articular una situación emocional intensa y personal, de carácter no racional y no del todo consciente (...) El símbolo (...) condensa emociones y articula sensaciones mejor que el signo” (p.94). Así, en el caso del Rock, existen fans de distintas generaciones que lo aprecian por lo que es, un género musical, una expresión artística; o bien por lo que les representa, un estilo de vida, una forma de pensamiento, un credo, un sentido de pertenencia. En otro sentido, para algunos puede ser considerado como la configuración de un movimiento social, lo que para otros será un ejercicio de mercado, es decir, un acto de consumo.

Por siglos la discusión sobre lo estético (y lo prosaico, en términos de Mandoki, a quien hemos venido recurriendo para el diálogo), se ha mantenido entre filósofos del arte que le describen de lo objetivo a lo subjetivo, de lo natural a lo divino, de lo material a lo espiritual, de lo propio a lo ajeno, de la percepción a la cualidad y de la condición a la circunstancia, entre otros. Para fines de esta investigación ese proceso epistémico es paralelo, ya que por ahora el sentido de lo estético o las estéticas se refiere a la percepción, la apreciación y la apropiación del Rock como parte esencial de las prácticas cotidianas, con una interdependencia entre lo que se escucha y el comportamiento.

La Ingeniería en Comunicación Social reconoce la música como un Sistema de Información que contiene una carga simbólica que identifica a los sujetos con una comunidad

específica, como es el caso de los rockeros. El tiempo pasa y sin embargo la música perdura, en algunos casos, intérpretes y compositores son elevados al nivel de clásicos que se escuchan y valoran de generación en generación, sin embargo para cada grupo en determinado tiempo los valores cambian, esos Sistemas de Información no operan igual. En otras palabras, las interpretaciones y significados son distintos del que escucha contemporáneamente a quien lo hace anacrónicamente, los Sistemas de Comunicación operantes varían de un tiempo al otro, en ciertas situaciones las apreciaciones perduran y se comparten, pero en otras cambian, se complementan o se contrarían; puede ser el caso de aquellos que escucharon *Revolver* de The Beatles en el 66 y para quienes lo escuchan 50 años después, para algunos, de entonces y de ahora, ese fue el disco que marcó su historia, para otros no lo fue y ahora no lo es.

Para el Ingeniero Social es evidente que la música nos hace algo en la estructuración del pensamiento y por ende en las formas en las que operamos sobre el mundo que nos rodea. En particular el Rock como una de las industrias culturales más rentables del siglo pasado, configuró un modelo de pensamiento generacional que se asumió como original y contestatario, convirtiéndole más que en un género musical en una forma de vida; la apreciación de la imagen, la ropa, el maquillaje, el cabello, el gusto por la lírica, el disfrute del sonido, la sensación de vivir fuera de un sistema o contra otro, hacen que hoy se pueda hablar de diversas estéticas, de las que fueron, de las que son, de las que serán; al GICOM le interesa conocer ¿qué se perdió, qué se mantiene?, ¿cómo son las estéticas de antes frente a las del nuevo siglo?, ¿el Rock está vivo o ha muerto?, ¿cómo se han transformado las estéticas del Rock?

IV. Metodología

La presente investigación forma parte de un programa de trabajo mayor denominado “Ingeniería en Comunicación

Social de la Música y sus Públicos: Lo que la música le hace a la Construcción de Cultura de Participación”, el cual tiene presencia, como GICOM de la Música, en la Red de Investigadores de Deporte Cultura Física, Ocio y Recreación; así como en el Seminario sobre Estéticas del Rock. El proyecto se inició en mayo de 2015⁴, ésta es la segunda línea de trabajo que comenzó en enero de 2016 y para febrero de 2017 se tiene considerado el inicio de una tercera de la que habrá noticias en la siguiente versión del SER, así el programa correrá con las tres líneas en desarrollo paralelamente.

Para probar el modelo de la Ingeniería en Comunicación Social en el fenómeno de la música, este estudio representa la etapa inicial de las tres que componen su programa metodológico: el diagnóstico. Para este primer ejercicio empírico se delimitó arbitrariamente un perfil de fans del Rock con características específicas: dos grupos, uno de padres y otro de hijos, ambos grupos con estudios universitarios (ya fueran estudiantes o graduados), de clase media y que vivieran en la capital de San Luis Potosí. La estrategia se estableció de carácter exploratorio y corte cualitativo ya que nos interesó desde un inicio conocer más de cerca la opinión de los informantes en su contexto, así fue posible que en algunas entrevistas se tuviera la oportunidad de apreciar rasgos distintivos de las preferencias a través de colecciones discográficas, hemerográficas y fotográficas, o del reconocimiento de sus espacios favoritos para escuchar música y ver videos.

En campo se realizaron 50 entrevistas semiestructuradas, 25 padres y 25 hijos, no necesariamente con lazos consanguíneos, es decir que no se entrevistaron a parejas de padres con sus hijos. Considerando lo que para autores como Reynolds (2010) representa el origen y auge del Rock de los años 50 hasta los años 70 se eligió un rango de edad para los padres de familia entre los 40 y los 80 años, de tal forma que pudieran opinar desde sus vivencias como fans de Rock contemporáneos de esas décadas hasta la actualidad, ese fue el grupo constituido por adultos y adultos de la tercera edad. En el caso de los hijos, jóvenes y adultos, se eligió un rango de edad de entre 15 y 39 años; los que constituirían la opinión de

rockeros de los años 80 hasta la actualidad, rango que para algunos es la segunda época del Rock y que para otros como el mismo Reynolds (2010) son sólo expresiones post-rock.

El interés principal del estudio radicó en conocer la opinión respecto al Rock de ambos grupos, hombres y mujeres, en su calidad de padres y de hijos. Se pretendió reconocer rasgos distintivos en sus programas narrativos para identificar como cada uno de ellos asimilaba las influencias asumidas y heredadas. El ejercicio realizado también dejó varias posibilidades de acción y nuevos cuestionamientos, lo que seguramente motivará a próximos estudios, con otros grupos, otros perfiles, en otros espacios, de tal forma que además de consolidar un panorama más completo, también permita comparaciones y delimitaciones más detalladas. Por ahora el ejercicio cumplió su cometido, explorar el tema y probar un programa metodológico en emergencia.

Para sumar nuevas miradas y voces diversas al proyecto se capacitó a un grupo de jóvenes estudiantes universitarios que se están formando como investigadores e interventores, mismos que participaron en la revisión del instrumento y en el trabajo de campo⁵.

V. Hallazgos: Entre generaciones discursos van, discursos vienen

El análisis de los testimonios tras las entrevistas revelaron que en ambas generaciones coincide la idea de que el Rock es como una enfermedad que se cura con los años, ya sea en los hijos como en los padres, jóvenes y no tan jóvenes una de las frases recurrentes fue “cuando joven fui rockero”, pero ahora ya no tengo tiempo, ya crecí, escucho de todo tipo de música, el tiempo lo cambia todo.

Prevalece la idea de que el Rockero es libre, el Rock da libertad, es un estilo de vida, siempre ha sido una forma de ser contestatario, de ser rebelde. Así, tanto hijos como padres, coinciden en que para considerarse Rockero es importante parecerlo, en algunos casos surgieron ideas como: “No me

considero rockero, porque no visto como tal, pero me gusta escucharlo”.

1. El caso de los hijos (que aún no son padres)

Como género musical perciben que un tipo de Rock puede llegar a ser música muy ruidosa, es un género que ha marcado varias generaciones, aun los grupos que no están vigentes siguen escuchándose y suenan como si lo fueran. Hay grupos recientes que asemejan, queriéndolo o no, a los clásicos y hay clásicos que se niegan a desaparecer aunque ya no se escuchen tanto como antes.

Esta generación tiene preferencia por el Rock en inglés porque lo consideran más variado, incluso en el uso de instrumentos, en español no lo es tanto. No hay que perder de vista que son universitarios de clase media con conocimiento suficiente del idioma inglés para traducir letras e incluso cantarlas. Conciben un buen Rock como aquél donde las letras se comprenden y se escuchan claramente en las interpretaciones y el malo como el que se compone de gritos y acordes poco armoniosos, para algunos de ellos sólo existe un mal Rock y “es el aquel que combina otros géneros y le quita su esencia”.

Respecto a la apariencia creen que la manera de vestir es importante para reconocer a un rockero, suelen tener una facha oscura, playeras de color negro, también los hay con camisas a cuadros, arremangadas y desabotonadas, usan accesorios como aretes, collares o pulseras, pantalones de cuero o mezclilla viejos o rotos, cabello largo o rebelde y suelen tener tatuajes. Aunque una minoría considera que la vestimenta no hace al rockero.

En materia de identidad aprecian a los Rockeros como personas que quieren ser diferentes, alguien fuera de lo común que expresa lo que quiere, es una persona que quiere libertades, suelen ser inteligentes y se les facilita ver más allá de lo que una persona común puede ver.

Con relación a la influencia que tuvo la música que se escucha o escuchó en casa durante su crecimiento sobre la configuración de sus gustos musicales, asumen como lejanos los gustos de sus padres y los propios, sólo algunos casos

asocian un grupo, una canción o un artista con momentos emotivos familiares por el cual desarrollaron afinidad por el Rock. Los géneros que se escucharon en familia varían del pop a la denominada música gruperá, de la instrumental a la ópera y del Rock and Roll en español al Rock en inglés, así como el Rock en tu idioma para los que vivieron los 80's. Las influencias más profundas dicen llegar de los hermanos mayores y amigos.

2. El caso de los padres (que algunos resultaron ser abuelos)

Como género musical ellos perciben que el Rock es símbolo de libertad que se refleja en sus letras y en la ejecución de la música, por lo mismo rompe esquemas. Consideran que apareció en la escena y entonces ya nada fue lo mismo, marcó un antes y un después en la música. Para los padres más viejos el Rock de antes era mejor, para algunos las letras de antaño eran más inocentes, haciendo referencia al Rock and Roll, específicamente.

Aun cuando varían las preferencias respecto a lo que consideran el género y a las edades, en su mayoría, los informantes coinciden en que el verdadero Rock predominó en los años 60 y 70, y que con el tiempo se ha adecuando a las formas de consumo, algunas de esas otras expresiones que mencionaron fueron el Rock en tu idioma y el Grunge. Aun así en materia de Rock señalan que es válido decir que lo que cambia es el uso de instrumentos y su comercialización aunque la esencia ha sido la misma.

Revelan en su mayoría una preferencia por el Rock en inglés, siempre mejor que en español, los que optan por el castellano lo aprecian más ligero, en casos concretos la limitante del dominio del idioma es otro factor de selección. Los más jóvenes advierten que el buen Rock es el que a cada quien le guste, los no tan jóvenes señalan que el bueno es el tranquilo y el malo es el pesado.

Respecto a la apariencia del Rockero asumen que es un sinónimo de personas alocadas, ruidosas y apasionadas, que en los principios del movimiento protestaban por lo que se

les imponía en aquellos años. Los estereotipos que se asocian a su imagen varían, hay quienes los conciben como personas impulsivas, otros expresan que se les ve como individuos que no se peinan o no se bañan, también reconocen que hay quienes los asumen como adictos o viciosos, aunque es posible que en la actualidad simplemente se les vea como alguien a quien le gusta el Rock y punto. Los más espirituales consideran que la concepción de un Rockero no tiene nada que ver con la música que escucha sino con su actitud.

La reflexión en torno a lo que el Rock es y lo que le ha dejado a la humanidad se tornó más profunda en este sector de la muestra, algunos de las ideas más relevantes se resumen en que el pop ha configurado la mentalidad de los mexicanos, todo mundo ha escuchado una canción de pop, no así de Rock. Los cambios del género se reflejan en el uso de instrumentos y su comercialización, pero en el fondo el resto es lo mismo. Cada generación en su contexto social ha influido en las configuraciones del Rock por lo que se podría asumir que han impactado en la conformación de la sociedad, por ejemplo en la lucha por los derechos humanos. Finalmente con relación a la influencia que tuvo la música que se escuchaba en casa sobre sus gustos musicales, al igual que con los hijos, las opiniones se dividieron sin importar las edades. Para algunos, la influencia es indiscutible por que de tanto escuchar la música en casa se adquirió el gusto; para otros, el paso por varios géneros fue ampliando la adaptabilidad en lo que se oía, hasta consolidar así un gusto propio.

Algunas experiencias rescatables en torno a esta parte de la charla son aquellas anécdotas en donde describen algunos casos en que se escuchaba siempre lo que el papá decidía, jamás se les preguntaba a los hijos, en otras situaciones los más chicos debía esperar su turno para el reproductor de música por lo que se acostumbraron a los discos que los hermanos mayores oían en sus reuniones sociales, hasta que les tocaba el turno de ser los últimos en la casa de los padres o hasta que se mudaban a vivir solos. Los más jóvenes

hacen referencia a que en sus casas cada quien escuchaba lo que quería, en sus habitaciones o en sus audífonos, lo más cercano a compartir la música eran en los trayectos en que se subían al auto de los padres o hermanos.

Estos son los primeros resultados de un ejercicio de exploración que delinea un panorama general sobre Estéticas del Rock y Programas Narrativos, las preguntas que se generan, más que las respuestas que se obtienen, fortalecen el interés del GICOM de la Música y sus Públicos en este fenómeno, por lo que la línea de investigación seguirá en curso los próximos años.

Conclusiones

Los datos que aquí se presentan tienen diversas limitaciones al ser éste un ejercicio exploratorio que introduce al tema. Cabe ser pertinentes al aclarar que no se delimitó una muestra de informantes clasificada por gustos en subgéneros del Rock, como el metal, el rupestre o el punk, entre otros; por supuesto hay y habrá diversas posibilidades en la clasificación y análisis de los resultados obtenidos, cada lector podrá sugerir alternativas que en definitiva generarán mayor diversidad en las reflexiones que han de servir convenientemente para futuros estudios. En el caso concreto que aquí convoca se derivan las conclusiones que enseguida se describen.

En los Sistemas de Información que perduran como programas narrativos entre ambas generaciones, se encuentra la concepción de que el Rock tiene que ver con la edad, ya que como se pudo observar, en algunos casos, tanto padres como hijos aluden a la idea de que se puede rockear mientras se es joven. Para un Ingeniero Social podría significar que con el paso de los años la gente supone que se deja de ser libre para someterse a otros modelos de interacción que los hacen sentir lejos de aquella sensación de libertad y rebeldía. Con melancolía reconocían que el paso por el Rock es una etapa de la vida.

Algunos Sistemas de Comunicación operantes en ambas generaciones relacionan la imagen del rockero con una apariencia específica, se mantienen las playeras, el color negro, el cabello largo y una apariencia descuidada. Ambos grupos coinciden en que el Rock es una manera de ser rebelde y de ser libre, en el caso concreto de los hijos una limitante para asumirse como rockeros es que ello implica cumplir muchos requisitos. Para la Ingeniería en Comunicación Social significa que existen programas que se mantienen blindando un comportamiento de contención para los jóvenes; tanto en el plano de lo político como el cultural. La eterna lucha de la juventud contra los adultos encuentra en expresiones como el Rock espacios para levantar la voz en exigencia de lo que consideran condiciones de interacción social más equitativas. En el plano de lo económico, el juego se vuelve mucho más complejo en la batalla contra el consumo, para la mayoría el Rock es la respuesta al pop que representa el común denominador de las personas que se mantienen en el plano del consumismo, algunos reconocen en ello una paradoja cuando explican que el mismo Rock ha dejado de ser revolucionario y ha pasado a ser una variable más del mercado, para otros nunca fue distinto, siempre se trató de otra manifestación de la industria cultural.

Se observa una preferencia entre el Rock de antes, para quienes lo escucharon contemporáneamente es la añoranza de una época y lo que les representaba; para los anacrónicos es el reconocimiento de que el Rock se ha venido repitiendo en la fórmula salvo contadas excepciones. Se coincide en que lo anterior era mejor, ya sea por considerársele un clásico que merece escucharse o porque después de la década de los años 70 no existe más, no hay otro. El idioma inglés goza de mayor preferencia en ambas generaciones entrevistadas, a pesar o a favor del dominio del idioma, sin embargos los padres de mayor edad no tienen duda de que el movimiento conocido como Rock and Roll fue mejor en español por intérpretes como César Costa, Enrique Guzmán o Angélica María. Lo que no dividió las opiniones fue que de una manera o de otra la música cambio con el Rock.

Los Programas Narrativos de construcción de los gustos musicales se observan con mayor blindaje en el relevo generacional del grupo de los padres con sus padres, ellos consideran que lo que escucharon en casa sí influyó en sus gustos musicales, mientras que los hijos reconocen mayor influencia de hermanos y amigos. Desde la Ingeniería en Comunicación Social esto se explica al observar el cambio de variables entre ambas generaciones, como son los espacios de convivencia, el desarrollo tecnológico, el crecimiento de la industria mediática, el acceso a la información, los modelos parentales de formación en casa, es decir la permisibilidad en la libre expresión de los jóvenes y el incremento la oferta musical, entre otros.

El interés por lo estético en la música toma rumbo, el camino es largo y las preguntas cada vez más complejas. Este es el inicio.

Notas

¹ El Grupo hacia una Ingeniería en Comunicación Social, GICOM, es un grupo formado desde principios de la década del 2000 que ha tomado fuerza y presencia en los últimos 8 años, para conocer más al respecto se puede consultar el sitio web www.gicom.com.mx, el que suscribe es miembro fundador.

² La Universidad del Centro de México es una institución de educación superior particular, de inspiración cristiana, con 30 años de vida, desde el año 2010 cuenta con un departamento de investigación.

³ Se puede consultar material del Grupo Ingeniería en Comunicación Social en su página de internet, www.gicom.com.mx

⁴ Los primeros acercamientos reflexivos sobre el fenómeno, correspondientes a la línea inicial, se encuentran publicados en otros textos, entre ellos el Volumen I de esta colección, en García (2016).

⁵ El grupo de investigadores universitarios lo conformaron: Eduardo Alba, Adriana Alvarado, Daniel Álvarez, Teresa Barbosa, Sandy Bell Espinosa, Penélope Fajardo, América Gamboa, Myriam González, Pilar Ibarra, Fernanda Jaramillo, Eneida Jiménez, Alejandra Lara,

Claudia Lee, César López, Gabriela Moreno, Miguel Quiroz, Susana Silva y Aida Vázquez.

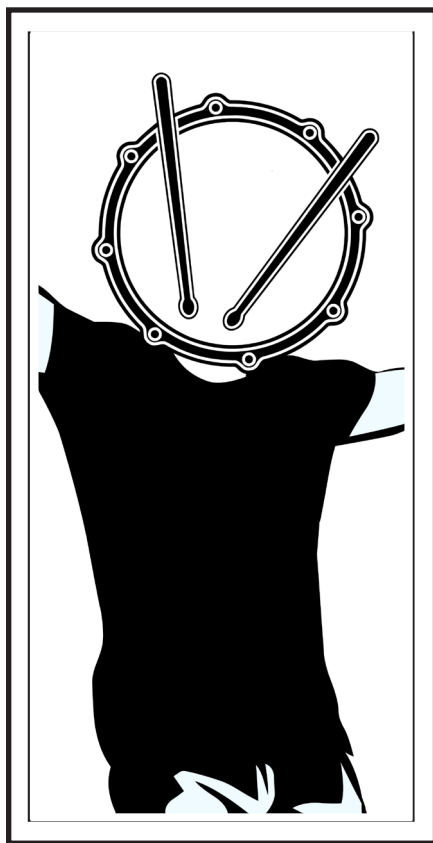
Referencias Documentales

- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano I. Artes de Hacer*. México: UIA-ITESO.
- Feixa, C.; Molina, F. y Alsinet, C. (2002). *Movimientos juveniles en América Latina. Pachucos, malandros, punketas*. España: Ariel social.
- Galindo, J. (2005) *Hacia una Comunicología Posible*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Galindo, J. (2011) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*. Argentina: Homo Sapiens / Universidad Nacional del Rosario / Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Galindo, J. (2012) *Ingeniería en Comunicación Social y Deporte*. México: INDECUS A.C.
- Galindo, J. (2015) *Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un Programa General*, Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.
- García, E. (2014). *Introducción a la Cultura de Participación. Participación, Currículum y Educación Superior*. México: Universidad del Centro de México y Grupo hacia una Ingeniería en Comunicación Social.
- García, E. (2012). *El lugar de la construcción de cultura de participación en la ingeniería social. Apuntes para reflexionar la práctica*. ALTER, ENFOQUES CRÍTICOS. Año III, Núm. 5 Enero – Junio.
- García, E. (2016). Ingeniería en Comunicación Social, Cultura de Participación y estéticas del Rock. Lo que la Música le hace a la construcción colectiva. En Gómez, H. (2016) *Estéticas del Rock. Vol. I*. México: UIA León, UCEM, UIA Puebla, Instituto de Cultura de León.

- García, E. y Dueñas, R. (2012). El estudio de la cultura de participación, aproximación a la demarcación del concepto. En *Razón y palabra*. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/07_DuenasGarcia_M80.pdf.
- Goffman, I. (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Kant, I. (2006) *Crítica del juicio*. España: Espasa.
- León, B. (2015). Ingeniería en Comunicación social y familia. Un modelo de diagnóstico en el caso de familias de clase media de playas de Tijuana. En *Razón y palabra*. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N90/Monotematico/07_Leon_M90.pdf
- Macías, N. y Cardona, D. (2007) *Comunicometodología*, UIC, México.
- Mandoki, K. (2001) *Análisis paralelo en la poética y la prosaica; Un modelo de estética aplicada*. En Aisthesis n° 34. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Estética. Disponible en http://estetica.uc.cl/images/stories/Aisthesis1/Aisthesis34/anlisis%20paralelo%20en%20la%20poetica%20y%20la%20prosaica_katya%20mandoki.pdf
- Mandoki, K. (2008) *Estética cotidiana y juegos de la cultura: Prosaica I*. México: Siglo XXI Editores.
- Mandoki, K. (2006) *Prácticas Estéticas e Identidades Sociales*. Porsica Dos. México: Siglo XXI Editores.
- Reynolds, S. (2010) *Después del Rock. Psicodelia, Postpunk, Electrónica y otras revoluciones inconclusas*. Argentina: Caja Negra editora.
- Reynoso, C. (2006). *Antropología de la Música: De los géneros tribales a la globalización*. Vol. 1, Teorías de la simplicidad. Buenos Aires: Editorial SB.
- Shiller, F. (1043). *La educación estética del hombre*. Buenos Aires: Col. Austral.

CAPÍTULO SEIS

Héctor Gómez



LET IT BLEED. De retornos de la cultura en tiempos del streaming¹.

Héctor Gómez Vargas

Se ha dicho, y se sigue diciendo, que la música electrónica es la “música del futuro”, ese hilo musical que escucharán nuestros hijos porque, claro está, nuestra música es todavía otra.

Javier Blánquez y Omar Morera,
Loops, una historia de la música electrónica.

A finales del siglo XX, el teórico y crítico de la cultura Jesús Martín Barbero² señalaba que la crítica a la televisión “se exagera, desde todos los ángulos, los oficios y las disciplinas”. Si bien reconocía que no faltaban motivos para criticar a la televisión, lo que cansaba era “la exasperación de la queja”, y ponía de ejemplo a un joven y destacado escritor colombiano. Martín Barbero decía: Si la cultura es menos el paisaje que vemos que la mirada con que lo vemos, uno empieza a sospechar que el alegato habla menos de la televisión que de la mirada radicalmente decepcionada del pensador sobre las pobres gentes de hoy, incapaces de calma, de silencio y soledad, y compulsivamente necesitadas de movimiento, de luz y de bulla, que es lo que proporciona la televisión.

Toca decir, para los no enterados, que Martín Barbero ha sido toda una figura internacional para reformular las visiones parciales y mañosas de la cultura y que se manifestó en su libro *De los medios a las mediaciones*. Años antes ya había señalado la trampa de intelectuales, académicos e investigadores al hablar de la cultura desde su propia mirada y que por lo general tenía como resultado la creación de proyectos culturales, artísticos y educativos desde la base de

una concepción crítica pero elitista e intelectual, dejando de lado la experiencia y sensibilidad histórica y colectiva de las mayorías y que era donde se podía encontrar los mundos de sentido que se estaban resintiendo frente a transformaciones amplias y profundas de la vida social desde la década de los ochenta del siglo pasado.

Bajo consideraciones como las de Martín Barbero, mi trayectoria académica me ha llevado a observar las transformaciones de la cultura desde la vivencia de las personas a lo largo del siglo XX, y desde hace unos años fui consciente de la importancia de la experiencia de crecer de distintas generaciones de hombres y mujeres y del papel que desempeña en ese proceso biográfico la música y lo audiovisual, para entender la conformación de los públicos de la cultura. La apuesta fue centrar la atención en el médium de la música para entender a la cultura y a la comunicación contemporánea, y por ello, se creó el Programa de Estudios Culturales de la Música, y en los tres últimos años se han desarrollado dos proyectos: El Seminario Estéticas del Rock y el Seminario de Estudios Culturales de los Beatles.

Fue dentro de estos entornos y propuestas donde apareció el proyecto de este libro que ya se comentó en la introducción. Este libro tenía como intención una exploración de la cultura y de la música pop desde la experiencia personal, entendiendo en ello que se pretendía hacer una serie de observaciones sobre las transformaciones de la sociedad desde la segunda mitad del siglo XX hasta el momento, y para ello se reconocía el papel de quien genera la revisión como un sujeto de segundo grado: por ello la experiencia personal era importante, lo mismo las maneras de abordarlos para generar procesos reflexivos³. Fue un ejercicio para propiciar una visión mayor, que devendría conforme se recuperaban textos ya escritos, pero con una intensidad paralela, o mientras se pensaba y se escribía. Todo ello con la idea de tener una mirada más de conjunto al final del proceso, algo que ha venido sucediendo y que a partir de ello se está procesando un nuevo proyecto sobre la música en la ciudad.

El cierre de este libro es parte de esa visión de conjunto, y que se presenta a continuación a través de tres imágenes básicas que me permiten hacer un cierre de lo reflexionado, y tener en cuenta para lo que vendrá más adelante. La clave es entender el presente de la cultura y de la comunicación, desde lo que ha sido en el pasado la cultura y la música pop.

I. Primera parte

A su lado se escucha *Let It Bleed* en un tocadiscos de pilas. Pero ignoran el inglés y qué carajos, hay piezas muy bonitas y a uno le gusta tocar la guitarra.

Carlos Monsiváis, *Días de aguardar*.

Hay algo en la cultura contemporánea que tiene un tufillo de ese México Pop de los sesenta y setenta del que da cuenta Carlos Monsiváis en su libro, *Días de aguardar*. Al inicio de su libro, Monsiváis afirma, “El país en ascenso”, y se pregunta, “¿Dónde se localiza su personalidad moderna?”, y responde: En el crecimiento de la industria, en el desenvolvimiento de la banca, en el impulso desarrollista de las ciudades. México y la explosión demográfica. México y el auge de la burguesía nacional. México y las inversiones extranjeras. La dimensión contemporánea se ve estimulada a contrario sensu por las nuevas subculturas y de modo afirmativo, por el estallido que deposita en cada hogar automóviles y refrigeradores.

Las crónicas de Monsiváis de finales de los sesenta e inicios de los setenta, *Días de aguardar* y *Amor perdido*, manifiestan un momento de entusiasmo y de desconcierto en el país porque era como si algo estuviera sucediendo que se desdoblaba y que se manifestaba en su vida social, en el entusiasmo de ser algo distinto que no tenía en el pasado ante todo lo que estaba sucediendo, y hacia dónde se dirigía una energía social, sin tener claro en qué iba a parar todo. Retornar a las crónicas de Monsiváis para entender los contextos de la cultura contemporánea, aquella que se ha venido conformando en las primeras décadas del siglo XXI, puede parecer una

manera de proceder extraña y errónea porque esa época se ve tan lejana ya que, a primera vista, no tiene nada que ver con lo que hoy vivimos. Hay una sensación generalizada de que el pasado es algo que no tiene que ver con todo lo nuevo que está emergiendo en el país, en el mundo, en la vida de las personas. Pero igualmente hay una sensación de que parte de lo que está sucediendo en el país, en el mundo, y que parece mover el ánimo colectivo pero que no se sabe exactamente dónde está porque permanece en estado latente, como lo expresa Gumbrecht⁴ del caso de Alemania después de la segunda Guerra Mundial, y que definió un tanto lo que sucedería con las experiencias de las generaciones de la segunda mitad del siglo XX. Lo que está y permanece en condición de latencia⁵ en el tiempo y en el espacio, lleva a la pregunta sobre el pasado a la manera como lo indica Michel de Certeau⁶, es decir, para distinguir lo que el pasado ordena “sin nosotros saberlo” la inteligencia del presente.

Cuando digo que hay un olor en el ambiente de la cultura contemporánea que recuerda a la emergencia de la cultura de masas de los sesenta y setenta, se debe a que hay algo de ese pasado que ordena la “inteligencia del presente”, una permanencia en la vida moderna que se ha manifestado sobre un régimen del tiempo que alrededor del presente y que en varias ocasiones ponen a prueba la continuidad del pasado y lo actual. En el hablar sobre los jóvenes de la “onda” a principios de los setenta, Monsiváis⁷, uno se puede preguntar si no es lo que ha venido sucediendo bajo entornos transmedia en los cuales discurre la nueva vida social, de jóvenes como los millennials y los post millennials: Culturalmente predomina el oído sobre lo leído. Antes, todavía en la década anterior, las películas eran las grandes influencias; ahora es la música. La afirmación de John Lennon es válida en cualquier parte: “Era la única cosa importante de todo lo que sucedía cuando yo tenía quince años. El rocanrol era real, todo lo demás era irreal”.

Hablar de los Beatles, los Rolling Stones, el rock Progresivo, y de toda la cultura histórica del rock, de aquello que ahora se llama como “rock clásico”, no es hablar de un pasado

congelado. Es, más bien las distintas maneras como el pasado está presente en la cultura de todos los días, y que está disponible en distintas plataformas y servicios de streaming. La pervivencia de los Beatles en las generaciones actuales y las descargas por Spotify; los covers de aficionados, los fanfics y videos musicales creados por beatlesfans, es una forma cultural de cómo el pasado no solo está en el presente, sino cómo lo “ordena”.

Pero igualmente habla de las maneras como la cultura se mueve en el tiempo, de aquellos momentos en particular donde se pone de manifiesta la diversidad de las formas de experimentar la temporalidad y de estar en la historia. Es lo que el historiador Francois Hartog⁸ denomina como régimen de historicidad y cuyo empleo, de acuerdo con su propuesta, es para interrogar experiencias del tiempo cuando ingresan a un entorno de crisis, a periodos llamados “brechas” por Hannah Arendt, “en donde la evidencia del curso del tiempo viene a confundirse: cuando justamente la manera como se articulan pasado, presente y futuro viene a perder su evidencia”. El régimen de historicidad manifiesta no solo la crisis de un periodo o una época, sino sus “hondas fallas” porque el tiempo histórico parece detenerse, confundirse, retroceder, donde más que tener un sentido de avance, continuidad, se tiene la sensación de pertenecer a dos eras, un tiempo desorientado “situado entre dos abismos o entre dos eras”⁹.

Es posible encontrar en el ascenso de la cultura popular de la segunda mitad del siglo XX y la que ahora está en construcción a partir del salto al siglo XXI, dos momentos de un régimen de historicidad, no solamente porque manifiestan “brechas en el tiempo”, sino porque son resultado de algo que ha estado y está bajo latencia, como un estado de ánimo que conforma y termina de definir experiencias individuales y colectivos. Es un tanto lo que señala Greil Marcus¹⁰ sobre las temporalidades del rock. Por un lado, la sensación de ignorar de si lo que se vive es historia o formará parte de la historia (de la música de rock, de la cultura en general o de la historia misma), pero si la certeza de que se participa de

algo que al escucharlo o al verlo se sabe que “está sucediendo realmente”, de que eso “estaba sucediendo realmente”. Por otro lado, porque a cada momento que se funda un nuevo movimiento de la música de rock se participa en la invención de su propia cultura, y para ello, cada emergencia musical remite a pasados diversos del arte, la estética y movimientos sociales, a un ruido secreto que se va tejiendo no por la historia lineal, sino por esos momentos donde el tiempo estaba en confusión y se gestó un paso hacia adelante, dentro de un régimen de historicidad.

A principios de los ochenta, Fredric Jameson¹¹ escribía sobre el posmodernismo como una nueva pauta cultural de ruptura que se remontaba a finales de los cincuenta y principios de los sesenta y que, entre otras cosas, tornaban arcaicas las propuestas culturales del modernismo. Jameson señalaba que la producción estética se había integrado a la producción de mercancías, y a partir de ahí se manifestaban los rasgos constitutivos del posmodernismo...

... una nueva superficialidad que se encuentra prolongada tanto en la “teoría” contemporánea como en toda como en toda una nueva cultura de la imagen o el simulacro; el consiguiente debilitamiento de la historicidad, tanto en nuestras relaciones con la historia oficial como en las nuevas formas de nuestra temporalidad privada, cuya estructura “esquizofrénica” (en sentido lacaniano) determina nuevas modalidades de relaciones sintácticas o sintagáticas en las artes predominantemente temporales; un subsuelo emocional totalmente nuevo –podríamos denominarlo: “intensidades”- que puede captarse más apropiadamente acudiendo a las antiguas teorías de lo sublime.

A lo que remite el posmodernismo es al valor de la cultura y la música pop que manifiesta toda una economía política y simbólica como pauta distintiva de época bajo la experiencia estética en la vida de las personas a partir de una determinada lógica de producción artística, y que encuentra manifestaciones en la música como las de John Cage, Terry Riley, Philip Glass, el punk, la nueva ola, el pop de los Beatles y de los Rolling Stones, y en el cine señala a Godard, el

postgodardismo, el video experimental y una diversidad de películas comerciales. El punto es que el nuevo orden estético manifiesta las tendencias de una economía, como la que Lipovetsky y Serroy¹² han denominado como el capitalismo artístico, y todo ello trae consigo un nuevo debilitamiento del historicismo y un otro “subsuelo emocional” a partir de manifestaciones del pop en la música como es el caso de Justin Bieber, Katty Perry, Beyonce, Taylor Swift, y en el cine post Spielberg, Lucas y Woody Allen, como es el caso de Christopher Nolan, Darren Aronofsky, J. J. Abrams, de películas comerciales como las trilogías del *Señor de los Anillos*, *Los juegos del hambre*, la saga de *Harry Potter*, los nuevos capítulos de *Star Wars* y películas para fans como la de los *Avengers* y *la Liga de la Justicia*, o para millennials como *La, la land*, o para los post millennials como *Bajo tu misma estrella*. Algo similar se podría señalar con el traslado de las exploraciones narrativas del cine a las series de televisión y el éxito de *Los Soprano*, *Breaking Bad*, *Games of Thrones*, *The Wire*, *Six Feet Under*, *Mad Men*¹³.

La cultura pop como un régimen de temporalidad, creando dentro de sí misma y dentro de un entorno más amplio, la cultura, ruidos secretos que se mueven en un tiempo no lineal, pero que por momentos parece recorrerlo y habitar en todo, como expresa Marcus¹⁴: Durante un tiempo, como por arte de magia –la magia del pop, mediante la cual la relación de ciertos hechos sociales con ciertos sonidos crea símbolos irresistibles de la transformación de la realidad social-, esa voz funcionó como un nuevo tipo de libertad de expresión.

La música de rock es una cultura histórica dentro de la cultura pop: apareció a mediados del siglo XX y con el pasado creo una serie de linajes y movimientos. Ahora todo ello es el “rock clásico” que pervive bajo ámbitos de sensibilidad como la nostalgia y la memoria. Hoy es otra cosa, aunque la cultura pop sigue ahí, como un atractor de pasados para inventar un presente que se fragmenta y se diversifica. Pero la cultura en tiempos del streaming parece haberlo cambiado todo, o casi todo.

Cuando intento platicar con otras personas sobre los Beatles

la reacción más generalizada es que me respondan que es algo del pasado, de un pasado muy pasado, y me ven como un bicho raro, un anciano que habla de cosas que recuerdan pero que ya nada tiene que ver con el momento presente. Para muchos los Beatles son algo que refiere a un vestigio geológico de la música, una entidad antigua que todavía anda por ahí. Y algo similar sucede con muchas cosas de la cultura pop, como el cine y la televisión que son un buen ejemplo de ello.

Creo que es lo contrario. Es decir, los Beatles están más presentes que nunca en los mundos digitales. Los “digital Beatles” han ingresado al mundo transmedia, a la era del streaming, y su música no solamente se ha extendido, sino que ha transitado a una nueva forma de escucha propia de una estética pos hipertextual¹⁵. Se escuchan más que nunca y de diversas formas, conservando un lugar particular dentro de la industria de la música, de la cultura, y en la vida de muchas personas.

Por eso toca hablar de ellos y a partir de ello de la cultura pop, y de todo lo que ha sucedido con varias generaciones de jóvenes.

II. Segunda parte. Hablemos de la cultura pop y para ello hablemos de los Beatles.

Es de llamar la atención que, para los estudios de la comunicación y la cultura, los Beatles, como fenómeno musical, artístico y cultural, no ha sido un tema u objeto de estudio dentro de sus agendas prioritarias. Más bien ha sido la atención aislada de algunos teóricos e investigadores que han atendido algunos aspectos de la beatlemania o de la obra de los Beatles, así como casos aparte de algunos escritores que se han dedicado a lo largo de varias décadas a estudiar la obra y la historia de los Beatles¹⁶.

Un punto de partida puede ser la observación de Podrazik en el prefacio del libro, *New Critical Perspectives on the Beatles*¹⁷, cuando señala que el tema de los Beatles para sus fans es un tanto simple porque ellos disfrutaban de su obra, de su música,

pero en el caso de los académicos el asunto ocurre de una manera distinta, más larga y complicada porque han de buscar comprender qué paso con los Beatles, por qué a tanta gente les inspiraran y les hicieron algo. Podrazik abre un asunto pendiente y pertinente a trabajar desde la visión académica que hoy son importantes para los estudios de la cultura y los nuevos entornos de la comunicación: ¿Por qué los Beatles? ¿Por qué ahora? Las preguntas se abren hacia algo que ha estado ahí por décadas y que en el presente lleva a considerar algo que es una incógnita: la permanencia en el tiempo y en la afectividad de las personas. Las preguntas, por tanto, se abren a otras preguntas: ¿Qué nos tocaron? ¿Por qué les funcionó? ¿Por qué todavía les funciona? ¿Cómo lo hicieron? ¿Cómo lo siguen haciendo?

Las preguntas de Podrazik atienden, por lo menos a dos dimensiones de estudio. Por un lado, la manera como la música popular paso de ser parte de la vida cotidiana a una presencia de la vida social de la cultura contemporánea. La manera como como la música de los Beatles comenzaron a ser, por un lado, parte de la vida simbólica de una sociedad moderna a escala mundo, y, por otro lado a desempeñar una función afectiva para los individuos como parte de las operaciones y necesarias para su conformación como sujetos de una sociedad moderna. Es decir, y como diría David Hesmondhalh¹⁸, el lugar que han tenido los Beatles en la experiencia estética en la vida moderna, el valor que han tenido en la música, el arte y la cultura. Por otro lado, tendría que ver con la manera como la música de los Beatles pasó de ser un fenómeno social a una experiencia personal y común para muchas generaciones, es decir, un asunto colectivo que manifiesta la importancia y el papel de la dimensión estética en la sociedad contemporánea porque manifiesta las formas de estar juntos y de ser sujetos en los tiempos actuales, en el tránsito de la modernidad a la posmodernidad¹⁹, y que son parte de las herramientas en la constitución de subjetividades, sensibilidades y experiencias de vida²⁰.

Dentro de ese proceso, la historia de la música pop es fundamental porque como expresa Giles Smith²¹, la

experiencia de las personas con la música pop es todo un viaje y un libro al mismo tiempo “sobre lo que te pasa cuando el pop te atrapa... Tienes que andarte con ojo. Invitas al pop a pasarse por tu casa y, sin darte cuenta, te está diciendo qué ponerte y eligiendo a tus amigos”.

La música pop es algo más que música, es una cultura móvil y efímera donde cada individuo puede portarla a todos lados porque tiene la capacidad de la invención y renovación de la identidad personal. Smith²² lo dice de una buena manera: “Las oportunidades para inventarse uno mismo que ofrece el pop parecen casi ilimitadas. Y yo he aprovechado todas y cada una de ellas desde el primer día”. En su libro, *Después del rock*, Simon Reynolds²³ habla del rock psicodélico de los sesenta, y el papel de grupos como The Byrds y los Beatles para renovar la música a mediados de los sesenta debido a que “se expandían más allá del formato tradicional del rock (guitarra, bajo, batería) hasta abarcar los matices exóticos de la instrumentación no roquera, ya fuera europea clásica (clavicémbalo, celesta, cello, violín, timbales), oriental (cítara, tambura, tablas, dilruba) o electrónica contemporánea (moog, mellotrón, collage de cintas al estilo de la música concreta)”. Con ello abrieron la exploración de la música a diversas direcciones (el pasado y el futuro, oriente y occidente), cambiaron la forma de escuchar música por la introducción de ambientes sonoros creados por la tecnología del sonido y los estudios de grabación que, y con todo ello influirían en la forma de hacer música en su momento, pero también en momentos más adelante en varios movimientos musicales en los setenta, ochenta y en la actualidad, e igualmente sería un elemento fundamental en la construcción de una comunicación mundo desde los sesenta, algo de lo que hoy se podría encontrar en los trabajos sobre la globalización cultural.

Por ello la presencia de los Beatles se manifestó en los inicios de la década de los sesenta alrededor de varios movimientos que fueron alterando la cultura en el mundo en general, en particular alrededor de una revolución que se gestó alrededor de la música popular, y su impacto en la música se debió no

solamente en la forma como la alteraron de manera radical, sino que se constituyó en parte de la cultura moderna y que en gran parte se definió por la manera como los medios masivos de comunicación desde mediados del siglo XX constituyeron una industria de la cultura que tuvo un impacto profundo en las audiencias juveniles, y que en mucho es comprensible a partir de la manera como Stanley²⁴ define lo que para él es la música pop: Si uno graba discos, sean sencillos o álbumes, y los promociona actuando en televisión o saliendo de gira, es que se dedica al pop. Si canta canciones folk a capela en un pub de barrio, no se dedica al pop. El pop requiere un público al que el artista no conozca en persona; ha de ser un público transferible. En dos palabras, todo lo que entra en las listas de éxitos es pop, así se trate de Buddy Holly, Black Sabbath o Buckz Fizz.

Para Stanley la música pop es una tendencia que acapara la atención del público y que siempre se renueva. Ingresa en la vida de las personas, alimenta su sed de individualidad e impulsa cierto espíritu de comunidad. Una tendencia donde los opuestos se atraen, y con la capacidad de mutar y transformarse, de absorberlo todo, incluso lo marginal y lo que se le opone, para continuar. La cultura pop se alimenta de esto y se torna gesto, actitud, estética corporal, memoria y olvido, una vida que se resume en una lista de éxitos. La cultura pop se alimenta del territorio que toca, se adapta y crece en la vida simbólica y afectiva de las personas jóvenes que ahí habita, sueñan, imaginan. Y en este asunto la cultura que proviene de los medios de comunicación, su historia y procesos de mediación simbólica y colectiva son una parte de la cultura pop.

Observaciones como las de Monsiváis, quien observaba en su momento cómo el México de Octavio Paz descrito en *El Laberinto de la Soledad*, daba paso a un México Pop por el cual sus tradiciones se despedían y se abrían a la re invención de actitudes y comportamientos, estereotipos y mitologías, personajes y escenografías cotidianas, y en ello la cultura que vino a partir de la música de rock desde mediados de

los sesenta fue fundamental en el cambio, y en todo ello ha sido evidente que la música de rock nos ha hecho algo como sociedad y como individuos, pero, ¿qué nos ha hecho?

III. Tercera parte

Lo venidero no se deja observar.

Niklas Luhmann, Sociología del riesgo

“I grew up prog”. La expresión es del escritor Tom Junod²⁵, quien agrega que eso significó crecer en un lugar donde había poca sensibilidad, sin una perspectiva de hacer algo interesante e importante, en un momento donde la música disco llegaba a su ciudad, y era adoptada sin más por sus compañeros de la escuela. A inicios de los setenta, escuchar rock progresivo era abrirse a otra cosa porque, como expresa Marc Weingarte²⁶, uno de los editores del libro, *Yes is the answer and other prog rock tales*, “It was about the way Prog washed over you, opened an aperture to a new headspace you had never inhabited before”. Los relatos sobre la manera como académicos, artistas, escritores que participaron en el libro de Weingarte y Cornell, manifiestan que crecer en los momentos en que emergió y fue vigente la propuesta original del rock progresivo, fue abrirse a una sensibilidad que no desapareció con el tiempo, ni cuando se hicieron adultos, ni cuando el progresivo fue dejado de lado por la industria de la música. Desde la aparición de la música de rock, crecer escuchando cierto tipo de música significa, entre otras cosas, que se crece con ese mundo que se constituye, se expande, se distribuye, permanece en activo o en estado de latencia que se puede pensar como parte de los trabajos amplios y profundos de una cultura. Eso ha sido a lo largo de décadas, dentro de las culturas históricas que ha generado el rock.

Pero la era del rock clásico terminó hace algunas décadas. Algo se modificó hace tiempo en el rock que lo llevó a una singularidad porque históricamente es posible observar

que los cambios en las formas de escuchar música alteran la producción y emergen nuevas propuestas musicales o se renuevan otras del pasado²⁷, y en esos cambios aparecen alteraciones, discontinuidades y tensiones dentro del régimen histórico en la música. “Soy un miembro de la generación pirata”. Es la primera frase del libro de Sthephen Witt²⁸, *Cómo dejamos de pagar por la música*, y a continuación relata lo siguiente: Cuando en 1997 entré en la universidad, no había escuchado hablar de los MP3. Al final del primer trimestre ya tenía dos gigabytes de cientos de canciones descargadas ilegalmente. Cuando me licencié había acumulado, seis discos duros de veinte gigabytes, todos llenos. Cuando en el 2005 me instalé en Nueva York, había almacenado mil quinientos gigabytes de música, lo que equivalía a casi quince mil discos. La travesía de Witt por la música es un tanto distinta a quienes crecieron en otros momentos de la música de rock porque fue la etapa que marcó un cambio en la emergencia de la cultura digital, una serie de procesos a la manera de timelines que van desde la sustitución de los discos compactos por el mp3 hasta los inicios de los sistemas de streaming. El traslado del siglo XX al XXI fue decisivo en otra forma de escucha música de una manera tal que lo alteró todo radicalmente y que estaba aconteciendo en esos momentos porque, como expresa el mismo Witt, de haber sido unos años mayor las cosas no hubieran sido para él como sucedió. Lo que vivió Witt fue la experiencia de cómo un régimen de historicidad de la música de rock ingresó en un entorno de novedad, de tensión y de crisis y uno de los resultados fue que la forma de escuchar música, y la música que se escuchó a partir de entonces, fue otro, con serias diferencias con el pasado.

Witt reconoce que no escuchaba la mayoría de la música que había descargado, se pregunta entonces por qué lo hacía y la respuesta que ofrece es que quería ser parte de un grupo “elitista y minoritario”, es decir, “no era solo una forma de conseguir música, sino que dicha piratería constituía una subcultura en sí misma”²⁹. Para Witt el secreto de todo es que Internet “estaba compuesto de personas”³⁰, y eso manifiesta una condición terminal de la música de rock: la música que

comenzó a circular por el Internet fue algo distinto y para los primeros años del siglo XXI el rock fue desplazado dentro de la industria de la música que hoy se escucha a nivel mundial. El rock se congeló en su pasado, en sus culturas históricas, y lo que ha devenido después, incluso como rock clásico, ha sido su traslado a las redes sociales, al streaming, a una hibridación de la música pop con el hip hop, el rap, la música country, cediendo su lugar a música como el reggaetón, el metal, la música banda y así andando.

Lo que vendrá con la música en tiempos próximos de la cultura que se produce, circula y consume con el modelo de negocios del streaming es una duda que, como diría Francois Hartog³¹ sobre el oficio del historiador en el siglo XXI, re introduce el papel del investigador y del conocimiento que se genera en un tiempo donde las certezas se han desplazado y lo que esboza sobre el presente es una serie de apuntes sobre una realidad que ha estado desde hace décadas en transición. Es un tanto lo que menciona Beatriz Sarlo³² veinte años después de la publicación de su libro, *Escenas de la vida posmoderna*, en el sentido de que ahí se “describe las configuraciones culturales sobre las que hoy se sobrevuela”.

A estas “alturas del partido”, el asunto, me parece, no se remite a entender si la música de rock es cultura o si ha influenciado a las personas y a la sociedad. Esas preguntas eran parte de las discusiones desde los sesenta. Pasado el temporal, después de las culturas históricas del rock es posible ver que la música nos ha hecho algo porque podemos ver que nos sigue haciendo algo, como es posible ver ese recorrido que va desde la beatlemania de los sesenta, hasta la configuración de sus públicos a la manera de subculturas del fandom donde se mueven Lady Gaga, Justin Bieber, One Direction, el Kpop, y la importancia que cobran programas de televisión como *American Idol*, *The Voice*, *America's got talent*. Y en ese nuevo entorno no es solo el furor de One Direction que por momentos hacia recordar a la irrupción de la Beatlemania, y a otros intentos en el pasado de llegar a construir un impacto social como fue el caso de los Bay City Rollers, sino que al cumplirse los cincuenta años de la llegada de los Beatles

a Estados Unidos la beatlemania re apareció y colocó a los Beatles y a su obra en una condición temporal más allá del historicismo de la música, como sucedió con el premio Nobel de Literatura para Bob Dylan en el 2016. La música de rock pasó a otra categoría en el tiempo de la música, la cultura y la historia.

Si, la música de rock, el pop, ha sido parte de la cultura de la segunda mitad del siglo XX y nos hizo algo como sociedad, como generaciones de jóvenes que han crecido y ahora convivimos en forma simultánea, con todo y los múltiples pasados que habitan y circulan por el ciberespacio. El asunto clave es responder cómo hemos llegado a donde estamos, y para ello toca revisar lo que se ha pensado e investigado, o lo que no se ha pensado e investigado y que por ello la experiencia personal y generacional es vital e importante, para entender por esas revisiones varias, observaciones que ha realizado la misma sociedad para dar cuenta de sus transformaciones y evolución, diría Luhmann³³, como diría Sarlo, “las configuraciones culturales sobre las que hoy se sobrevuela”.

Entre otras configuraciones se tienen aquellas que señala Bauman³⁴ de la tendencia de la sociedad actual de cambiar la mirada que la modernidad configuró de mirar hacia el futuro al detenerse y mirar más bien hacia atrás. O la propuesta de Simon Reynolds³⁵ de que al entrar al siglo XXI la música pop se congeló en sus diversos pasados, en algo que llamó retromanía. Igualmente está la propuesta dentro de la historiografía contemporánea de Hans Ulrich Gumbrecht³⁶ de trabajar con la presencia del pasado, es decir, cómo hacer presente el pasado y cómo el pasado habita el presente, lo cual implicaría entender la manera como la música de rock está construyendo una deriva hacia adelante mediante un congestionamiento de diversos pasados de la música hoy en día. Esos son algunos de los múltiples síntomas de lo que ha venido sucediendo en las últimas décadas y que hablan de cierto desconcierto de la cultura. El punto es tematizar algunas de las rutas como llegamos a eso. Y en el caso del presente libro fue mediante la cultura pop y la música pop.

Notas

¹ Este texto es el epílogo del libro, *Hombres fuera del tiempo* (O de cómo nos perdimos en el pop), que está pendiente de ser editado.

² Jesús Martín Barbero y Germán Rey (1999). *Los ejercicios de ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa, p. 15

³ Niklas Luhmann (2005). *La sociedad del riesgo*. México, Universidad Iberoamericana, ITESO.

⁴ Hans Ulrich Gumbrecht. (2015). *Después de 1945. La latencia como origen del presente*. México, Universidad Iberoamericana.

⁵ Niklas Luhmann. (1999). *Teoría de los Sistemas Sociales II*. México, Universidad Iberoamericana, ITESO, Universidad de los Lagos.

⁶ Michel de Certeau (1996). “El mito de los orígenes”, en *Historia y Gráfica*. Universidad Iberoamericana, No. 7, p. 13

⁷ Carlos Monsiváis. (1977). *Amor perdido*. México, Era, p. 230

⁸ Francois Hartog (2007). *Regímenes de historicidad*. México, Universidad Iberoamericana, p. 15

⁹ Op. Cit., p. 22

¹⁰ Greil Marcus (2011). *Rastros de carmín. Una historia secreta del siglo XX*. Barcelona, Anagrama, p. 10

¹¹ Fredric Jameson (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona, Paidós, p. 21

¹² Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona, Anagrama.

¹³ Jorge Carrión (2015). *Teleshakespeare. Las series en serio*. México, Tintable, Universidad Autónoma de Nuevo León.

¹⁴ Op. Cit.

¹⁵ Carlos Scolari (2008). “La estética posthipertextual”, en D.

Romero y A. Sanz (Eds.), *Literaturas del texto al hipermedia*. Barcelona, Anthropos.

¹⁶ Kenneth Womack y Tood F. Davis (2006). *Reading The Beatles. Cultural Studies, Literary Criticism, and The Fab Four*. New York, State University of New York Press; Kenneth Womack y Katie Kapurch (editors) (2016). *New Critical Perspectives on the Beatles*. New York, Palgrave Macmillan.

¹⁷ Walter J. Podrazik (2016). "Preface: How did They Do It?," en Kenneth Womack y Katie Kapurch (editors). *New Critical Perspectives on the Beatles*. New York, Palgrave Macmillan.

¹⁸ David Hesmondhalgh (2015). *Por qué es importante la música*. Buenos Aires, Paidós, p. 19.

¹⁹ Gilles Lipovetsky y Jean Serroy. Op. Cit.

²⁰ Hans Ulrich Gumbrecht (2006). *Elogio de la belleza artística*. Buenos Aires, Katz; Eva Illouz (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires, Katz.

²¹ Giles Smith (2014). *Lost in music, Una odisea pop*. Barcelona, Contra, p. 12.

²² Op. Cit., p. 23

²³ Simon Reynolds (2010). *Después del rock. Psicodelia, postpunk, electrónica y otras revoluciones inconclusas*. Buenos Aires, Caja Negra, p. 86.

²⁴ Bob Stanley (2015). *Yeah! Yeah! Yeah! La historia del pop moderno*. Madrid, Turner, p. 17

²⁵ Tom Junod (2014). "Out, Angels Out", en M. Waingarten y T. Cornell, *Yes is the answer and other Prog tales*. Los Ángeles, California, Barnache Rare Bird, p. 17

²⁶ Marc Waingarten (2014). "Yes is the Answer. An introduction", en M. Waingarten y T. Cornell, *Yes is the answer and other Prog tales*. Los Ángeles, California, Barnache Rare Bird, p. 5

²⁷ Mark Evan Bonds (2014). *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven*. Madrid, Península.

²⁸ Stephen Witt (2016). *Cómo dejamos de pagar por la música*.

Barcelona, Contra, p. 7

²⁹ Op. Cit., p. 8

³⁰ Op. Cit., p. 9

³¹ Op. Cit., p. 14

³² Beatriz Sarlo (2014). *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires, Siglo XXI, p. 8

³³ Niklas Luhmann (2007). *La sociedad de la sociedad*. México, Herder, Universidad Iberoamericana. P. 450.

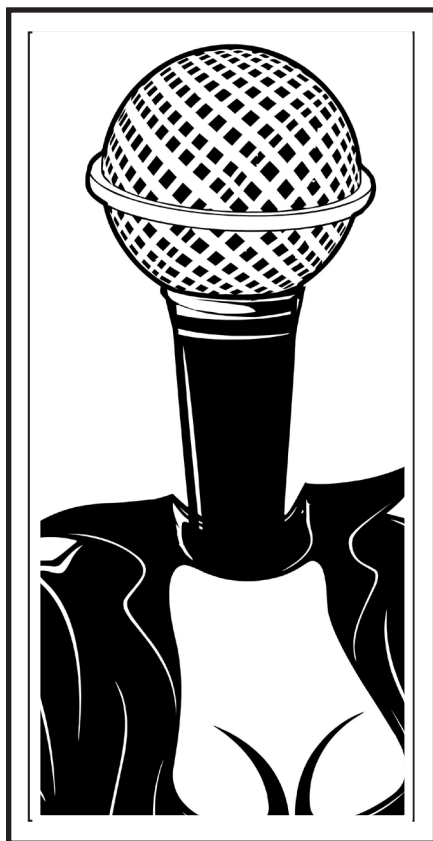
³⁴ Zygmunt Bauman (2017). *Retrotopía*. México, Paidós.

³⁵ Simon Reynolds (2011). *Retromanía. La adicción del pop a su propio pasado*. Buenos Aires, Caja Negra.

³⁶ Hans Ulrich Gumbrecht (2005). *La producción de la presencia*. México, Universidad Iberoamericana León.

CAPÍTULO SIETE

Héctor Gómez



AQUÍ, ALLÁ Y EN TODAS PARTES. Tránsitos en la videoesfera. Los Beatles y la construcción de un universo transmedia

Héctor Gómez Vargas

Introducción

Nuestra música nos habla del mañana.
Escuchémosla.

Jaques Attali, *Ruidos*.

La atención hacia la música del rock, que se ha producido en el tránsito de la modernidad hacia la postmodernidad (Attali, 2011) ha sido importante al interior de varios enfoques de estudio de la comunicación, en particular de los estudios culturales quienes la han considerado y estudiado como un medio de comunicación (Frith, 1978; Lull, 1992). Para acercarse a la música como un medio de comunicación, los estudios culturales la ubicaron dentro de los entornos económicos y sociales que la producen en forma industrial para ser consumida, sobre todo los colectivos juveniles, y pusieron atención en dimensiones que componen el complejo de la música, como es el caso de la industria, las audiencias, el desarrollo tecnológico, su interrelación con otros medios de comunicación, el video, por solo mencionar algunos.

Al finalizar el siglo XX y durante la primera década del siglo XXI creció la conciencia de que algo estaba pasando con los medios de comunicación con el tránsito de la comunicación de masas a la mediatización de la vida social (Couldry y Heep, 2013). En paralelo creció la conciencia de que la música del rock como medio de comunicación había cambiado ya que fue mostrando algunos signos de alteraciones importantes.

Algunas de las miradas hacia la música del rock brindan varias pistas de esas transformaciones. Simon Frith (1999: 13) a finales de los noventa señalaba que “el rock ya no puede ser definido como un estilo musical en sí mismo (aunque todavía se relaciona con un sonido musical, con la amplificación eléctrica y el ritmo de cuatro por cuatro), ni como una especie de ideología juvenil (incluso si la palabra conserva huellas de esta corriente enfrentada a lo clásico)”. Por su parte, Simon Reynolds (2012: 12) señala que con la entrada del siglo XXI la música del rock fue invadida por su propio pasado. Es decir, más que seguir una línea de evolución, la tendencia fue hacia el reciclar distintos materiales de su legado musical y esa tendencia ha sido parte de la manera como los nuevos grupos crean su propia música, a partir de reprocesar y recombinar los diversos pasados de la música del rock, lo cual ha sido una de las principales tendencias como industria, de la presencia de las audiencias, el desarrollo tecnológico para su consumo, y, en general, como nuevo medio de comunicación.

La visión de Frith y la de Reynolds no necesariamente son posturas opuestas, sino que en ambos casos hay una exploración de lo que está sucediendo con la música del rock desde la última década del siglo XX y hasta el presente. Asomarse a entender algunos de los nuevos enfoques de estudio de la música dentro de la cultura y la comunicación puede dar pista para entender mejor lo anterior.

Por un lado, tenemos estudios desde la antropología y los estudios de la geografía, que trabajan la música del rock como un elemento de construcción de identidades dentro de espacios y culturas transnacionales. Es decir, las maneras como en diversas culturas del mundo (China, India, Inglaterra, etc.) la música conforma territorios identitarios dentro de las ciudades en tiempos de lo global y lo posmoderno (Kong, 1997; Saldanha, 2002; Halfacree y Kitchin, 1996), sentimientos de pertenencia con espacios, territorios vinculados a sonidos musicales y textos de la música de rock, reales o imaginarios, globales y locales (Anderson y Smith, 2001).

Por otro lado, se tiene una diversidad de enfoques que buscan entender a la música dentro de los cambios de un nuevo entorno de medios de comunicación, las formas como se ha alterado el producir, almacenar, compartir y escuchar música a partir de la arquitectura y los ambientes digitales e interactivos (de Aguilera y Edell, 2010), las formas como a partir de la misma tecnología construye experiencias y públicos de la música (Hennion, 2010), la construcción de identidades culturales (Hormigos, 2010). Estos estudios trabajan bajo la consideración de la conformación de audiencias juveniles bajo los entornos de una cultura digital (Huertas y Figueraz, 2014), la acción simultánea de diversas generaciones de públicos (Lepa, Hoklas y Weinzierl, 2014; Andó, 2014), como una serie de factores que dinamizan a la denominada convergencia de medios (Jenkins, 2008).

La convergencia de medios tiende a ser vista como una de las maneras para explorar la nueva configuración histórica de los medios de comunicación. De acuerdo con algunos autores cuando se refieren a la cultura de la convergencia, la cuestión por atender es la manera como los mismos medios han cambiado, el sentido político y social desde el cual construyen una realidad social y colectiva (Couldry, 2009). Si Henry Jenkins (2008: 14) señalaba que la cultura de la convergencia es donde “chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidores mediáticos interaccionan de maneras impredecibles”, el punto sería considerar aquella mirada de Rick Altman (2004), en su estudio sobre el cine mudo, cuando habla de la permanente tensión y crisis a la que está sometido un medio para transformarse en sí mismo y en otro medido a la vez, y la manera como esto puede ser observado es a través de un patrón en el tiempo, por el cual se revela igualmente la construcción histórica y cultural de la convergencia de medios (Coudry, 2011; Hay y Couldry, 2011).

Retomando la propuesta de Jaques Attali (2011: 14) de que música es profética porque habla del mañana, y que a partir de ello es posible que la obra de “Joplin, Dylan o Hendrix

dicen más sobre el sueño liberador de los años sesenta que ninguna teoría de la crisis”, nuestra apuesta es realizar un acercamiento a la obra de los Beatles para explorar la construcción de un producto comunicativo con impacto en una cultura que transitaba de la sociedad moderna hacia la postmoderna, y que, al perdurar en el tiempo y hasta nuestros días, igualmente puede ser concebida como una estrategia comunicativa en el tránsito de una comunicación masiva a una cultura de la convergencia de medios.

Thomas McFarlane (2013: 4) propone que el principal atributo de los Beatles no fue necesariamente la calidad de su obra, sino que fueron hombres de su momento al emplear la tecnología de vanguardia para explorar nuevos sonidos y crear una poética del sonido. Para ello, McFarlane vincula a los Beatles con la obra de Marshall McLuhan, quien en forma paralela estaba reflexionando sobre los medios de comunicación en la era electrónica (McLuhan, 1996). McFarlane muestra que los Beatles ingresaron a la era de la electricidad e impactaron en la cultura. A finales del siglo XX y en la primera década del siglo XX la obra de los Beatles ingresó a la era digital y con ello siguen impactando en la cultura. Después de más de cincuenta años se puede observar que su obra es un trazado histórico, cultural y comunicativo.

La propuesta que realizamos es la de trabajar un acercamiento a partir del enfoque de la mediología de Régis Debray (2001) por varias razones. En primer lugar porque los Beatles y su obra es algo que se ha organizado para perdurar en el tiempo, y, en segundo lugar, porque igualmente fue organizada para impactar en diversos momentos a través de estrategias de comunicación. Es decir, la obra de los Beatles es una estrategia exitosa para la organización colectiva de los estados de ánimo, e igualmente un linaje cultural que se ha heredado y ha generado genealogías diversas en la producción musical (Debray, 1997). En segundo lugar, porque la obra de los Beatles se conformó en el tránsito dentro de un cambio en la mediósfera, adelantándose por años a lo que sería la videoesfera, y en ello, su obra es una síntesis de textos, tecnologías y medios de comunicación del pasado para

organizarlos y emplearlos de una manera innovadora (Frith, 1988).

Entonces, la obra musical de los Beatles no se puede desvincular de industrias de la música y de la comunicación, de los universos textuales y las audiencias, y una de las pautas que las ha conectado ha sido por la construcción de una visualidad moderna (Debray, 1994) porque la música de los Beatles fue hecha para verse (Frith, 2002) y a partir de ello fueron vistos Frontani, 2007). La estrategia de presentación de su obra fue emplear continuamente a los medios de comunicación, principalmente visuales, a partir de lo cual se puede trazar una línea en el tiempo de su visualidad hasta llegar a entornos actuales de la convergencia de medios, y ver su obra como un metatexto cuyos textos actúan a la manera de un paratexto (Gray, 2010), y que en tiempos de las narrativas transmedia (Evans, 2011; Jones y Clayton, 2014) es una de las formas como los nuevos públicos la escuchan, la ven y la usan.

Inspirado en algunos de los planteamientos de la mediología, el texto se organiza en tres momentos: primero, una exploración de la importancia de los Beatles en el tiempo y en el espacio para tener una idea de sus canciones como actúan en varios niveles textuales organizando la lectura y re creación que hacen diversas generaciones de fans de los Beatles; segundo, un acercamiento a la mediología Beatle, las fases de su trayectoria musical para delimitar los entornos y universos textuales que crearon para habitar el universo simbólico que representa su obra en su totalidad; tercero, a partir de un modelo de posibles generaciones de fans de los Beatles, tener una idea de la manera como cada generación ha recibido su obra como textos, y lo que podían hacer a partir de ello, hasta llegar a los fans de la era digital.

I. Lugares para recordar. Los Beatles en el tiempo y la memoria.

El nueve de diciembre del dos mil nueve comenzó una nueva fase del legado de los Beatles porque oficialmente entraron al

mercado dinamizado por el espacio digital. Además de que sus obras musicales fueron digitalizadas, la principal incursión al mundo virtual fue a través del videojuego *Beatles Rock Band*, lo que representó dos cosas claves para una nueva fase de la mediología de los Beatles: el ingreso a la nueva arquitectura de la comunicación y la continuidad de su legado cultural a través del medium de la música.

Poco más de una década antes del *Beatles Rock Band*, la compañía Apple Records sacó al mercado un proyecto que se había planeado desde principios de la década de los setenta, *The Beatles Anthology*. De acuerdo con José Carlos Rueda y Elena Galán (2013), fue un proyecto con el cual se pretendió renovar el mito de los Beatles para dinamizar a sus comunidades de fans, apelando, por un lado a la nostalgia de su legado y, por otro, incorporando nuevos elementos de la cosmología de los Beatles. Es por ello que Rueda y Galán proponen que la estrategia empleada con *The Beatles Anthology* fue de acuerdo a la lógica transmedia, y ello detonó el ingreso al mundo ampliado de la comunicación y el siguiente paso fue con el *Beatles Rock Band*. Entre ambos proyectos se puede trazar dos momentos históricos del mundo de los Beatles bajo entornos transmedia (Freeman, 2014), y a partir de ello se puede entender las distintas formas como se conforman nuevos públicos, las maneras como trabajan con el material de los Beatles de acuerdo al desarrollo actual de las narrativas y estéticas transmedia.

Es decir, la obra creada por los Beatles se convierte en parte de la cultura de la convergencia de los nuevos medios de comunicación (Jenkins, 2008), y al suceder esto la obra “total” de los Beatles se puede presentar como parte de algo más grande, “The Beatles”, una lovemark que ha perdurado en el tiempo y que se renueva apelando a un vínculo emotivo en el futuro con las nuevas generaciones de fans (Hodson, 2010). Paul Booth (2014:21) habla de la importancia en el mundo de los juegos de cómo se apela el pathos en los videojugadores, es decir, la apelación emocional que un texto tiene sobre su lector, por lo cual un videojuego no solamente es una serie de estrategias para propiciar una experiencia transmedia, sino

igualmente emocional, algo que se puede pensar en el caso del Beatles Rock Band: la manera como apela a un vínculo emocional a los fans o públicos con la obra de los Beatles.

Es por ello en los años recientes el desarrollo de la visualidad de los Beatles, no solamente la que realizan como corporación, sino la que crean sus fans, está vinculada de manera cercana con la estética de la televisión y del ciberespacio, la influencia postmoderna de MTV que se va a reflejar en la tendencia de hibridizar los géneros y estéticas que provienen diversos medios visuales, una tendencia que Ilaria Moschino (2014) denomina como la “webridization”, y que se puede ver tanto en los videos que se crean para compartir en la red (Fagerjord, 2010), como de los mundos alternativos en los videojuegos (Abba, 2009). La presencia del *Bealtes Rock Band* permitió al público escuchar y ver a los Beatles, e igualmente explorar las etapas y fases musicales y visuales (George, 2010).

Cuando los Beatles se separan, y no vuelven a trabajar en una obra musical en forma conjunta y bajo la denominación del mismo grupo, es posible ver y trabajar sobre la obra como una totalidad acabada. Holly Tessler (2010: 170) menciona que a partir de su separación, y a lo largo de las décadas de los setenta y ochenta, se puede hablar de los “post-Sixties Beatles” a través de diversos discursos y puestas en escenas (libros, documentales, películas, musicales, etc.), relanzamiento de obras archivadas, y diversas estrategias de comercialización. Con propuestas como la de Tessler, podemos observar que la obra de los Beatles es algo más amplio que la suma de sus obras (Marshall, 2006) ya que son diversos acercamientos y producciones dentro de una unidad estética, un mundo de sentido con múltiples vías de interconexión e interrelación.

Trabajos desde la geografía humana han mostrado que los Beatles son un espacio creado a la manera de un territorio, con diversos lugares y trayectos, que permiten generar un sentimiento de identidad y pertenencia, un recurso para habitar una época, una cultura (Kruze II, 2004), y los trabajos de los “post-Sixties Beatles” fueron mostrando que la obra total de los Beatles está conformada por diversas narrativas, discursos, imágenes, que fueron parte de su propuesta en

diferentes momentos de su trayectoria musical como grupo. Cada canción, cada álbum, puede ser visto como un espacio para el trabajo intertextual (Marshall, 2006), pero el total de la obra de los Beatles es un espacio hipertextual, y la posibilidad de emplear lenguajes que se aplican a espacios virtuales e interactivos de acuerdo a una estética poshipertextual (Scolari, 2008), como es el caso de los videojuegos que permite no solamente trabajar con relatos y participar en ellos, sino actuar, jugar, a la manera de un peregrinaje, un viaje, una puesta en escena, un carnaval (Wardrip-Fruin y Harrigan, 2004).

Visto de esta manera, los Beatles fueron los creadores de lugares y paisajes y su obra total es una diversidad de paisajes culturales en interrelación donde los fans de los Beatles pueden ingresar, moverse, y el ingreso a los mundos virtuales les permite moverse como turistas o peregrinos (Bauman, 2003) a través de todo aquello que conforma el linaje que les fue heredado. Las obras de los Beatles adquieren un rango de hipertexto (Kurse II, 2003), donde cada etapa es un texto cultural que puede tener distintas y variadas re lecturas, y re escrituras, y eso posibilita mantener los lazos emocionales, el sentido de permanencia, y la creación de nuevos sentidos y vínculos con los Beatles (Kruse II, 2005), y con los fans de los Beatles (Jenkins, 2009).

II. Mediología de los Beatles.

Para un estudio de la visualidad de los Beatles, es necesario trabajar dos vectores en el tiempo: el vínculo de los Beatles con lo visual y la cultura visual generada por los Beatles. La visualidad se mueve a través de esos dos vectores, y el punto que conecta la creación de un cuerpo textual que puede ser explorado de distintas maneras es a partir de entender dos elementos que actuaran como ejes de la lectura, re lectura y recreación de la visualidad de los Beatles: las etapas de la trayectoria de los Beatles, y las diversas generaciones de públicos de los Beatles.

En un primer momento la presencia de los Beatles puede ser trabajada a través de una lógica que implica la relación del tiempo en el espacio, la manera como la cultura se manifiesta en el tiempo y en una sucesión temporal, algo que ha de ser trabajado a través de la trayectoria de los Beatles como una serie de líneas del tiempo que conforman su historia cultural. Es decir, a partir de la propuesta del paisaje de Arjun Appadurai (2001: 46) para trabajar el nuevo panorama cultural dentro de los entornos de la globalización, podemos pensar su historia cultural como diferentes paisajes estéticos en el tiempo, algo que se puede llamar los *beatlescapes*.

Una primera forma de entrar a explorar los *beatlescapes* es reconociendo dos eras: la primera, la de los Beatles 1.0, es aquella que se materializa a finales de los cincuenta y a lo largo de todos los sesenta, es decir, los “*sixties Beatles*”; la segunda, la de los Beatles 2.0, es aquella que se da una vez que se separaron y que con la llegada de lo virtual retornar de manera digital, algo como lo que Holly Tessler (2010) propone como la construcción de los “*post-sixties Beatles*”, que abarca la etapa de los Beatles como solistas y con algunos discursos alusivos a los Beatles o sobre sus obras, pero más bien es cuando la *beatlemania* vuelve a dinamizarse a mediados de la década de los noventa y durante la primera década del siglo XX a partir de los mundos digitales cuando se pone en movimiento algo que se podría decir los “*digital-sixties Beatles*” . En esta nueva era de los *beatlescapes* es posible observar dos fases. Esto se puede ver en la Tabla No. 1.

Tabla No. 1
BEATLESCAPES
ERAS Y FASES

Era	Fase:	Momentos:	Películas:	Mitologización:
Beatles 1.0	Pre-Beatles 1957-1962	* Quarrymen * Beatles: Cavern, Hamburgo		
	Beatles 1962-1965	* Please please me * With the Beatles * A hard day's night * Beatles for sale * Help * Rubber Soul	*A hard day's night * Help	* Mitologizar * Re-mitologizar
	Post Beatles- fase eléctrica 1966-1967	Revolver Sgt. Pepper Magical and Mystery Tour	*Magical and Mystery Tour	* Desmitologizar * Mitologizar * Re-mitologizar
	Post Beatles- fase Modernista 1968-1970	* Yellow Submarine * The Beatles (White Album) * Abbey Road * Let it be		* Re mitologizar * Desmitologizar
Beatles 2.0	Pre digital Beatles 1994-2008	* The Beatles Anthology * Live at the BBC * Let it be...naked * 1 * Love	*The Beatles Anthology * Love	* Re mitologizar
	Digital Beatles 2009...	* Remasterización de la obra completa * Beatles Rock Band * iTunes * Live at the BBC-Vol. 2	*A hard day's night (remasterizada) *Yellow Submarine (remasterizada) Magical and Mystery Tour (remasterizada)	* Mitologizar * Re mitologizar

Fuente: elaboración propia a partir de varias fuentes documentales.

Los Beatles adquieren su definición visual mediática cuando entran a la industria de la música, que de acuerdo con la leyenda que se construyó, aconteció cuando formalizan su relación laboral con Brian Epstein. Fueron los Beatles que el mundo conoció al hacerse mundialmente famosos, aunque antes hubo otro periodo, desde su formación hasta los momentos previos de su encuentro con Brian Epstein y la grabación de su primer sencillo, una etapa en la cual conviven con diversas músicas y estilos de vida de la juventud europea del momento, finales de los cincuenta y principios de los sesenta.

Fue en este segundo momento de la trayectoria de los Beatles cuando aparece el primer momento mediológico diseñado por la maquinaria que los impulsaba: la presentación en el programa de televisión de Ed Sullivan. La presentación de los Beatles en el programa de Ed Sullivan fue parte de una estrategia de ingreso al mercado internacional y la conquista del público juvenil norteamericano era la pauta necesaria para lograrlo. Lo que sucedió con esa primera visita era darse a conocer masivamente bajo una estrategia internacional y se logró a partir del programa y se consolidó a nivel mundial meses después con la película *A hard day's night*, cuando se renueva el entusiasmo causado en Estados Unidos y se presenta para el mundo como un fragmento de la mitología Beatles, como sucedió con la segunda película, *Help*. La presentación de los Beatles en el programa de Ed Sullivan fue uno de esos momentos mediológicos cuando se puede decir que la televisión no cambió nada y sin embargo lo cambió todo (Debray, 1995: 61).

El segundo momento mediológico se dio en otro contexto de la cultura en el mundo y en la misma trayectoria de los Beatles. En el tránsito entre 1965 y 1966, la música y la imagen de los Beatles estaban cambiando radicalmente, como se puede ver en las portadas, en la música y en la organización de las canciones de sus obras, *Rubber Soul* y *Revolver*. Son los momentos en que están experimentando con culturas, referencias místicas, literarias y artísticas, con estados alterados de conciencia, pero igualmente con la nueva tecnología para crear y reproducir

música. Es una tercera fase de los Beatles porque su música ha dado un giro y en gran parte se puede apreciar por los cambios en el mundo porque el mismo mundo se hace presente en todos lados y de manera simultánea, y el medio para hacerlo fue la televisión vía satélite, un primer síntoma de la realidad indicial que la televisión venía anunciando y que se haría realidad generalizada unos meses después con el advenimiento de la videoesfera. Es el momento de la era de la electricidad que edifica la aldea global, y los Beatles habían entrado en ella con discos como *Revolver* y *Sgt. Peppers*, y lo realizaron al presentarse en el programa *Our World* e interpretar “All you need is love”.

El efecto fue global, otro momento donde la televisión parecía que no había cambiado nada, pero lo había cambiado. Para McFarlane (2013: 65), y como ya había sucedido con el disco del *Sgt. Peppers*, con “All you need is love” los Beatles pusieron en escena los principios señalados por McLuhan en su concepción de la aldea global. Igualmente fue un indicio de la mediatización hacia un tránsito que devendrá décadas después en la modernidad tardía, en la globalización, es decir la emergencia de la experiencia social y colectiva de las personas como sujetos modernos a través de aquello que Anthonny Giddens (2004: 32) menciona como el desanclaje de los sistemas sociales, es decir el despegar “las relaciones sociales de sus contextos locales de interacción y reestructurarlas en indefinidos intervalos espacios-temporales”, un nuevo orden del proyecto de la modernidad, de acuerdo a John B. Thompson (1998: 287) cuando los sujetos modernos no solamente emplean propuestas simbólicas que provienen de los medios, más que aquellas que provienen de sus culturas locales, sino que los incorporan en su vida para la interacción social y la edificación de su subjetividad, como las pautas de sus narrativas biográficas, y cuya principal manifestación ha sido la constitución de subjetividades como fans, y las relaciones de los fans con sus fandoms.

III. Generaciones y personas en loop

Es posible entender que el vector del tiempo en el espacio que implicaba a la trayectoria de los Beatles, se interrelaciona con otra de sus dimensiones: la trayectoria intergeneracional de los fans de los Beatles, los beatlesfans.

En tiempos de una ecología de medios como la que hace manifiesta la convergencia de medios, no solamente el tema de los fans y las comunidades digitales son parte del escenario de los nuevos públicos de los medios, (Jenkins, 2009), sino que igualmente se va considerando que se gesta una identidad generacional ante un tipo de experiencia mediática definida por las sucesivas y rápidas alteraciones de los soportes tecnológicos, del mercado, y de la cultura mediática resultante (Andó, 2014). Algo así se puede pensar de las sucesiones generacionales de los beatlesfans, quienes, desde su ubicación dentro de un beatlescape, comenzarán su peregrinaje de la obra de los Beatles.

A partir de lo anterior, es posible contemplar un espectro de generaciones de jóvenes que crecieron de alguna manera con los Beatles, considerando que las delimitaciones y características de los grupos se pautan de manera aproximada, de acuerdo a lo indicado en la Tabla 2.

Tabla 2
GENERACIONES DE BEATLEFANS

Generación Beatle:	Periodo:	Rasgos:
Pre Beatle	50's	Jóvenes que eran adolescentes a mediados o finales de la década de los cincuenta y que descubrieron a los Beatles.
Beatle	60's	Jóvenes que crecen con la aparición de los Beatles, o que son niños y se convierten en adolescentes en paralelo de la historia musical de los Beatles.
Post.Beatle	70's y 80 's	Jóvenes que fueron conscientes de los Beatles como grupo musical, o eran niños y los descubrieron, cuando ya se había separado, pero seguían produciendo de manera independiente y por tanto conservan algo de memoria de ellos como creadores en activo.
Retro- Beatle	80's y 90's	Jóvenes que no crecieron con los Beatles pero los encuentran y los admiran a los a partir de ser un recurso para atraer y hacer propio un pasado que no vivieron.
Digital-Beatle	2000's	Niños o adolescentes que descubren a los Beatles, principalmente por las tecnologías y formas culturales de lo digital, y los toman como pauta para crecer y edificar su sensibilidad y subjetividad.

Fuente: elaboración propia a partir de distintas fuentes documentales.

La interrelación de la trayectoria de los Beatles con la genealogía de sus públicos o fans cobra vital importancia porque, por un lado, en cada fase de los Beatles se puede encontrar la conformación de una unidad estética que está alterándose y transformándose incluso más allá de su disolución como grupo debido a los soportes tecnológicos para producir, distribuir y consumir su música y sus imágenes, además de que las alteraciones estéticas implicaba para sus públicos una actitud de “públicos modelo” de los Beatles, como cuando Umberto Eco (1981) habla de que cada texto genera su lector modelo. Retomando a Carlos Scolari (2008) y su propuesta de la estética poshipertextual, es posible pensar que cada generación de público de los Beatles fue conformado por la estética resultante del soporte tecnológico, y desde ahí se puede definir el tipo de lectura, re-lectura desde donde han escuchado la música, han visto las imágenes de los Beatles, y han hecho algo con ambas cosas, como se puede apreciar en la tabla 3.

Tabla 3
ESCUCHA MODELO DE LAS GENERACIONES DE
BEATLESFANS

Generación Beatlefans:	Trayectoria Beatles:	Espectador Modelo:
Pre-Beatles	* Beatles	Textual
Beatles	* Beatles * Post Beatles- fase eléctrica * Post Beatles-fase modernista	Textual Intertextual
Post-Beatles	* Pre digital Beatles	Hipertextual
Digital Beatles	* Digital Beatles	Posthipertextual

Fuente: elaboración propia a partir de varias fuentes documentales

El impacto de la obra de los Beatles no fue la misma en cada generación de los públicos de los Beatles, porque en cada caso los implicaba en formas distintas con su obra. Es por ello que algunos públicos de las dos primeras generaciones se sintieron extraños cuando los Beatles comenzaron su fase electrónica Post Beatle, mientras quienes comenzaron a ser su público a partir de esa fase, lo fueron y con el tiempo la piedra angular de su preferencia o identidad como fan de los Beatles son obras de esa fase en adelante.

La generación post-Beatle creció conociendo la obra en general realizando lecturas del total de la obra, y una de esas manifestaciones fue a partir de su edificación como fan de todo lo relacionado con los Beatles, y como coleccionista de sus obras y la exploración de otros géneros del rock. Los digital Beatles están más interesados en las recreaciones que se hacen sobre los Beatles, la manera como se comparten distintas lecturas y variaciones de las obras de los Beatles.

Ruptura importante y fundamental es la que realizan los digital fans. Una forma de verlo es que el acceso a materiales sobre los Beatles en el ciberespacio es una nueva experiencia estética que se realiza para generar materiales o narrativas de corte afectivo cuyo pathos emocional (Booth, 2014: 22) se realiza mientras se juega, se interrelaciona, se comparte. Es por ello que la comunidad de nuevos fans son fundamentales en los tiempos recientes porque son ellos quienes amplían y expanden el mundo de los Beatles, lo hacen actual en el mundo del ciberespacio (Jenkins, Ford, Green, 2013). La creación de fanfics es una de las manifestaciones, pero igualmente de diversos materiales visuales, y donde la estética que proviene de la nueva televisión, el nuevo cine, los videojuegos, los videos musicales, la tendencia hacia la hibridación visual y la weridización (Moschino, 2014), es parte de la visualidad con la cual leen y re trabajan los materiales visuales, más que los musicales, de los Beatles.

Esta conclusión es un decir

Ella quería una vida normal como
la de todo el mundo.

Haruki Murakami, *1Q84*

El primer momento mediológico de los Beatles fue en 1964 con la presentación de los Beatles a Estados Unidos, lo cual constituyó la creación de la beatlemania a nivel internacional. El segundo momento mediológico fue en 1967 cuando se transmitió “All you need is love” a nivel internacional.

Quienes eran adolescentes en 1964 tienden a comentar que les gustó la música de los Beatles o fue importante en su vida una vez que ingresaron a la universidad, a finales de los sesenta y principios de los setenta, y lo fue junto con la cultura alrededor del rock de esos momentos porque les permitió ganar en individuación como sujeto independiente y en proceso de autonomía y maduración. Pero los que fueron adolescentes y contemplaron a los Beatles en la televisión, y, antes o después, habían escuchado el *Sgt. Peppers*, algo les impactó y señalan que los marcó, los definió: se sintieron sujetos de su época al ver en vivo a los Beatles, junto con millones de personas en todo el mundo, algo que no había sucedido con la generación anterior, sus hermanos, primos o conocidos en general.

Esta generación Beatle, que contemplaba el momento en que los Beatles se abrían a su fase electrónica Post-Beatle pudieron integrar a su vida la propuesta cultural de los Beatles y los vinculó y dinamizó como una comunidad pre-global, bajo configuración como de pre-fans en el sentido actual de los mundos transmedia (Jenkins, 2008). En algunos de ellos la identidad se definió a partir de entonces, y la orientación de sus narrativas biográficas, tan así que años después, en lo que se podría señalar como el tercer momento mediológico de los Beatles, cuando John Lennon es asesinado el 8 de diciembre de 1980 y la noticia circuló por televisión a nivel internacional unos minutos después, varios de esos jóvenes supieron que no solo los Beatles como agrupación había terminado de manera definitiva, igualmente algo de ellos, de sus vidas.

A partir del tercer momento mediológico de los Beatles se

han dado varios acontecimientos que han pretendido crear un cuarto momento mediológico empleando a los Beatles para articular a la industria de la música y el espectáculo, las audiencias y su obra. Es por ello que en la búsqueda de un nuevo momento mediológico tiene que ver con el lanzamiento de algún nuevo producto de su obra, ya sea la digitalización de su obra musical, sus películas, un libro, el lanzamiento de material inéditos o el relanzamiento de una colección o un álbum, que en algunos de los casos está precedida de una campaña en la televisión o el Internet.

Un caso a destacar es el lanzamiento de *The Beatles Anthology* y en particular el video de las canciones nuevas, “Free as a Bird” y “True Love”, a mediados de los noventa, o la campaña para anunciar el ingreso de los Beatles a iTunes, en el 2009. Todo ello completado con una estrategia transmedia de los dos Beatles que aún viven, principalmente con Paul McCartney que sigue cantando las canciones de la era Beatle a través de giras de conciertos por diversos países del mundo, componiendo nuevas canciones para nuevos discos, re editando sus primeros discos en solitario o con el grupo Wings, presentándose en eventos televisivos mundiales, como el Super Bowl, o en el mítico Shea Stadium.

Con esta estrategia, McCartney sigue manteniendo en activo el legado de los Beatles para los fans de otras épocas, pero igualmente como una de las estrategias para permanecer en el mercado a través de seducir a las nuevas generaciones y convertirlas en beatlesfans en tiempos de lo digital y lo transmedia. Una segunda estrategia es que, como lo hizo en otras décadas con Michael Jackson y Stevie Wonder, sigue componiendo canciones para cantarlas con músicos y cantantes actuales que son trending tópicos en las redes sociales, y quienes ahora dan a conocer a McCartney a las generaciones de adolescentes de ahora. La visualidad de los Beatles se ha desplegado en un entorno viral y parece estar buscando sus nuevos momentos mediológicos (Jenkins, Ford, Green, 2013), que seguramente se realizará contando con la participación de sus nuevos fans.

A través de la mediología es posible entender que la llegada

de la videoesfera a finales de los sesenta marcaba la ruptura de grafósfera como la trayectoria cultural y civilizatoria que construyó un proyecto para un tipo sociedad y de sujetos modernos, la música del rock, y la obra de los Beatles anunciaban lo que devendría con el mundo global y el papel de la visualidad para la conformación de una sociedad y un sujeto postmoderno. El trabajo que ha hecho Apple Records desde mediados de los noventa y McCartney a partir de la segunda década del siglo XXI hace ver que se ha transitado a un entorno nuevo dentro de la mediología por los desarrollos de la videoesfera y su vínculo con la industria de la música. Como expresa Michel Serres (2013), es el reconocimiento que estamos en otro mundo, con otros sujetos, con otros procedimientos simbólicos, y la música que escuchan los jóvenes es parte de ese nuevo mundo, de esos nuevos sujetos, porque, como manifiesta Jaques Attali (2011: 22), la música “nos habla del mañana” porque los “ruidos de una sociedad van por delante de sus imágenes y de sus conflictos materiales”.

La música de rock se adelantó a manifestar la economía política y simbólica de una época, y desde entonces la precede, pero en ese nuevo entorno histórico y cultural, la visualidad se fue conformando como parte integral para crear los sonidos y la música desde los sesenta y en adelante, y hoy es parte de la vida normal de ser un sujeto de estos tiempos. El desarrollo de la tecnología, de los medios de comunicación, y de los entornos comunicativos desde la incipiente comunicación de masas, que fueron claves para su trabajo de difundir una nueva sensibilidad a través del medium de la música, hasta la convergencia de medios y la transmedialidad, que posibilitan el intercambio y la intervención de los usuarios de la música, es un proceso de construcción en el tiempo que es posible observar a través de la mediología.

El futuro de lo que suceda con la obra de la música de los Beatles estará cercano con el futuro de la visualidad que se está creando. Para seguirle la pista, toca escuchar lo que los nuevos Beatles fans están creando.

Bibliografía

- Abba, T. (2009). "Hybrid stories. Examining the future of transmedia narrative", *Science Fiction Film and Television*, 2.1, pp. 59-75
- Altman, R. (2004). *Silent film sound*. New York, Columbia University Press.
- Anderson, K. y Smith, S. (2001). "Editorial: Emotional Geographies", *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26, pp. 7-10
- Andó, R. (2014). "What does TV actually mean? New consumer experience and generations", *Participations*, Vol. 11, Issue 2, November, pp. 156-181
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica y Ediciones Trilce.
- Attali, J. (2011). *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*. México: Siglo XXI.
- Bauman Z. (2003). "De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad", S. Hall, y P. du Gay, (comps.), *Cuestiones de identidad*. Buenos Aires: Amorrourtu, pp. 40-68.
- Booth, J. (2014). "Playing Dead: Transmedia Pathos and Plot in The Walking Dead Borar Games", *Intensities: The Journal of Cult Media*, No. 7, pp. 20-35
- Couldry, N. (2009). "The Media": A crisis of Appearances", *Globalization Working Papers, Institute on Globalization and the Human Condition*: McMaster University, 09/03.
- Couldry, N. (2011). "More sociology, more culture, more politics. Or, a modest proposal for 'convergence' Studies", *Cultural Studies*, Vol, 25, Nos. 4-5, July-September, 487-501
- Couldry, N. y Hepp, A. (2013). "Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditiosn, Arguments", *Communication Theory*, 23, pp. 191-202

- De Aguilera, M. y Adell, J. (2010). "Mediaciones en el nuevo escenario digital. Música y pantallas", *Comunicar*, No. 34, XVII, pp. 10-14
- Debray, R. (1995). *El estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Buenos Aires: Manantial.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada de Occidente*. Barcelona: Paidós.
- Debray, R. (2001). *Introducción a la mediología*. Barcelona: Paidós.
- Debray, R. (1997). *Transmitir*. Buenos Aires: Manantial.
- Debray, R. (2007). "El socialismo y la imprenta", en *New Left Review*. Ediciones Akal, septiembre-octubre, No. 46, pp. 5-26.
- Eco, U. (1981). *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen.
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television*. Audiences, New Media and Daily Life. New York: London: Routledge.
- Fagerjord, A. (2010). "After Convergence: YouTube and Remix Culture", Hunsinger, J. and Et. Al. (eds.), *International Handbook of Internet Research*, pp. 187-200
- Freeman, M. (2014). "Adversiting the Yellow Brick Road: Historicizing the Industrial Emergence of Transmedia Storytelling", *International Journal of Communication*, 9, pp. 2362-2381
- Frith, S. (1978). *The sociology of rock*. London: Contable.
- Frith, S. (1988). "El arte frente a la tecnología: el extraño caso de la música popular", *Papers*, Vol. 29, pp. 178-190
- Frith, S. (1999). "La constitución de la música rock como industria transnacional", en Puig, L. y Tallens, J. (eds.), *Las culturas del rock*, Valencia: Prtextos: Fundación Bancaja.
- Frith, S. (2002). "Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television", *Popular Music*, Vol. 21, No 3, pp. 277-290
- Frontani, M. (2007). *The Beatles. Image and the Media*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Giddens, A. (2004). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: London: New York

- University Press.
- Gray, J. (2003). "New Audiences, New Textualities: Anti-Fans and Non-Fans", *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 6(1), pp. 64-81.
- Halfacree, K. y Kitchin, R. (1996). "Madchester Rave On?: placing the fragments of popular music", *Area*, 28: 1, pp. 47-55
- Hay, J. y Couldry, N. (2011). "Rethinking convergente/ culture. An introduction", *Cultural Studies*, Vol, 25, Nos. 4-5, July-September, pp. 473-486
- Hennion, A. (2010). "Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto", en *Comunicar*, No. 34, V. XVII, pp. 25-33
- Hodson, J. (2010). "When I'm Sixty Four: Beatles Rock Band and the Commodification of Nostalgia". *The Journal of Canadian Game Studies Association*, 6 (10), pp. 71-90
- Hormigos, J. (2010). "Distribución musical en la sociedad de consumo. La creación de identidades culturales a través del sonido.", *Comunicar*, No. 34, XVII, pp.91-98
- Huertas, A.y Figueras, M. (eds.) (2014). *Audiencias juveniles y cultura digital*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra; Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de medios*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H; Ford, S. y Green, J. (2013). *Spreadble Media*. New York: London: New York University Press.
- Jones, B. y Clayton, W. (2014). "Introduction to the Special Issue: the Transmedia Relationship Between Film/TV Texts and Board Games", *Intensities: The Journal of Cult Media*, No. 7, pp. 1-4
- Kong, L. (1997). "Popular music in a transnational world: the construction of local identities in Singapore", *Asia Pacific Viewpoint*, Vol. 38, No. 1, pp. 19-36

- Kruse II, R. (2003). "Imagining Strawberry Fields as a place of pilgrimage", *Area*, 35: 2, pp. 154-162
- Kruse II, R. (2004). "The Geography of The Beatles: Approaching Concepts of Human Geography", *The Journal of Geography*, 103, January-February, pp. 2-7
- Kruse II, R. (2005). "Contemporary Geographies of John Lennon", *Critical Studies in Media Communications*, Vol. 22, No. 5, December, pp. 456-461
- Lepa, S., Hoklas, A. y Weinzierl, S. (2014). "Discovering and Interpreting audio media generation units: A typological-praxeological approach to the mediatization of everyday music listening", *Participations*, Vol. 11, Issue 2, pp. 207-238
- Lull, J. (1991). "Popular Music and Communication. An Introduction", Lull, J. (editor), *Popular Music and Communication*. Newbury: California: SAGE.
- Marshall, I. (2006). "I am he as you are he as you are me and we are all together: Bakhtin and the Beatles", K. Womack y T. Davis (eds.), *Reading The Beatles. Cultural Studies, Literary Criticism, and the Fab Four*. New York: State University of New York Press, pp. 9-35
- McFarland, T (2013). *The Beatles and McLuhan. Understanding the electronic age*. Lanham: Maryland: Scarecrow Press.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Moschino, I. (2014). "'You should've seen Luke!' or the multimodal encoding/decoding of the language of postmodern 'webidized' TV series", *Text & Talk*, 34 (3), pp. 283-305
- Reynolds, S. (2012). *Retromanía. La adicción del pop a su propio pasado*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Rueda, J. C. y Galán, E. (2013). "Historias en el universo transmedia: El proyecto The Beatles Anthology", *Comunicación y Sociedad: Universidad de Guadalajara*, Nueva época, No. 19, enero-junio, pp. 181-212
- Saldanha, A. (2002). "Music, Space, Identity: Geographies of Youth Culture in Bangalore", *Cultural Studies*, 16 (3), pp. 337-350
- Scolari, C. (2008). "La estética posthipertextual", en D. Romero

- y A. Sanz (eds.), *Literaturas del texto al hipermedia*. Barcelona: Anthropos, pp. 318-331
- Tessler, H. (2010). "The role and significance of storytelling in the creation of the 'post-Sixties' Beatles, 1970-1980", *Popular Music History*, 5: 2, 169-189
- Thompson, J. (1998). *Los medios y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Wadrip-Fruin, N. y Harrigan, P. (eds.) (2004). *First Person. New Media as Story, Performance and Game*. Cambridge: London: MIT.

La revisión y corrección de los textos fue responsabilidad de cada uno de los autores.