



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

ESTUDIO CULTURAL SOBRE EL CONCIERTO DE ROCK DE SANTANA Y
MANA, EN MÉXICO, D. F. 1999.

T E S I N A

Que para obtener el título de

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

P R E S E N T A

MARÍA DE LA CRUZ ÁLVAREZ SÁENZ

DIRECTORA DE TESINA; MTRA. NORMA PATRICIA MALDONADO REYNOSO

MÉXICO, D. F., MARZO DEL 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Los pendientes hay que concluirlos...

**Agradecimiento a todas las personas
que colaboraron con su tiempo,
experiencia y conocimientos, para
realizar este estudio cultural.**

**En especial a la Maestra Norma
Patricia Maldonado Reynoso,
Por su asesoría invaluable en esta
investigación.**

A César Armando Cortés

**Martínez por el apoyo en el curso de
esta tarea.**

**A mis hijos por su comprensión y
respeto: Juan Sebastián, César
Armando y Laura Ernestina Dhaí.**

**A mis padres: Nicéforo Álvarez Fabián
y Laura Sáenz Salgado.**

**A mis hermanos:
Jesús, José, Javier, Hugo, Saúl
Martín, Osvaldo, Jiu, Berenice y
Janos.**

Así como a Martha Benhumea Sáenz.

Y a todos mis sobrinos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
Capítulo 1. ¿QUÉ SON LOS ESTUDIOS CULTURALES?	10
1.1 Propuestas de diferentes autores sobre el consumo cultural.....	10
1.1.1 Néstor García Canclini: Modelos teóricos sobre el Consumo cultural.....	14
1.1.2 Jorge González: Los frentes Culturales.....	23
1.1.3 Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Chile: La recepción activa.....	25
1.1.4 Jesús Martín Barbero: El uso social de los medios.....	26
1.1.5 Guillermo Orozco: El Modelo de las Multimediaciones.....	27
1.2 Los estudios culturales en México.....	29
Capítulo 2. EL ROCK EN MÉXICO	34
2.1. Historia del Rock Mexicano.....	35
2.2. ¿Quiénes son Carlos Santana y Maná?.....	53
2.2.1 Semblanza de Carlos Santana.....	53
2.2.2 Trayectoria de Maná.....	61
Capítulo 3. ESTUDIO CULTURAL SOBRE EL CONCIERTO DE ROCK POR SANTANA Y MANÁ, EN MÉXICO, D. F. 1999.	70
3.1 Estudio Cultural del Rock en México.....	70
3.2 El concierto de Santana y Maná del 10 de diciembre de 1999.....	73
CONCLUSIONES	79
ANEXO 1	83
FUENTES DE CONSULTA	86

INTRODUCCIÓN

A lo largo de este trabajo se abordará el evento de un concierto de Rock en donde alternaron dos conjuntos, *Santana* y *Maná*, en diciembre de 1999 en el Foro Sol por primera vez en la ciudad de México. Un concierto que pudo unir a padres e hijos (y algunos abuelos) en algo que es música hecha por gente joven en épocas diferentes. Se observó regocijo en los asistentes (receptores) cuando se presentó Maná y una actitud de admiración cuando tocó Santana. Dos épocas, pero un mismo gusto compartido por un auditorio-receptor de generaciones unidas por una música que siempre será *juvenil*, pues aunque pase el tiempo, dará pauta a un ritmo, ¡que lo llamen como lo llamen, siempre será Rock!

Como estudio de expresión cultural se investigará de qué manera el público-receptor que asistió a tal evento, realiza el consumo cultural de un concierto de rock en México, en específico, el concierto de *Santana* y *Maná*. Para lo anterior se toma en cuenta las aportaciones teóricas y la investigación empírica de la recepción, que ha proporcionado Néstor García Canclini¹, ya que para él, el análisis de los procesos de recepción de la comunicación masiva es a través del consumo cultural, hay que entrever el término consumo como una aproximación transdisciplinaria.

Al mismo tiempo se retomará para el análisis la aportación de Jorge A. González, investigador de la Universidad de Colima, acerca de los desniveles culturales (la distancia mayor o menor que tiene cada clase social respecto a la oficial), es decir, González afirma

¹GARCIA Canclini Néstor, antropólogo argentino que radica desde hace más de una década en México, es una persona importante en el desarrollo y consolidación de los Estudios Culturales en este País.

que las diferencias y los desniveles culturales entre los distintos grupos sociales “no son impermeables y repelentes entre sí”, sino que comparten, se enfrentan y se entrecruzan.

Así pues, es importante analizar estos distintos enfoques que buscan explicar el consumo cultural en los tiempos actuales ya que de una o de otra manera, la sociedad mexicana participa en ello; es interesante investigar el por qué se crea esa necesidad de consumo, a qué nos conduce y qué logran los emisores de la cultura*.

Este es un estudio del proceso de recepción de la comunicación de masas desde el punto de vista de estudios culturales, ¿por qué?, porque no sólo se trata de las diferentes psicologías individuales en el proceso de recepción, sino de las diferencias entre individuos pertenecientes a diferentes desniveles culturales, con diferentes antecedentes socioeconómicos.

En este trabajo se estudia de qué manera adquieren e introyectan los consumidores (receptores) del concierto, los productos culturales del evento, que van desde la apreciación de la música y comentarios de los líderes de cada grupo, hasta la participación activa de los receptores y ¿en qué aspecto es un producto?, en la medida en que es un producto cultural

* CULTURA -Del Latín, actividad transformadora del hombre y la sociedad. “Cultura. f. Cultivo // fig. Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales // social. Es tan vieja como la existencia del hombre y el resultado de haber éste ejercitado su entendimiento en las ciencias, en las artes, en las ideas y en las instituciones sociales y de otros tipos. Históricamente se clasifica el mundo en natural y cultural, habiendo los helenos establecido la superioridad del último sobre el primero. Expresa lo creado, formado o transformado y a la vez el proceso mismo de la actividad humana que se objetiva en los bienes. Constituye el ambiente propio del hombre, la humanización por el pensamiento del mundo natural. En sentido particular una cultura es el conjunto de los rasgos que caracterizan las actividades de un grupo social, la suma total de sus modos de pensar y obrar, y entre los hechos que la influyen figuran el clima, la naturaleza del suelo, la densidad de población, el grado de desarrollo técnico, los contratos con otras culturas, etc. En un orden más general es el complejo total que incorpora en sí las costumbres, los conocimientos, las creencias religiosas y morales las creaciones literarias, artísticas y científicas, las instituciones y leyes, todas adquiridas por el hombre como miembro de la sociedad. La cultura es transmitida y continuada por la herencia social. Se ha dicho de ella que “es lo que queda del pasado del hombre obrando sobre el presente y moldeando el futuro.” Diccionario Enciclopédico Ilustrado GRAN OMEBA TOMO 3 1965 1ra Edición, Impreso en Argentina. S/N.

que se consume y deja ganancias a los productores. Asimismo, la unidad de observación se basa en los asistentes que concurren al concierto antes mencionado; en donde, se

vislumbraron diferencias culturales, así como distintos antecedentes socioeconómicos entre el público.

También se estudian los distintos puntos de vista que buscan explicar el consumo cultural en estos tiempos; se considera de interés saber por qué se crea la necesidad de consumir, algunos como receptores pasivos y otros como receptores activos. A través de este estudio cultural se describirá un enfoque acerca de qué forma, algunas personas, llevan a cabo el consumo cultural en el caso concreto de las que asistieron al concierto de Rock.

En primer lugar, para proporcionar una respuesta, se tomarán en cuenta los estudios culturales en México de manera general, con base a la opinión de García Canclini; Los frentes culturales por Jorge González; La recepción activa por el Centro de Indagación, Expresión Cultural y Artística (CENECA), según Valerio Fuenzalida; El uso social de los medios por Martín Barbero; y El modelo de las multimediasiones desde el punto de vista de Guillermo Orozco, ya que es uno de los temas menos estudiados en este país, para tratar de comprender, desde un panorama teórico específico de las ciencias de la comunicación, el trasfondo que mueve a las masas a consumir un producto cultural de un concierto de Rock como ritual de identidad entre los asistentes.

La importancia y el lugar que tienen los dos grupos de Rock en el contexto de la historia del Rock mexicano, la génesis de su “*fama*” comercial y la “*calidad del producto*” a consumir en un concierto, es el punto que nos lleva a exponer la historia de *Santana* y la trayectoria

de *Maná* en el segundo capítulo.

Su historia deja ver importantes diferencias entre ambos grupos. *Maná* es un grupo de rock mexicano relativamente reciente (sus primeros éxitos datan de los años 80) conformado por cuatro músicos que no han sido siempre los mismos, durante su existencia musical; su éxito, enmarcado dentro del fenómeno comercial del “*Rock en Español*”, se consolida tras una serie de exitosos conciertos en diferentes partes del mundo y en premios que otorgan las asociaciones comerciales que manejan la venta de discos.

Por su parte, *Santana* es una persona y es un grupo. Su historia pertenece a los recuerdos de la generación de los años 60. Además como persona, *Santana* ha mantenido siempre una posición mística y política muy clara (como por ejemplo promover la libertad de expresión o elegir a Dios como guía de nuestras vidas) que lo ubica como líder musical de toda una generación; como “grupo”, *Santana* es un conjunto cambiante de músicos con un estilo novedoso, que han estado liderados por el mismo Carlos Santana, quién ha sido un excelente guitarrista con grandes ideas.

Como veremos más adelante, en el tercer capítulo, el concierto de *Maná* y *Santana* fue punto de reunión de dos generaciones contemporáneas, pero al mismo tiempo diferentes por sus experiencias a la luz de décadas de cambios políticos, sociales y culturales en México; aunque los jóvenes y las personas maduras compartían en el momento del concierto una realidad social común. Este es el propósito del tercer capítulo, mencionar qué pasó en el concierto y qué aspectos sociales estuvieron en juego al agrupar a dos generaciones marcadamente diferentes: la que aún disfruta el ritmo de *Santana* y la que escucha los éxitos de *Maná* por internet. Se verán estas generaciones unidas por la música

con distintos conceptos melódicos en casi cuatro horas de concierto, como una pausa y un escenario que vibró con el último recital de fin de siglo, sin dejar de tomar en cuenta los comunes denominadores durante el concierto que ofrecieron los grupos *Maná* y *Santana*.

Estos nos dan la pauta para analizar de qué forma lo consumen los receptores, también de dos generaciones unidas por la música de Rock. Uno de los elementos a estudiar será el comportamiento de los espectadores, según las edades y el sexo de los mismos; otro el tiempo y el espacio en que se realiza el concierto.

Y finalmente describir qué clase de comunicación se da entre los asistentes del concierto a partir de la observación participativa: por ejemplo, las reacciones del auditorio ante la música de los grupos, es decir, las diferentes expresiones al escuchar, percibir, hablar, cantar, bailar, comer, beber, fumar y al mismo tiempo la interacción que se da entre la concurrencia y los integrantes de los grupos que conformaron el concierto de rock. También las diferencias socioeconómicas que se dejaron ver en su forma de vestir (aunque esta última será un tanto difícil, porque la mayoría iban muy abrigados por la baja temperatura de ese momento), pero según el precio de los boletos era el lugar que se ocupaba en el Foro Sol. Y, al igual, por medio del transporte que se empleó nos habló de estas diferencias, de los espectadores.

Se evidenciará así, por qué es de suma importancia lo mencionado, a través del estudio de la expresión cultural en donde la comunicación de los participantes revela cierta “exageración de sus emociones”, aunque no es en todos los casos, pero sí en la mayoría.

En sí, reconsiderar las actitudes de la audiencia al interactuar entre ellos; en una palabra, hacer un estudio cultural descriptivo del evento.

Capítulo 1. ¿Qué son los estudios culturales?

En este capítulo se esbozan los enfoques críticos de diversos autores sobre los estudios culturales, se toma en cuenta una propuesta teórica y la investigación empírica de la recepción y los públicos de los medios de comunicación, para así determinar qué son los estudios culturales, y a la vez mostrar la utilidad de los mismos sobre consumo, para de esta manera estudiar las políticas culturales que se llevan a cabo en este proceso.

El estudio sobre el consumo cultural en México se inicia en la década de los noventa de manera explícita, aunque antes ya existían algunos ensayos sobre el tema, pero estos se limitaban a aproximaciones intuitivas, por lo tanto se carece de los datos básicos y la reflexión teórica sobre quiénes asisten o no a los espectáculos, quiénes son asiduos a ver televisión, qué ven, escuchan o leen, y de qué modo relacionan esos bienes culturales con su vida diaria. Néstor García Canclini se pregunta qué significa el hecho de que casi no existan investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales en México, donde después de la Revolución Mexicana se revela una gran preocupación por extender el arte y la cultura hacia las masas, para dar respuesta a esto pasemos al siguiente punto.

1.1. Propuestas de diferentes autores sobre el consumo cultural.

En este trabajo es necesario precisar qué puede entenderse por consumo cultural. Se puede definir en primer lugar al consumo cultural como “el conjunto de procesos socioculturales

en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”¹ Esta caracterización permite ver los actos a través de los cuales se consume como algo más que ejercicios de gustos, antojos o irreflexivas compras.

Dicho de otro modo la “ubicación del consumo en el proceso global de la producción no sólo ofrece ventajas sino dificultades: la lógica económica, que concibe en forma sucesiva la producción, la circulación y el consumo, suele colocar a este último como momento terminal de ciclo”², probablemente por su origen económico; pues Canclini lo ve “*como el más potente para abarcar las dimensiones no económicas en relación con otras nociones afines: recepción, apropiación, audiencias o usos*”³

Quizá fue en México donde se realizó el primer estudio Latinoamericano sobre públicos de Museos.⁴ Es más, esto no tuvo continuidad ni contagió a otras áreas de la cultura, hay otras dos investigaciones, una que se refiere al artículo de Rita Eder y otros⁵, pero es común que no existan evaluaciones sobre su relación con las demandas basadas con las necesidades, sino nada más las que realizan los funcionarios (directores en sus informes), esto por un lado y por el otro, a veces hacen sondeos cuantitativos de mercado audiencia para las

¹ GARCÍA Canclini, Néstor, (Coordinador) “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica”, p. 24 en *El Consumo Cultural en México*.

² Ibidem., p . 24.

³ Idem., p. 25.

⁴ Cita de MONZÓN Arturo, ”Bases para incrementar el Público que visita el Museo Nacional de Antropología “en Anales Del Instituto de Antropología e Historia”, tomo VI, Segunda parte, 1952. Idem., p. 15.

⁵ Cita de EDER Rita y otros, “El público de arte en México: los espectadores de las exposición Hammer”, En Plural, Vol. IV, Núm. 70, julio de 1976 Y el libro de E. Cimet, M. Dujovne, N. García Canclini, J. Gulleo, C. Mendoza, F. Reyes Palma Y G. Soltero, “El Público como propuesta: cuatro estudios desde el punto de vista de la Sociología en museos de arte”, México, INBA, 1987, asimismo Juan Acha publicó una reflexión estética en este campo, “El consumo artístico y sus efectos”, México, trillas, 1988. Y cuando uno acude a instituciones que se ocupan de difusión cultural, las mismas sólo muestran proyectos, propaganda y artículos periodísticos de las inauguraciones, [...], en Idem., pp. 15,16.

empresas periodísticas de radio y televisión, pero los datos quedan guardados en la institución que los encarga, estos no son de fácil acceso como para evaluar las políticas culturales.

Según Rosa Esther Juárez M.⁶ refiere que es muy escasa la investigación en las escuelas de comunicación sobre el estudio de la recepción, éstas sólo han ofrecido informaciones razonadas sobre las estructuras y movimientos de las audiencias, por lo tanto, no están basadas en el proceso que realmente se lleva a cabo en ellas.

En otras palabras, afirma Canclini que:

“Cabe aclarar que la organización multitudinaria y anónima de la cultura no lleva a su uniformidad. El problema principal con que nos confronta la masificación de los consumos no es el de la homogeneización, sino el de las interacciones entre grupos sociales distantes en medio de una trama comunicacional muy segmentada. Las grandes redes de comercialización presentan ofertas heterogéneas que se relacionan con hábitos y gustos dispares”.⁷

Al tomar en cuenta que el consumo no sólo es comprendido por su racionalidad económica y que “Estudios de diversas corrientes consideran el consumo como un momento del ciclo de producción y reproducción social”⁸, y que, es el lugar en el que se “*completa*” el proceso iniciado al crear productos llevándose a cabo la expansión del capital, así como la reproducción de la fuerza de trabajo, se llega a inferir que no son las necesidades o los gustos individuales los que determinan qué, cómo y quiénes consumen, sino que esto

⁶ Cita de JUÁREZ M. Rosa Esther, publicó un balance: “Los Medios Masivos y el Estudio de la Recepción”, en Renglones, año 5, Núm.15, Guadalajara, Diciembre de 1989, pp. 12-18, Idem., p. 16,

⁷ Idem., p. 20.

⁸ GARCÍA Canclini, Néstor, “El consumo sirve para pensar”, en *Consumidores y Ciudadanos*, p. 59.

depende de la administración del capital, pero a la vez revela que en el consumo se manifiesta una realidad sociopolítica interactiva.

Nilda Jack⁹ afirma que son cinco las propuestas principales que hablan de la comunicación desde el *receptor* en América Latina:

1.- El consumo cultural desde el punto de vista de Néstor García Canclini, quien propone una teoría sociocultural del consumo integrando teorías económicas, sociológicas, antropológicas, psicoanalíticas y de la comunicación.

2.- Los frentes culturales por Jorge González, su propuesta consiste en demostrar que existe una disputa por la validación simbólica de cada grupo.

3.- La recepción activa, por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Chile. Investiga la influencia cultural de la televisión a través de las relaciones concretas de producción de significado entre los diferentes segmentos sociales y el mensaje televisivo.

4.- El uso social de los medios por Martín Barbero, analiza las articulaciones que se establecen entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales al tomar en cuenta las mediaciones del contexto cultural.

5.- El modelo de las multimediasiones, según Guillermo Orozco. Su interés consiste en averiguar como se realiza la interacción entre la audiencia y la televisión.

⁹ JACK Nilda, Investigadora de origen Brasileño, citada por Lozano Rendón, José Carlos, en *Teoría e Investigación de Masas*, p. 199.

De esta forma se tratará de abordar los cinco enfoques latinoamericanos sobre el consumo cultural que se relacionan con esta investigación, ¿por qué?, porque estas propuestas refieren la comunicación desde la expresión del receptor.

1.1.1 Néstor García Canclini: Muestra seis Modelos teóricos que se relacionan entre sí sobre el consumo cultural.

Para entender dichos modelos resulta necesario abordar la teoría sociocultural del consumo, según García Canclini, puesto que él interrelaciona teorías económicas, comunicacionales, sociológicas, antropológicas y psicoanalíticas para explicarlos. Esta teoría se sintetiza en seis modelos que se citarán a continuación, pero antes es necesario despejar el camino y recordar que la construcción de los modelos más elaborados ha sido posible a partir de dos factores: la de necesidades y la de bienes, en el sentido de la crítica que le hace a la concepción Naturalista de las necesidades ya que no existe una naturaleza humana inmutable, ni siquiera para referirnos a esas necesidades básicas que parecen universales: dormir, comer, beber, etc; debido a que éstas son elaboradas con gran variedad de prácticas socioculturales, éstas se presentan en diversas manifestaciones, por las distintas formaciones sociales, necesidades particulares de elaboración psicosocial de los deseos, y también depende de la etnia, la clase o el grupo social de pertenencia, etc., que los seres humanos necesitan para poder subsistir, y como se sabe, lo que se considera necesario cambia históricamente, por lo tanto, el carácter construido de las necesidades se vuelve evidente cuando se advierte cómo se convirtieron en objetos de uso normal bienes que hace

tiempo no existían. Entonces se debe cuestionar el correlato de la noción Naturalista de *necesidad*, que es la concepción “instrumentalista” de los bienes.

Los modelos son los siguientes:

Modelo 1. “El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital.”¹⁰

Este modelo refiere al consumo de bienes y servicios como manipulación por parte de la clase dominante de una sociedad. Y que esta última inculca en los trabajadores, a través de la publicidad y otros medios, necesidades superfluas que los lleva a consumir y a reforzar así la expansión del capital, sin embargo, para Canclini, “el error de esta teoría consiste en creer que se pueden desarrollar necesidades artificiales. El teórico sugiere completar este enfoque economicista con el saber antropológico que explica cómo los usuarios seleccionan y combinan los productos y mensajes”¹¹

Dicho de otra forma y en base al pensamiento de Canclini con respecto a las prácticas de consumo (actos psicosociales como comer, habitar una casa o vestirse), pueden entenderse, no nada más como medios para renovar la fuerza laboral de los trabajadores y ampliar las ganancias de los productores, sino para satisfacer en los consumidores, “necesidades” –aún las biológicas- puesto que éstas surgen en diversas “presentaciones” culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los medios.

¹⁰ LOZANO Rendón, José Carlos, *Teoría de la Investigación de Masas*, p. 201.

¹¹ Op. Cit., p. 201.

En este punto, no es la demanda la que suscita la oferta, ni tampoco son las “necesidades” de los trabajadores, las que determinan la producción de bienes y su distribución, sino según la estrategia mercantil de los grupos hegemónicos que incitan a consumir por medio de la publicidad determinados artículos posteriormente obsoletos y estos sean sustituidos por otros, debido a la inclinación expansiva del capital que busca multiplicar sus ganancias, por medio de necesidades “artificiales”, ya que se establecen modos de satisfacerlas en función de los intereses del capital de las clases dominantes.

Como ya se mencionó, no es la demanda la que suscita la oferta, y que no son las necesidades individuales y colectivas las que determinan la producción de bienes y su distribución. Así pues señala que “Las “necesidades” de los trabajadores, su comida, descanso, horarios de tiempo libre y los modos de consumir durante estos, se organizan según la estrategia mercantil de los grupos hegemónicos. La incitación publicitaria a consumir, y a consumir determinados objetos, el hecho de que cada tanto se los declare obsoletos y sean reemplazados por otros, se “explican” por la tendencia expansiva del capital que busca multiplicar sus ganancias”.¹²

Agrega Canclini, que esta lógica explicativa prevalece en los marxistas, aunque, el aislamiento de este aspecto en la organización del consumo conduce al economicismo y a una visión maquiavélica: esto lo inclina a analizar los procedimientos por medio de los cuales el capital o las “clases dominantes”, provocan en las dominadas necesidades “artificiales” y establecen formas de satisfacerlas de acuerdo a sus intereses. Entonces si no hay necesidades naturales, tampoco existen las artificiales; o afirmemos que todas lo son como resultado de condicionamientos socioculturales.

¹² *Ibidem.*, p. 25.

Modelo 2. “El consumo es el lugar en donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.”¹³

En el primer Modelo se ve al consumo como un canal de imposiciones verticales, ahora pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. Cabe señalar que el incremento del consumo es el resultado de la búsqueda de un lucro mayor de los productores, y desde el lado de los consumidores el aumento de los objetos y de su circulación se debe al crecimiento de las demandas.

Como lo escribió Manuel Castells¹⁴, “el consumo es el lugar en donde los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución, apropiación de los bienes”¹⁵

Este punto de vista sirve para rectificar el enfoque unidireccional en el anterior Modelo. Es decir, de ver al consumo como un canal de imposiciones verticales, se pasa a considerarlo como un escenario de disputas por eso que la sociedad produce y por las formas de usarlo. Al tomar en cuenta este carácter interactivo del consumo y su importancia en la vida cotidiana, ha permitido a que los movimientos políticos no se queden sólo en las luchas laborales e incorporen demandas tocante a la apropiación de los bienes (luchas por el

¹³ LOZANO Rendón, José Carlos, Op. Cit., p. 201.

¹⁴ CASTELLS, Manuel, *La Cuestión Urbana*, México, Siglo XXI, 1976, apéndice a la 2ª. Edit., pp.498-504, citado en García Canclini, Néstor, Op. Cit., p. 26.

¹⁵ La cita es del apéndice a la 2ª edición del libro de CASTELLS, Manuel, *La Cuestión Urbana*, México, Siglo XXI, que aparece en García Canclini, Néstor, “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica”, en García Canclini, Néstor (Coordinador), *El Consumo Cultural*, Op. Cit., p. 26.

salario indirecto, agrupaciones de consumidores, etcétera), no obstante, que se llega a la sobrestimación de este nivel de la conflictualidad social (por la orientación unilateral de algunos movimientos o por la reducción de los salarios impuesta por el neoliberalismo) lleva en ocasiones a perder de vista la relación entre el consumo y la producción.

Modelo 3. “El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.”¹⁶

El consumo es el área para comunicar las diferencias sociales, éstas se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza:

“A qué escuela se envía a los hijos, cuáles son los rituales con que se come, qué programas de espectáculos se prefieren. Contribuye a este papel decisivo del consumo cultural el medio de que muchas distinciones entre las clases y fracciones se manifiestan, más que en los bienes materiales ligados a la producción (tener una fábrica o un banco), en las maneras de transmutar en signos los objetos consumidos”.¹⁷

Es decir, en sociedades que se consideran democráticas, el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias entre las distintas clases sociales. Se da no por los objetos que se poseen, sino por la forma en que se les utiliza: qué música se escucha en la radio o en la grabadora o reproductora de discos compactos, qué películas se ven en el cine, qué secciones del periódico se leen, qué programas de televisión se prefieren, etcétera.

¹⁶LOZANO Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 201.

¹⁷GARCÍA Canclini, Néstor, *Op. Cit.*, p. 27.

En base a lo anterior se puede afirmar que el consumo es el área básica para construir y comunicar las diferencias sociales por medio de la masificación de la mayoría de los bienes que se han dado en la modernidad (alimentos, educación y TV) y esto se produce cada vez más, no por los objetos que se tengan, sino por la manera como se les emplea.

Modelo 4. “El consumo como sistema de integración y comunicación.”¹⁸

Las diferencias entre los grupos dueños de los medios de producción y los no dueños de estos en México, refiere Canclini, no se dan ya —como antes— mediante la oposición entre lo propio o lo importado, o entre lo tradicional y lo moderno, “sino como adhesión diferencial a subsistemas culturales con diversas [sic] complejidad y capacidad de innovación: mientras unos escuchan a Santana, *Sting* y [leen a]^{*} Carlos Fuentes, otros prefieren a Julio Iglesias, Alejandra Guzmán y las telenovelas mexicanas o brasileñas de exportación.”¹⁹

Por lo anterior el consumo puede ser el escenario de integración y comunicación ya que favorece la socialización al intercambiar significados. Por ejemplo en este país con facilidad se dan casos opuestos en los que se observan cómo las relaciones con los bienes culturales sirven para diferenciar clases sociales, aunque, también se revela que el consumo no siempre funciona como separador entre las clases y los grupos.

¹⁸ LOZANO Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 202.

^{*} A la siguiente cita (20) se le agregó [leen a]

¹⁹ LOZANO Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 202.

“En México es fácil dar casos contrastantes en los que se aprecia cómo las relaciones con los bienes culturales sirven para diferenciar, por ejemplo a quienes gustan de la poesía de Octavio Paz y los que prefieren las películas de la *India María*. Pero hay otros bienes —las canciones de Agustín Lara, las tortillas y el mole, los murales de Diego Rivera— con los que se vinculan todas las clases, aunque la apropiación sea diversa.”²⁰

Luego entonces el consumo puede ser al mismo tiempo un escenario de integración y comunicación. Esto se corrobora observando prácticas cotidianas en todas las clases sociales, ya que se intercambian significados.

Modelo 5. “El consumo como escenario de objetivación de los deseos.”²¹

Afirma Canclini que además de tener necesidades culturalmente elaboradas, nos comportamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no se inclinan a la posesión de cosas precisas o a la relación con determinados individuos.

“Hay muchos elementos irracionales o inconscientes en el consumo. Las personas actúan con frecuencia siguiendo “deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas determinadas [...] pese a ser difícilmente aprensible, el deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir.”²²

²⁰ GARCÍA Canclini, Néstor, *Op. Cit.*, p. 28.

²¹ LOZANO Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 202.

²² LOZANO Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 202.

Se puede decir que el deseo es errático (que va de un punto a otro sin orden), de una manera insaciable por las instituciones que quieren contenerlo.

Ya que además de tener necesidades culturalmente elaboradas, se actúa al seguir deseos sin objeto, impulsos que no señalan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas determinadas. Menciona que “El deseo es errático, insaciable por las instituciones que aspiran a contenerlo. Las comidas satisfacen la necesidad de alimentarse, pero no el deseo de comer, el cual se vincula, más que con el valor material de los alimentos, con el sentido simbólico de los rituales en que los ingerimos. Lo mismo puede afirmarse del deseo sexual, inabarcable por la institución matrimonial, y de otros que exceden incesantemente las formas sociales en que se los actúa.”²³

Canclini se pregunta sobre el deseo básico, refiere que desde Hegel²⁴ a Lacan²⁵ se afirma que éste es el deseo de ser reconocido y amado. Agrega que eso sería poco en relación con las modalidades que esa aspiración adopta entre las proliferantes ofertas de consumo.

“Sin embargo, pese a ser difícilmente aprensible, el deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir. Tampoco la dificultad de insertar esta cuestión en el estudio social nos disculpa de omitir, en el examen del consumo, un ingrediente tan utilizado por el diseño, la producción y los objetos que juegan un papel insoslayable en la configuración semiótica de las relaciones sociales”.²⁶ Sin pasar por alto el deseo, el consumo se cumple en determinadas condiciones socioeconómicas.

²³ GARCÍA Canclini, Néstor, *Op. Cit.*, p. 31.

²⁴ HEGEL, filósofo Alemán, se considera el pensador post Kantiano más influyente del siglo XIX .

²⁵ LACAN Jacques, médico y psicoanalista Francés (1901-1981).

²⁶ *Ibidem.*, p. 31.

Modelo 6. “El consumo como proceso ritual”²⁷

“A través de los rituales —según García Canclini— “la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan”. El antropólogo cita la definición del consumo que dan Douglas e Isherwood como “un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos”. Mediante este modelo, García Canclini rechaza la creencia de que el consumidor es “irracional”. Cada vez que una persona selecciona, compra y utiliza, “está contribuyendo a la construcción de un universo inteligible* con los bienes que elige”.²⁸

En el consumo como proceso ritual, según el modelo 6 de Canclini, ninguna sociedad soporta demasiado tiempo; la irrupción errática y diseminada del deseo, ni la “incertidumbre de los significados. Por eso, se crean los rituales”.²⁹

Y en vista de que ninguna sociedad soporta por mucho tiempo la aparición vaga y esparcida del deseo, ni tampoco la duda de los significados y que por eso, se crean los rituales, por medio de la organización de las satisfacciones que los bienes otorgan a los deseos de modo coherente (lógica de producción y uso de los bienes); para garantizar el orden social se considera que éste es un modelo aplicable a todo tipo de consumo. Según Mary Douglas y Barón Isherwood:

“Los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configurar su sentido: ‘las mercancías sirven para pensar’.”³⁰

²⁷ LOZANO Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 202.

* Que se puede entender.

²⁸ LOZANO Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 202.

²⁹ GARCÍA Canclini, Néstor, *Op. Cit.*, pp. 31-32.

Los seis modelos son necesarios para explicar aspectos del consumo, pues, ninguno es autosuficiente y sin embargo, todavía es difícil establecer principios teóricos y metodológicos perpendiculares que los puedan combinar.

1.1.2 Jorge A. González: Los frentes culturales.

Jorge A. González, investigador ligado al Programa Cultura de la Universidad de Colima, México. Demostró que existe una disputa por la valoración simbólica, en la cual cada grupo sociocultural participa para hacer valer su identidad cultural.

Para este investigador la comunicación es “un proceso de construcción, de/construcción, re/construcción de muchos efectos de sentido, a partir del lugar que los interlocutores ocupan en la trama de las relaciones de fuerza que se circunscriben en relación con el dominio de un campo ideológico preciso”³¹ Señala que la posición de cada individuo en la estructura social, así como las relaciones sociales que mantiene con los demás, tiene que ver decisivamente en la interpretación y el sentido que le dé a la comunicación. El autor arriba citado refiere que también a través de los desniveles culturales que tiene cada clase social, éstas se separan y distinguen.

Al tomar en cuenta a Gramsci, el investigador señala que también las diferencias y los desniveles culturales entre los diversos grupos sociales “no son impermeables y repelentes entre sí”, sino que se entrecruzan, comparten y se enfrentan: “[...] Proponemos la categoría

³⁰ *Ibidem.*, p. 32.

³¹ Cita de GONZÁLEZ, Jorge A. “Exvotos y retablitos: religión popular y comunicación social en México”, en *Estudios sobre culturas populares, Vol. 1, Núm. 1*, p. 40, citado en Lozano Rendón, José Carlos, *Teoría de la investigación de masas*, *Op. Cit.*, p. 203.

de los frentes culturales para entender los distintos choques y enfrentamientos (no necesariamente violentos, ni en oposición inmediata de exterioridad) en los que diferentes clases sociales que son portadoras de volúmenes desiguales (desnivelados) de capital cultural se encuentran bajo la cobija de significados iguales, trasclasisistas.”³²

Agrega González que cada grupo social, sea dominante o subalterno, construye significados distintos y contrapuestos de los mismos significantes propuestos como válidos universalmente para todos los habitantes de un país o una cultura, y que las diferencias y contraposiciones de los distintos grupos, nunca se alejan de los puntos de referencia hegemónicos, en sí la cultura sirve para diferenciar, clasificar y probar el mundo:

“Todos los seres humanos nos construimos una representación de nuestro accionar y estar por el mundo, pero precisamente debido a las desigualdades de poder y de clase, con dificultad nuestras distintas interpretaciones de la realidad pueden coexistir armoniosa y amablemente con las de otros agentes de posiciones distintas y desniveladas respecto a la nuestra”.³³

³² Cita de GONZÁLEZ, Jorge A. Ibid., p. 204.

³³ Cita de GONZÁLEZ, Jorge A. “La telenovela en familia: una mirada en busca del horizonte”, Estudios sobre culturas populares, Vol. 2, Núm. 4-5, citado en Lozano Rendón, José Carlos, Op. Cit., p. 204.

1.1.3 Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Chile: la recepción activa.

El CENECA de Chile se encarga de estudiar la influencia cultural de la mercadotecnia de la televisión por medio de la exploración en las relaciones concretas de producción de significado entre los distintos segmentos sociales y los mensajes televisivos. Define a la *recepción activa* como la capacidad crítica en las audiencias de la recepción de los mensajes. Según Valerio Fuenzalida, integrante de dicho Centro, afirma que la influencia grupal es de suma importancia en la construcción del sentido que las personas confieren a los mensajes. Señala el investigador que la familia ejerce una influencia decisiva en los hábitos de consumo televisivo de los jóvenes, que el significado televisivo y las resignificaciones se van elaborando en confrontación con las percepciones de los hijos, las esposas, los vecinos, los compañeros en diferentes organizaciones, y que la influencia grupal es importante en la construcción del sentido que las personas otorgan a los mensajes.

También menciona Fuenzalida la importancia del contexto sociocultural con la mediación televisiva para el consumo, así como la presencia de otros medios de comunicación que al mismo tiempo ejercen una influencia importante en la recepción (periódicos, revistas, radio y cine), que hacen que la TV no adquiera gran significación. Agrega que las organizaciones de todo tipo (partidos políticos, iglesias, sindicatos, etcétera), de igual manera intervienen en la recepción.

1.1.4 Jesús Martín Barbero: El uso Social de los Medios.

Refiere que el interés por las culturas populares tiene que ver con tres fenómenos:

1. Con la incapacidad de las teorías de la comunicación presentes de explicar a la comunicación en cuanto comportamiento colectivo y cotidiano, al ignorar las condiciones de producción y reproducción del sentido.
2. La ruptura con el inmanentismo en la comunicación que pretendía concebir a la comunicación en sí misma, en vez de pensarla “desde las mediaciones en que se constituyen los procesos de producción simbólica, instituciones, organizaciones, lenguaje, sujetos”.³⁴
3. El redescubrimiento de lo popular en la comunicación tiene que ver, con la existencia de prácticas comunicativas aún vigentes entre las clases populares, prácticas en ocasiones tradicionales (cultura oral, chistes, chismes, relatos populares y rumores).

Martín Barbero rechaza maldecir lo masivo para rescatar lo popular. Esto último, está hecho de mestizajes, complicidades y contradicciones; por eso se vincula con lo masivo.

Asimismo Martín Barbero afirma que lo principal está en:

“(…) ver en lo urbano-popular no sólo la homogenización de los consumos o la transnacionalización de los patrones culturales efectuada por la televisión, sino los modos en que las masas populares reciclan su incierta relación con el Estado, su distancia al desarrollo tecnológico, la persistencia de elementos que vienen de las culturas campesinas y

³⁴Cita de MARTÍN Barbero, Jesús (1987 a), “Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de la Transnacionales”, en *Comunicación y Culturas populares en Latinoamérica*, Felafacs-Gustavo Gili, México. Citado por Lozano Rendón, José Carlos, Op. Cit., p. 207.

del mantenimiento del aparato popular de transmisión del saber, la refuncionalización del machismo, la melodramatización de la vida y los usos de la religión”³⁵

1.1.5 Guillermo Orozco: El Modelo de las Multimediaciones

Orozco identifica y discute las mediaciones cognoscitivas, culturales, situacionales, estructurales y videotecnológicas de los medios.

La mediación cognoscitiva.

Es la que incide en el proceso del conocimiento (lo afectivo, lo racional y lo valorativo), ya que según la cantidad y la calidad de información, conocimientos y valoraciones que un sujeto receptor traiga ante el medio de comunicación, es su recepción.

La mediación cultural.

Orozco señala que el proceso cognoscitivo está influenciado (condicionado) por la cultura concreta a la que se pertenece. Afirma que todo consumidor de los medios es producto y miembro de una cultura y ésta está presente en sus interacciones sociales.

La mediación situacional o de referencia.

Las diferentes identidades del sujeto receptor, cultural, sexual, étnica, socioeconómica y hasta de su origen geográfico, constituyen mediaciones en el proceso de consumo de los medios de comunicación.

³⁵ Cita de MARTÍN Barbero, Jesús (1987 b), De los Medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía, Gustavo Gili, México, citado en Lozano Rendón, José Carlos, Op. Cit., p. 207.

Mediaciones Institucionales.

Por lo general, el consumidor es miembro de una familia, participa en un vecindario o es parte de un grupo de trabajo. También, regularmente ha ido a alguna escuela y probablemente profese alguna religión, así que el sujeto interactúa, intercambia y produce sentidos y significados; se comunica, por lo tanto los mensajes de cada institución social son interrelacionados por el sujeto debido a su simultánea pertenencia a varias instituciones.

Mediaciones Videotecnológicas.

Esto se refiere a una naturalización de la significación de la realidad:

- La creación de noticias con fórmulas profesionales y mediante un proceso industrializado;
- La presencialidad del receptor .Ésta consiste en hacer al televidente testigo presencial de lo que pasa en la pantalla, sin que éste se percate de que se encuentra frente a una representación de la realidad;***
- La construcción de verosimilitud se refiere a la alta fidelidad de la televisión en la reproducción y transmisión de signos y significados; y
- La apelación emotiva, facilidad para incidir en lo afectivo y en lo emocional por medio de elementos efectistas (suspense, música, tonos de voz, la violencia, la fantasía, etc.,etc.).

1.2 Los estudios culturales en México

Refiere Ernesto García Canclini que en México la infraestructura electrónica es una de las más desarrolladas de América Latina cuyo aparato institucional denota una continuidad y una oferta cultural, sin embargo, no cuenta con informaciones organizadas y fidedignas sobre la circulación de sus productos culturales, como sucede en otros países (Brasil, Argentina, Chile y Venezuela), esto se podría explicar de la siguiente manera: probablemente el desarrollo electrónico esté más a favor del control social, dicho de otra modo, del ocultamiento de los datos.

Como se pregunta Canclini “qué significa el hecho de que casi no existan investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales en un país como México, donde —al menos desde los gobiernos posrevolucionarios— se manifiesta una intensa preocupación por extender los vínculos del arte y la cultura hacia las masas”.³⁶

Agrega Canclini, que probablemente fue en México donde se realizó el primer estudio latinoamericano sobre público de museos, sin embargo, éste no tuvo continuidad. Las instituciones que se ocupan de difusión cultural, sólo muestran proyectos, publicidad y ecos periodísticos de las inauguraciones; pero es común que no se lleven a cabo evaluaciones sobre su relación con las necesidades y las demandas, sino solamente las que celebran algunos directores en sus informes burocráticos, con la única finalidad de recabar fondos económicos.

³⁶ GARCÍA Canclini, Néstor, *Op. Cit.*, p. 15.

También se hacen sondeos cuantitativos de mercado y audiencia para las empresas periodísticas, de radio y televisión. Pero los datos quedan guardados en el organismo que los encargó. Tales estudios no se agregan, ni son de fácil acceso, como para contribuir a evaluar globalmente el tipo de políticas culturales, es decir que en las instituciones gubernamentales no existe un ordenamiento sistemático y comparativo de las estadísticas culturales, ni algún otro organismo dedicado al estudio del consumo cultural en este terreno.

“En la ciudad de México, hallamos grupos bien diferenciados entre los consumidores. Para hablar únicamente de las preferencias musicales es entre las personas con más edad y menor nivel escolar donde aparece el mayor número de seguidores de las canciones tropicales y rancheras; la música clásica y el jazz atraen, sobre todo, a los profesionales de edad media y a los estudiantes más avanzados; el rock a los jóvenes y adolescentes. Las personas van ubicándose en ciertos gustos musicales y en modos divergentes de elaboración sensible según las brechas generacionales, las distancias económicas y educativas”.³⁷

Cabe señalar que aparte de los obstáculos políticos institucionales referidos sobre el consumo, se dan dificultades teóricas e ideológicas para seguir adelante en el estudio del

³⁷ Estas afirmaciones se basan en una investigación presentada en Canclini García, Néstor y Piccini, Mabel, “Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano”, en García Canclini, Néstor, (Coordinador), *El consumo cultural en México, Op. Cit.*, pp. 43-84. En esta investigación se incluyó una encuesta sobre consumo cultural en 1500 hogares de la ciudad de México entre septiembre y octubre de 1989. Allí encontramos que la música ranchera es más escuchada entre los trabajadores domésticos (43.5%) y entre los pensionados (34.4%); los boleros son preferidos principalmente por las amas de casa (27.8%), mientras que el rock y “la canción de moda” —Yuri, Emmanuel— encuentran la mayoría de sus seguidores entre los jóvenes (23 al 30%).

consumo cultural, por ejemplo, la asociación de este término con la comercialización de los bienes “espirituales”, y con lo que en lenguaje común se denomina “consumismo” o “sociedad de consumo”. Y si se trata de las concepciones idealistas y aristocráticas juzgan que la multiplicación masiva de los consumidores distorsiona el valor de las experiencias artísticas.

Aunque, ya se citó el trabajo de Jorge A. González, investigador asociado al Programa Cultura de la Universidad de Colima, hay que recordar que la comunicación es “un proceso de construcción, de/construcción, re/construcción de múltiples efectos de sentido, desde el lugar que ocupan los interlocutores en la trama de las relaciones de fuerza que se circunscriben en relación con el dominio de un campo ideológico preciso [...]. La posición de cada individuo en la estructura social, así como las relaciones sociales que mantiene con los demás, influye decisivamente en la interpretación y el sentido que le dé a la comunicación. Los individuos pertenecientes a las clases populares, dada su posición subalterna y contrapuesta a la hegemónica para cada práctica o producto cultural”.³⁸

Para poder hablar de la expresión cultural del Rock, en especial en el caso de México, desde el punto de vista de las ciencias de la comunicación, se partirá del ciclo de mesas redondas titulado *Simpatía por el Rock, Industria, Cultura y Sociedad*, efectuado en noviembre de 1992 en las Unidades Azcapotzalco e Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, en donde participaron 25 expositores de diferentes profesiones.

³⁸ GONZÁLEZ, Jorge A. “Exvotos y retablitos: religión popular y comunicación social en México”, en *Estudios sobre culturas populares*, Vol. 1, Núm. 1, citado en Lozano Rendón, José Carlos, *Op. Cit.*, p. 203.

En las cuatro sesiones de trabajo se trató de lograr profundidad y reflexión, sobre los fenómenos socio-culturales implicados en la música de rock. Entre estos podemos citar:

En primer lugar, se trató al Rock como sensibilidad colectiva; en este aspecto se analizó la cultura del Rock desde las perspectivas complementarias de la sociología, la psicología social, la antropología social, etcétera.

En la segunda sesión se habló de la producción y transformación del Rock como un bien cultural: en donde se denota una aproximación testimonial a la industria y al mercado de esta clase de música en el contexto internacional y nacional. En esta exposición se vio al Rock como fenómeno musical: desde el enfoque de los estudios musicales que se citaron.

Y en la última sesión se abordó la Estética y filosofía del Rock: consideraciones en torno a la cultura integral del Rock.

“A manera de entrada destacaremos su componente efectivo, ‘lúdico’ y corporal. Sin este elemento polimorfo habría que dirigir, sin duda, la atención a otros objetos de estudio que no poseen tales características, como las fluctuaciones en la bolsa de valores o el aprovechamiento industrial del cerdo. Frente a entornos sociales y laborales crecientemente dominados por la idea de eficiencia, competitividad, y frente a experiencias de vida que llevan la huella de crisis y creencias, la música de rock parece ser consumida como un reducto social que permite expresar una disidencia efectiva, por escasamente estructurada que ésta sea. En el fondo destaca la búsqueda de un ámbito de alteridad u “otredad” en el

que un nuevo sentido se apodera de las experiencias cotidianas”.³⁹

La difusión de la música de rock en México se ha vuelto una industria. Según la opinión de todos los ponentes, sin embargo el negocio del rock aún se encuentra incipiente a comparación de lo que pasa en Estados Unidos o en la Gran Bretaña, en este país no se ha podido construir una industria cultural, de esa magnitud.

“Según Seman y Lazarov, concretamente, el rock nacional no podrá convertirse en una verdadera industria y movimiento cultural capaz de conquistar a un público real y potencial más amplio, en tanto los agentes que forman parte de él no modifiquen muchas de sus prácticas y sus actitudes, las cuales se consideran incompatibles con el rock concebido como negocio”.⁴⁰

En sí el rock nacional no podrá transformarse en una industria y movimiento cultural, hasta que los agentes que lo integran no modifiquen varias de sus prácticas y actitudes, porque éstas son incompatibles con el rock concebido nada más como industria, pues lo han etiquetado como negocio, lo han hecho moda, apartando a éste en la mayoría de los casos, de sus raíces, que tienen que ver con la expresión de protesta de los marginados.

³⁹ AGUILAR Díaz, Miguel Ángel, De Garay Sánchez, Adrián, y Hernández Prado, José, (Compiladores), *Simpatía por el rock, Industria, Cultura y Sociedad*, Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México, D.F., p. 9.

⁴⁰ *Ibid.*, pp. 17-18.

Capítulo 2. El Rock en México

A partir de la segunda mitad del siglo XX a la fecha, la música de rock, desde que apareció, ha sido parte importante de la vida cultural de varias generaciones. Los orígenes del Rock se pierden en el tiempo y quizá en el espacio, pues podríamos reencontrarnos hasta en la propia África para repasar los ritmos y el sentimiento negro que daría lugar al “Blues” y al “Jazz”, de las cuales el Rock and Roll tomaría bases rítmicas y musicales.

Quién iba a pensar que después de la Segunda Guerra Mundial, con el advenimiento de la electrónica y otros tantos inventos, la música se iba a simplificar tanto, que pocos músicos harían tanto ruido, y al mismo tiempo, hacerse tan compleja, que un solo aparato podría tocar como una orquesta completa.

Eso es también parte del Rock. Con el surgimiento de movimientos sociales, la música de Rock inició para “denunciar “ las inconformidades y descontentos de las masas sobre la explotación, el racismo y las guerras. Como refiere José Arturo Saavedra Casco¹, el Rock se transformó en vehículo de comunicación y de expresión importante.

Al mismo tiempo se ha visto afectado por las convulsiones políticas y económicas mundiales así como por los cambios tecnológicos de los medios.

A continuación se abordará de manera general una breve semblanza histórica del rock mexicano y en particular la historia de dos de sus más fecundos representantes: *Santana* (que es el apellido de su principal representante, Carlos Santana) y *Maná*.

¹ SAAVEDRA Casco, José Arturo, del centro de investigaciones del Colegio de México.

Estos datos históricos servirán para ubicar a los grupos de este trabajo en el contexto histórico socio-cultural del rock mexicano para posteriormente entender la importancia de su creatividad musical y el contexto en el que se dio el concierto que ofrecieron *Santana y Maná*, en México, el 10 de diciembre de 1999.

2.1 Historia del Rock Mexicano.

¿En qué consiste el Rock?, según un experto en el tema José Hernández Prado, el rock es un tipo de música que comienza a ser reconocido por los jóvenes del mundo desarrollado y anglosajón al principio de la década de los sesenta, afirma que es un estilo musical derivado de los denominados *rhythm and Blues* y *Rock and Roll*, construido sobre el cimiento de la canción popular occidental de compases binarios y secciones melódicas, es un tipo de música popular cultivado por infinidad de jóvenes en todo el mundo e inclusive por personas ya maduras que fueron jóvenes en esa época.

Refiere Hernández Prado que la música popular ha sido un vehículo de fines utilitarios, personales o sociales.

El Rock es un fenómeno cultural así como sociológico... “ el Rock se aprecia mejor cuando se escucha con volumen fuerte, esto quiere decir... que el Rock es, ante todo, energía, y fue, justamente por esta energía tan característica, que nació como música juvenil. Pero la energía del Rock se nutre en la actualidad de una insatisfacción existencial que ya se restringe a las generaciones de jóvenes”²

² HERNÁNDEZ Prado, José, departamento de Sociología de la UAM-Azcapotzalco, uno de los compiladores de *Simpatía por el Rock*, en *Industria, Cultura y Sociedad*, p. 189.

Sin embargo, la táctica del sistema capitalista es manipular la rebelión al convertir las propuestas en “moda”, tergiversando el significado de éstas, y por medio de diferentes medios sabotear las luchas sociales, ¿cómo?, de varias formas: al eliminar a los líderes por medio de un “puesto” importante, destierro, drogas, o cárcel .

Los aspectos históricos del Rock se inician en 1955, año en el que aparece cierta melodía que, se puede decir, da nacimiento al nuevo ritmo que, aunque ya trae puntadas de Jazz, Blues y Swing, es el primer Rock and Roll clásico. Esta canción es “Rock around the clock” (“Al compás del reloj”) de *Billy Halley y sus Cometas*, que tanto interesó a un joven llamado Elvis Presley, que en 1957 firmó con la RCA Víctor sus primeras melodías.

¿No habría que cuestionar cómo el Rock and Roll entró al gusto de la juventud mexicana?, claro que sí, pues su nacimiento en Estados Unidos, es una expresión de protesta de las y los oprimidos, una manifestación de esto serían “los rebeldes sin causa”, que fueron un fenómeno social no sólo a nivel nacional sino mundial que tiene que ver con los procesos socio-económicos y políticos desde ese entonces.

Los primeros países en los que saltarían los nuevos éxitos juveniles, serían México y Canadá, realmente, siempre se ha acogido por maniqueo la mayoría de las importaciones de Estados Unidos, y al parecer ese nuevo ritmo haría bailar a los de Secundaria y Preparatoria, y la publicidad comercial no podría despreciar algo así, pues por una parte mercantilismo y ventas característica del sistema capitalista a nivel mundial, y por la otra la creación de ídolos “a imagen y semejanza” del Rock and Roll tanto importado como nacional sonaba en los oídos de radioescuchas, televidentes y visitantes de “cafés cantantes” que abrían con regocijo sus puertas al nuevo ritmo y a la juventud. El fenómeno

mercantil del Rock en México, protagonizado por *intérpretes* (más que *autores*) como César Costa, se extiende del campo del disco, cassette* y radiodifusión, al de las películas, protagonizadas por César Costa, Enrique Guzmán, Maité Gaus y Angélica María, en donde se representaba el nuevo ritmo.

“Por los ‘cafés cantantes’ —que serían clausurados con escándalo pero sin ruido en tiempos de Díaz Ordaz— vi pasar a los *Rebeldes del Rock*, a los *Teen Tops*, a los *Hermanos Carrión*, con o sin Diego de Cosío al requinto, a los *Rockin Devils*, a los *Hooligans* y a un montón de solistas de menor envergadura, pero nunca a un grupo que alcanzaría tanta celebridad como *Los Yaki* con Benni Ibarra”.³

Es difícil mencionar a tantos artistas que de repente se vieron envueltos en el nuevo ritmo que tanto hacía bailar y cantar a los jóvenes.

Ya no era el Boogie ni el Swing (ritmos que se bailaban más moderados), sino ahora con volteretas y maromas los jóvenes sacaban tanta energía reprimida de años anteriores.

“En sus orígenes, el rock cumplió los cometidos típicos de la música popular, pero luego... —y aquí viene la tipografía “Pop” que ya tiene el encanto de época de la letra encadenada virreinal—... (((//i se transformó en Otra Cosa!//)))”.⁴

Los cincuenta terminaron muy pronto.

Y como el fenómeno de la música no es sólo nacional y tiene que ver con los procesos socio-económicos y políticos sobretudo de Estados Unidos, en México se siguen los pasos de la música de Rock del país vecino.

* La palabra cassette no existe en español.

³ AVILÉS, Jaime, “Entonces (¿Cómo se deletrea?)”, en Chimal, Carlos (Compilador), *Crines, Otras lecturas de Rock*, Op. Cit., p. 50.

⁴ VILLORO, Juan, “Dios de futuro pasado”, Op. Cit., Ibid., p. 235.

A principios de los años sesenta en Estados Unidos, en donde ya no era simple Rock and Roll lo que se bailaba. El Twist vino a dar otra alternativa al Rock, y le seguirían durante esta época otros ritmos afines tales como el Surf, que bailarían los chicos de la playa al compás de los *Beach Boys*, el Funk, el Soul y el Blues, expresiones negras combinadas con el ritmo de moda, tomándolo para alcanzar más expresión hacia su público.

Tal es el caso de James Brown (Funk-Rock), *Diana Ross and the Supremes* (Soul-Rock) o de BB. King (Blues-Rock). El festival de Woodstock⁵ a fines de los años 60 nos había mostrado a un Carlos Santana y a un *Canned Heat* con integrantes mexicanos o México-norteamericanos, y aparecieron solistas como Joan Báez.

Esta década es la floreciente, pues grupos de todo el mundo deseaban dar su granito de arena a la nueva cultura.

Esto da origen en Inglaterra a la llamada “Invasión Inglesa”, con infinidad de grupos europeos que marcarían la pauta musical en dos o tres décadas más.

En México pasa algo curioso: los artistas que interpretaron a los grandes ídolos del Rock and Roll de Norteamérica, al llegar la “invasión inglesa” y el sonido “beat” (de los Beatles), una nueva etapa musical, sólo siguen interpretando los viejos éxitos de Elvis Presley y se limitan a observar, dejándose llevar por la marea bailando al compás del A-Gogó, pero sin crear nuevas canciones o ritmos de acuerdo a la cultura de México, sino

⁴⁶ El festival de rock Woodstock se llevó a cabo en 1969 en Woodstock, Estados Unidos en donde tocaron Santana, Canned Heat, Jefferson Air Plane, The Who, Jimmy Hendrix, The Band, Jhon Sebastian, The Doors, etc.

hasta principios de los años 70 a raíz del 1^{er} festival de rock masivo en México, el Festival de Avándaro, ocurrido el 11 de septiembre de 1971, “...Como fenómeno el festival de Avándaro presenció el estertor acelerado de la onda extracto de “hipismo” y remanente de los años sesenta, arcadia del pasón desde la clase media demarcada por las deificaciones (divinizar) al Rock y las ofensivas impaciencias contraculturales, el apolitismo y la ingenuidad intelectual”⁶ considerado como remedo de Woodstock, pero con un mismo fin, la denuncia y el descontento, Y con los cambios que se dan en esta época cambian los grupos musicales y las mentalidades. El *rock and roll* deja de llamarse así y se denomina simplemente *Rock*.

Sin embargo, para que surgieran nuevos músicos de Rock en los años 70, se había aprendido mucho de los años 60:

“(((Las pequeñas Hordas crecían al compás de *Like a Rolling Stone*⁷, *Magical Mystery Tour*⁸, *Purple Haze*⁹, *In the Threshold of a Dream*¹⁰ y otros títulos que en rigor decían lo mismo: hemos cruzado la frontera !!! Del vegetarianismo al LSD, pasando por las comunas, el orientalismo y la lucha contra la guerra de Vietnam, la cultura surgida en torno al Rock modificó hábitos táctiles, políticos, sexuales, olfativos, alimenticios, pictóricos, perceptivos... ((((((Se transformó en Otra Cosa!!!!))))))”¹¹

⁶ GONZÁLEZ Rodríguez, Sergio, Idem., pp. 223-224

⁷ Como una piedra rodante de Bob Dylan.

⁸ *Viaje mágico y misterioso* del grupo “los Beatles”

⁹ *Neblina morada de Jimmy Hendrix*

¹⁰ *En el inicio de un sueño.*

¹¹ *Ibidem.*, p. 235.

Los músicos (y alguno que otro empresario) ya habían repasado bastante a los *Rolling Stones*, *The Beatles*, *The Who*, Jimmy Hendrix, *The Doors*, *The Beach Boys*, etcétera; al fin en México se podían moldear nuevos ídolos, los cuales esperaban su aparición a raíz del festival de Avándaro¹², pues ya era una década en que se venía escuchando a Enrique Guzmán, Angélica María, los Yaki, Alberto Vázquez, los *Hermanos Carrión*, etcétera, etcétera, por lo tanto, era necesario crear algo nuevo, pues esos niños que se deleitaban con aquellas melosas canciones, ahora eran jóvenes “Hipitecas” que quizá hacían algunas comunas muy a la mexicana.

Esos jóvenes querían escuchar algo más creativo en el terreno musical.

Quizá por las inconformidades, la guerra de Vietnam, el querer conocer más, las nuevas filosofías, el LSD, las anfetaminas y otras nuevas drogas, tal vez María Sabina y el conocimiento del “yo interno”, las “enseñanzas de Don Juan” o las del amor a Jesucristo y Hare Krisna, la libertad sexual, los anticonceptivos y el “Paz y Amor”, o a lo mejor todo. El hecho es que, ahora, a principios de los años 70, en México nacieron los nuevos grupos, obviamente influenciados por los norteamericanos y europeos.

¹² El Festival de Avándaro se llevó a cabo el 11 de septiembre de 1971, asistieron unas 150 mil personas de diferentes edades pero la mayoría era gente joven. Éste fue al aire libre, se inició con el grupo de los *Dugs Dugs* con la canción "Mi mundo". Es importante señalar que los concurrentes (receptores) del evento se instalaron en casas de campaña, pero en el transcurso del concierto de Rock, se convirtieron en un auditorio unido, en donde la mayoría participó, ya sea bailando, cantando o tomándose de las manos entre sí conduciéndose de un lado a otro. Así se fue dando el festival en donde hubo "de todo" tanto música, convivencia entre el público receptor así como casos de exhibicionismo, aunque la prensa sensacionalista, acorde con la "doble moral" de la clase dominante, procuró mostrar los "disturbios" del acontecimiento, presentando el "strip tease" de una concurrente en la parte superior de un trailer, así como las escenas de algunos jóvenes consumiendo droga. Y el por qué de esta reacción de la elite en el poder, pues, porque observaron la evidencia de que sí ese público receptor se uniera por medio de la música probablemente sí adquiriría conciencia de clase hasta llegar a la reflexión para protestar en contra de la explotación del hombre por el hombre así como el de ser víctimas de adicciones generadas por gente sin escrúpulos, para de esta manera, hacerlos en muchos casos víctimas del consumismo, tanto de drogas, alcohol, y otras cosas. Al paso del evento se escucharon varios grupos de rock, como *El Ritual*, *Three Souls in my mind*, *Peace and Love*, etc, etc.

México ya estaba a la altura no sólo de la música internacional sino también por el contenido y finalidad de sus mensajes expresados en ese ritmo crítico, con cantantes y músicos de buena talla. No olvidemos un destacado lugar en las listas alemanas que tuvieron los integrantes del grupo *La Revolución de Emiliano Zapata* con su “Nasty Sex”, surgen otros grupos, en Tijuana *El Ritual*, en Monterrey *La Tribu*, en Guadalajara *Enigma*, y en la ciudad de México el *Three Souls in my Mind*.

Three Souls in my Mind es un grupo de éxito más que comercial, popular que se ha consolidado bien hasta ahora. Al inicio se oponía al estilo de los demás grupos, con un estilo crítico “procaz” y “grosero” que aglutinó a personas con ciertos rasgos culturales distintivos, a la que solía denominársele “la banda” (chavos y chavas que expresaban su inconformidad hacia los estereotipos “aceptables” en donde criticaban la doble moral del ciudadano, dejándose el pelo largo, consumiendo probablemente drogas y manejando un lenguaje específico en el tratar de redefinir su identidad).

El historial musical del grupo es bastante amplio. Inicialmente presentó varios conciertos en preparatorias y vocacionales, así como en la Sala Chopin. Cabe recordar que ellos dieron fin al festival de Avándaro con “Street fightin’ man” (Peleador callejero), “dedicada a los caídos el 10 de junio... Los obsesivos temas circulares de *Three Souls* agotaban cuatro direcciones, en riguroso orden de importancia y aparición: el rock, el sexo, la vida sentimental, la protesta.”¹³ Los títulos de sus canciones van acordes a las áreas de protesta que abarcan, por ejemplo “Que viva el rocanrol”, “Yo canto el blues”, “Cuando yo me muera”, “La encuerada de Avándaro”, “Masturbación”, “Oye cantinero”, “Terminal del

¹³ GONZÁLEZ Rodríguez, Sergio, “A la sombra de las mayorías silenciosas”, en Chimal, Carlos (Compilador), *Op. Cit.*, pp. 228-229.

ADO”, “La droga más cabrona es el amor”, “Santa Martha Acatitla”, “Perro negro y callejero”, “Devaluación”, “Nuestros impuestos están trabajando”, “Abuso de autoridad”, “Los ejes viales”, etcétera. Este grupo ha conseguido sobrevivir al paso del tiempo.

Así, sólo por nombrar algunos ejemplos, en México se dio el gran paso del viejo Rock and Roll al entonces nuevo y flamante “Hard Rock” de los años 70, que aún se escucha y seguido.

Sin embargo, el sueño duró poco, pues con los prejuicios derivados del festival de Avándaro, se comenzaron a cerrar “hoyos funkies” o salones donde se reunían los jóvenes los fines de semana, también cierre de cafés cantantes (los pocos que quedaban), así como la no promoción de los grupos mexicanos en la radio, viniendo una gran crisis en los grupos, desapareciendo muchos de ellos.

A todo esto se suma a mediados de los 70, el advenimiento de la Música Disco y también a nivel mundial hay crisis en el ambiente del Rock and Roll. Las grandes bandas cambian elementos, otros desaparecen de la escena rockera, otros como Jim Morrison, Janis Joplin, Brian Johns y Jimmy Hendrix dejan éste mundo debido a los excesos de los años 60, y así pues, el impacto del Punk, el descontento con todo y contra todo, el rock, hace su aparición. Y como refiere Frank Zappa respecto al Punk, “[...] es una forma de ganarse la vida para la gente que no sabe tocar [...]”¹⁴

Asimismo, para finales de los años 70, surgió la música Disco, que algunos Rockeros repudiaron, por medio de la “discoteque” al ritmo de *Los Tres Grados* y los *Bee Gees*,

¹⁴ VILLORO, Juan, “La revolución gandalla”, en Chimal, Carlos (Compilador), *Op. Cit.*, p. 33

desde el “Bump” de Barry White, hasta el “Hustle” de *Village People* se vivió y se escuchó en la radio durante ¡cerca de 10 años!.

En el año de 1980 mataron a John Lennon. ¡El sueño termina!. Quizá tengan razón algunos fanáticos: en la década de los años 80, a causa de lo que significó su muerte, no podría sentirse más vacío el ambiente cultural Rockero. El impacto fue tal que nadie decía nada, sólo callaban, tratando de asimilar la experiencia del suceso. Fue en ese entonces cuando iniciaron los grupos *Menudo*, *Parchís* y Michael Jackson, y en México surgió el festival OTI (1981) y los “Valores Bacardí”, grupos comerciales. Se da un giro.

A la vez, otro género musical también enfocado a la comercialización cobra relevancia en un nuevo público que giraba en torno a “¡Oh Querida!” de Juan Gabriel, “El Amor se Acaba” de José José, las canciones del “Puma” o las de Lucerito, junto con producciones de grupos menos comerciales como *Chac Mool*, *Kerygma* o *Cristal y Acero*; esos últimos grupos quisieron (y tuvieron el valor) de enfrentarse al público alienado de los 80.

Cabe mencionar que a principios de la década de los años 80 surge el grupo U2, originarios de Irlanda a excepción de The Edge. Cuentan con una trayectoria de 24 años. Los integrantes son The Edge, Bono Vox, Adam Clyton y Larry Mullen. Nacieron entre 1960 y 1961. Las letras de sus canciones cuestionan lo establecido por los sistemas políticos en el poder, por ejemplo: la guerra, asimismo luchan para que los países ricos condonen la deuda exterior de los países pobres. Una de sus canciones intitulada *Pride in the name of Love* (Oración en el nombre del Amor), la dedican a Marthin Luther King, líder negro estadounidense que luchó por el derecho de los negros. Con el disco *Boy* (muchacho) de 1980 iniciaron su carrera; Con *October* (Octubre) de 1981 se marcó una diferencia radical

con respecto a su disco anterior, con su disco *War* (Guerra) de 1983 se observa la apatía hacia la Guerra Fría; *Under a blood red sky* (Bajo un cielo ensangrentado) 1983, *The unforgettable fire* (El fuego inolvidable) 1984, *The Joshua tree* (El árbol de Joshua) 1985, *Rattle and Hum* (golpetear y tararear) 1988, *Achtung Baby* (Cuidado nena) 1991, *Zooropa* 1993, *Pop* 1997 y *All that you can't leave behind* (Todo lo que no puedes dejar atrás) 2000. En sí este grupo es considerado de izquierda, de protesta en contra de las injusticias sociales. U2 es otra forma de hacer Rock, constituyen una brecha entre el Punk y el New Wave y aunque al principio tuvo cierta influencia de estos estilos no se puede decir que pertenezca a alguno de ellos.

U2 tomó el nombre de un importante bombardero estadounidense de la segunda guerra mundial.

Esta década fue una verdadera crisis musical porque la mayoría del Rock comercial le dio la espalda a la protesta y se concentró nada más en la venta de estereotipos.

“Frank Zappa fue uno de los primeros en advertir el nuevo curso que tomaba la música; en plena euforia por el Sargento Pimienta (saludado por los cursis como la Nueva Sinfonía de la psicodelia) grabó una de sus sátiras más corrosivas: “We’re only in it for the Money” (“Estamos sólo por dinero”); sin embargo, lo que para Zappa fue motivo de alarma a fines de los 60’s, para Madonna pudo ser un orgullo en los 80’s. La mayor figura femenina del rockl actual debe su éxito al descaro con que refleja el triunfo de los dólares sobre los escrúpulos: la *Chica material* lleva su valor de cambio entre las piernas y monta el peep-show más concurrido de la historia”.¹⁵

¹⁵ *Ibidem.*, pp. 239-240

En los años 80 el “New Wave”, algo torcido del Punk, pero que quiere ser rock, acapara el mercado convencional, mercancías que le proporcionaba grandes ganancias tanto económicas como ideológicas a la elite en el poder, y promueven nuevos grupos, sin embargo, el nombre de “New Wave” (Nueva Ola) sólo es un paso para dar lugar a otro movimiento más fuerte que aún perdura en nuestros días y que es supuestamente sinónimo del pueblo, pero que en realidad es ajeno a la vida real de la mayoría de la población, comercial y fácil de digerir, ya que no invita a pensar, hace que sus públicos sólo se vuelvan receptores, es decir “pasivos”, además de que lo pueden cantar y tocar (hasta con pistas) chicos y grandes. Es el “Pop”.

De acuerdo a lo anterior, algunos y algunas aseguran que el Pop no es el renacimiento del rock, más bien es su transformación o, por qué no decirlo, su sepelio o su entierro. En la música comercial de melodía pegajosa que entonaron primero las canciones *Menudo* (conjunto de niños puertorriqueños) y *Parchís* (originarios de España) y ahora *Pet shop Boys* o *Back Street Boys* (de los Estados Unidos). Es la música a la que se le ha denominado Rock comercial por ser Tecno o Industrial, Hip Hop o Hard Core. La llamada “fresa” o “light”¹⁶ y que no interesa a los jóvenes que asimilaron las raíces del blues y la música negra, que sufrieron su niñez después de la segunda guerra mundial o vivieron las crisis sociales, discriminación racial o padecieron abuso de poder, represión sexual y de expresión, los que estuvieron en el 68, con todo y las contradicciones que implicó, entre otros.

¹⁶ “Fresa”, “light” o “Juniors”, se denomina a los adolescentes de clase media alta, muchos descendientes de artistas ya consolidados con cierto poder tanto económico como político en el mundo del espectáculo, que lucran con el “arte” (la música insulsa), al emplear, inclusive, su propio cuerpo como mercancía.

Y aunque es difícil explicar en pocas palabras el impacto del Rock desde el punto de vista social, se intenta lograrlo en este trabajo para que sea una aportación para posteriores estudios.

Los inicios del Rock and Roll vio a los que en ese entonces eran jóvenes (bastante) “bohemios”. Bailaban todavía ritmos valseados, swing de una manera suave, y aunque volvían los tiempos más o menos pacíficos después de la Segunda Guerra Mundial, los avances tecnológicos a partir de ésta, ya preparaban otros ritmos.

No hay que olvidar que durante los años 50 el movimiento racial contra los negros fue intenso en los Estados Unidos.

También hay que recordar el movimiento estudiantil mundial de 1968. En México, se mostró la inconformidad de sectores medios. El Rock and Roll surge como una expresión de rebeldía ante la represión social del sistema, por eso el ritmo es agresivo también. La tecnología fue utilizada con la guitarra eléctrica y acompañada con una batería.

Es una mezcla del Blues y el Jazz (ritmos originalmente negros) con el Swing (ritmo blanco y cadencioso de moda en aquel entonces), para mostrar la revaloración de la cultura negra expresada en música de protesta hacia la discriminación racial y destacar el ritmo sensual, prohibido en la cultura de lo blanco, por demás filistea e implacable.

Así, el Rock and Roll surge como un ritmo más agresivo para querer denunciar algo no siempre con palabras, sino con baile.

Si recordamos un poco de cine, veremos que en *West side history*¹⁷ (Amor sin barreras), se nos muestra el pandillerismo floreciente en aquella época, sin olvidar la faceta de los

¹⁷ Película dirigida y producida por Robert Wise en colaboración con Jerome Robbins. La traducción literal es Historia del Oeste.

“rebeldes sin causa”, con sus chamarras y sus copetes, expresando rebeldía sin orientación, o a lo mejor su rebeldía sí estaba orientada en contra de un sistema imperante.

En México el Rock and Roll también surge directamente en ese contexto social represor, significaba el rescate de la diversión como parte de la esencia del ser humano. Los jóvenes sí se rebelaban contra la forma de vida asfixiante e intolerante, aunque la protesta organizada, todavía no se daba.

“Tus ojos”, de Rafael Acosta, se convirtió en un estandarte romántico, y “Yo no soy un rebelde”, de Jesús González, es un documento hasta sociológicamente interesante. Nosotros ayudamos a que muchos jóvenes dieran el brinco de una forma de vida a otra: de la aceptación, al cuestionamiento —que no rebelión, porque los jóvenes mexicanos difícilmente se rebelan— de las patentes incongruencias de la sociedad adulta”.¹⁸

Llegan los 60's y la guerra de Vietnam se hace más cruda, el boxeador norteamericano Casius Clay se niega a ir a la guerra de Vietnam; se le castiga retirándolo del boxeo, cambia su nombre a Mohamed Alí y predica una nueva religión; también es asesinado en Estados Unidos Martin Luther King líder negro, se desarrollan métodos anticonceptivos que facilitan a los jóvenes las prácticas sexuales con menor riesgo de embarazo, los planteamientos feministas son aceptados, se difunde la consigna de “Amor y Paz”, en todos los festivales de Rock masivos, ya los jóvenes expresan abiertamente a nivel mundial que están en contra de la guerra y que reivindican la sexualidad sin necesidad de casarse. En los años 60 es el cambio radical de las ideas, todos tienen algo que decir, desde los *Beatles*, que en su “*A hard day's night*” (La noche de un día difícil) en que se refieren a la

¹⁸ NEGRETE, José, “ ‘Pepe’ de ‘Los Locos del Ritmo’ ”, en Aceves, Fernando, *Retratos del Rock Mexicano, ilusiones y destellos*, Edit. Plaza y Janés, Barcelona España, 1999, p. 7.

explotación obrera, hasta escritores, pintores, artistas de todo género que quieren mencionar o denunciar algo, de inconformidad con el sistema social; sin embargo, México iba a ser “el dedo en el renglón” a nivel mundial a partir de la violenta represión de 1968 (la matanza del 2 de octubre). En esta misma década se suscitaron en otros países rebeliones estudiantiles importantes, como en Francia, Argentina, Alemania, Estados Unidos, Checoslovaquia, e Italia.

Esto da la pauta a un movimiento musical profundo y de crítica a la época mundial en que se vive. Los y las jóvenes cantan lo que piensan, aunque algunos músicos quieran negar las implicaciones sociales en la música, en los festivales masivos, éstas son patentes:

“Al cumplirse el Vigésimo Aniversario del Festival (de Avándaro), Molina expresó:

En 1971 existió el movimiento de rock más auténtico y de mayor calidad que ha habido en México y esto hizo que los grupos tuvieran una legión de seguidores bastante considerable y fue lo que ocasionó el fenómeno de Avándaro, en el que desde luego descartó toda posibilidad de implicación política, pues aunque había habido movimientos estudiantiles en 68, ya habían quedado atrás, y la represión del 10 de junio de 1971 había sido unos meses antes, de modo que creo que no hayan tenido algo que ver”.¹⁹

De verdad que los músicos expresaban en sus canciones lo que pensaban:

“En 1971 esta agrupación (Love Army) se escuchó en las ondas radiales de la capital mexicana con un sencillo que incluía “Caminata cerebral”, pieza que rompía cualquier esquema de programación al abordar el poco frecuentado tema político. Su letra en español acentuaba la intención crítica del contenido: “...sindicatos y patronos me han bajado la

¹⁹ MOLINA, Armando, “La máquina del sonido”, *El Financiero*, 12 de septiembre de 1991, citado en Aceves, Fernando, *Ibidem.*, p.42

moral / Si me dejo, los calzones también me van a bajar / Si, porque la justicia toma tiempo / Yo no puedo esperar/ Prefiero en mi cerebro caminar...”²⁰

Transcurrieron los años 70, entre ideologías derivadas de la “psicodelia” de los 60, nostalgias musicales de los años 50 y algunas devaluaciones económicas, llegaron los años 80 en que se gesta un movimiento para el “Rock en tu idioma”, por su parte los empresarios que desean más y más ganancias, buscan en el “New Wave” un producto comercial novedoso y diferente del Punk, sin contenido social y digerible. Se promocionan a los grupos españoles y argentinos. Surge así el “Rock en español” con compositores jóvenes, por lo que sin embargo, en los años 80 y 90, los Rockeros jóvenes en su gran mayoría no expresan críticas ni mucho menos el descontento social. Más bien se enfocan a contar aspectos triviales de su vida cotidiana o sus vivencias personales dado que lo único que importaba era la mercadotecnia, libre de situaciones reales, expresadas por los jóvenes. Sólo se promocionaban estas canciones como mercancías. De ahí que por ejemplo uno de los integrantes del grupo “Maná” (“Fher”), manifiesta que:

“Mira, nosotros empezamos en 1980 como ‘Sombrero Verde’. Así grabamos dos discos. Me da risa oír a los nuevos grupos de rock cuando dicen que son los primeros en abrir camino en el negocio de la música. Nosotros tenemos 13 años en la industria y hemos tragado mucha ... para llegar hasta donde nos encontramos ahora”.²¹

El Rock siempre ha sido juvenil, ellos hacen la música, ésta se difunde por los medios y se hace social. Toda canción lleva palabras, expresa ideas, muchas veces el autor dice lo

²⁰ ISIODIA, Alberto, “ ‘El pájaro’ de ‘Love Army’ ” en Aceves, Fernando, *Ibid.*, p. 36.

²¹ OLVERA, Fernando, ““Fher” de “Maná””, *Macrópolis*, No 67, 28 de junio de 1993, citado en Aceves, Fernando, *Op. Cit.*, p.84.

que siente o lo que ve a su alrededor, y si en éste percibe un movimiento, un algo cambiante dado por hechos sociales, no se podrá sustraer de lo que está viviendo, de lo que lo rodea, pronunciando con palabras y música aquellos hechos que la sociedad está viviendo.

Como dice David Cortés en su libro “El Otro Rock Mexicano”: La música es impredecible: Refiere que el cambio de ésta ocurrió en los noventa. Treinta años después de que Elvis fuera declarado Rey del rock; veintidós años después de la celebración del primer Concierto de rock en Woodstock; trece después del surgimiento de los Sex Pistols; diez después de la aparición del Techno; es decir, con una larga historia a cuestas en donde se acumulaban discos, bandas, conciertos, escándalos, muertes por sobredosis, separaciones y reuniones imprevistas; con un pasado irrecuperable, el rock llegaba a los estadios de este país. Aparentemente esta música había perdido cualquier connotación revolucionaria y en ese momento era políticamente correcto y rentable abrirle espacios. Desde entonces se ha aprendido un poco más. No mucho en realidad; aunque, el hecho de poder confrontar aquello que sólo nos llegaba mediante los álbumes, facilitó a dimensionar las cosas, y rompió el mito de las actuaciones en vivo e instauró otros.

Agrega Cortés que siempre ha habido rock mexicano, pero es absurdo pensarlo como un todo homogéneo y único. Existen muchas formas de hacerlo y el estilo progresivo sólo es un aspecto del mismo. Esto explica el ‘por qué’ de El Otro Rock Mexicano.

Así, vemos que el rock es diverso, su historia es muy amplia y conlleva de alguna manera a la crítica y protesta sobre lo impuesto.

Coincidimos con José Arturo Saavedra Casco del Centro de Investigación del Colegio de

México, que dice:

Que el rock no sólo es música; sino que ha englobado lenguajes, nuevas costumbres y concepciones de mundo diferentes; ha compartido y se ha retroalimentado con otras expresiones artísticas, como la pintura, la danza y la literatura. Y que se convirtió en vehículo de comunicación y de expresión de primera línea. Además de que se ha visto afectado por las convulsiones políticas y económicas mundiales y por los acelerados cambios tecnológicos y de los medios. Se puede decir que el rock forma parte de un movimiento cultural que quizá los historiadores del futuro resuman con un término, el cual difícilmente podemos imaginar a lo mejor dirán que dicho movimiento cultural surgió a mediados de los cincuenta, se desarrolló durante los sesenta y presencié enormes cambios políticos y sociales, llegando quizá hasta mediados del Siglo XXI, cuando surja otro nuevo marco cultural con elementos diferentes a los que ahora vivimos. “Ahora bien, si entendemos al rock como parte integral de una cultura con alcances universales, de tal amplitud no debe inferirse necesariamente que el rock funcione siempre del mismo modo al fungir como medio de expresión o cuando se establece como práctica social. Si estamos de acuerdo al afirmar que el género se ramifica en una amplia gama de estilos que van desde el “Progresivo” hasta el “Core” y del “Industrial” hasta el “Punk”, también habría que pensar que el rock no es homogéneo cuando funciona como agente de comunicación social. La verdad es que no hay un público sino muchos públicos que consumen rock; el mensaje que contiene no es el mismo, variando de acuerdo a la línea que siga el artista o grupo y

también en base a su procedencia social y al país de origen. Lo mismo se puede decir del público receptor de la música producida.”²² Por lo tanto, el rock tampoco es homogéneo en cuanto a las transformaciones que ha sufrido a lo largo de su historia, pues los temas y aspectos de los que hablaba el rock en sus inicios son diferentes actualmente.

Con respecto al “rock pesado” (heavy metal) en México, tiene que ver con cierta actitud existencial, de diferentes maneras de hacerlo y la vertiente pesada se muestra como una entidad sonora de varios grupos como *Tex Tex* de Texcoco o *Iconoclasta*, *Los mandiles*, etcétera.

En México este tipo de rock se ha gestado a contracorriente.

“Los grupos mexicanos improvisaban equipos que les permitieron sonorizarse y escuchar —muchas veces por primera vez— su propia música, creaban escenografías con los materiales que tenían como cómplice al juego de luces”.²³

El grupo *Decibel* explotó estos recursos. Los conciertos se han llevado a cabo durante casi veinte años, cabe mencionar que este tipo de rock va de la mano del rock progresivo nacional.

²² SAAVEDRA Casco, José Arturo, “El elemento contestatario en el rock y la diversidad de sus audiencias” en Aguilar, Miguel Angel, y Hernández Prado, José, *Op. Cit.*, pp. 48-49.

²³ CORTÉS, David, *El Otro Rock Mexicano*, Editores Times, México, pp. 10-11

2.2 ¿Quiénes son *Carlos Santana* y *Maná*?

La importancia que reviste el estudio cultural del Rock que ahora estamos haciendo se fundamenta en lo poco común que es encontrar conciertos en los que los rituales de grupo y valores culturales sean los de dos corrientes distintas. Esto se dio cuando dos grupos musicales de gran prestigio entre los jóvenes críticos (*Santana* y *Maná*), se unen en un solo concierto.

2.2.1 Semblanza de Carlos Santana

Carlos Santana nació en el pueblo de Autlán, Jalisco, donde a la edad de cinco años fue introducido en la “música tradicional mexicana” por su padre José, un versado violinista de mariachi y músico de experiencia, quien enseñó a Carlos los fundamentos de la teoría sobre la música y los principios del solfeo. Y, aunque éste se inclinó hacia la música por esta primera experiencia, él rápidamente descubrió que ese género musical no era lo que deseaba, quería algo distinto.

Carlos se inclinó por tocar lo que escuchaba en la radio: Rock and Roll.

La familia se trasladó a la ciudad de Tijuana en 1955. Carlos, a los ocho años empezó a tocar la guitarra, “estudió y emuló los sonidos de BB King y T-Bone Walker y John Lee Hooker. Poco después estaba tocando con conjuntos locales como los *TJ's*, donde se añadió su propio toque y sentido original a las canciones populares de Rock and Roll de la

década de los cincuenta”²⁴. tocó con diferentes conjuntos a lo largo del recorrido “Tijuana Strip”, se comenzó a perfeccionar su estilo y sonido.

En 1960, la familia de Carlos Santana se cambió a radicar a San Francisco mientras él se quedó en Tijuana para mejorar su pericia musical en los clubes locales. Cuando se fue al norte después de un año, se encontró inscrito en la escuela aprendiendo inglés y música, al mismo tiempo, Carlos fue sumergido en el ambiente pintoresco de San Francisco, con sus diversas influencias culturales y estilos musicales. Parecía como que el destino llevó a Carlos al lugar propicio en el momento justo para los conjuntos que surgieron de las calles. Durante los siguientes años, Carlos continuó preparándose en su propio estilo musical —un estilo que llegará a ser el modelo para una nueva categoría musical.

El estilo de Santana, del que se hace mención, ingresó a la vida de la ciudad de San Francisco, donde se estrenó con el conjunto denominado *Santana Blues*. Este conjunto tuvo gran popularidad, y los llevó desde las plataformas del Fillmore West en San Francisco a su estreno histórico en el Festival de Woodstock en 1969.

Entre los grandes éxitos comerciales que hicieron importante a nivel mundial a este músico mexicano está el álbum del conjunto de Santana denominado “Santana”, ganador de doble platino; también en cuádruple platino “Dance of the rainbow serpent”, estrenado en 1995.

Tiene varias obras solistas muy exitosas influenciadas por el jazz como “Blues for Salvador”. Participó en un álbum con John Lee Hooker (“Chill out”), y con G&G (el álbum “Brothers”) donde incluyó canciones propias. Entre otras obras, se incluye “Mystic man”, compuesto conjuntamente con el italiano Paolo Rustichelli; los videos “¡Viva Santana!” y

²⁴ <http://www.santana.com>, consultado el 8/02/00 17:06 4 pp.

“Sacred fire” (éste último con escenas en vivo de un concierto en América del Sur en 1993) que le han dado la vuelta al mundo. Otra obra importante es el CD doble “The history of Santana: the river of color and sound” y “Santana live at the Fillmore”, que muestra sesiones grabadas en los espectáculos del conjunto en 1968 en el club San Francisco, claro que Carlos siempre ha demostrado una gran pasión por su expresión musical. Los temas que abordan sus canciones, generalmente son altruistas para beneficio de varias causas nobles, ejemplo de ello es: “Blues for Salvador”, “Huérfanos de Tijuana”, “los derechos de la gente indígena” y “educación para la juventud latina”, etc, etc.

“Su pasión musical (de Carlos Santana) le ha permitido aventurarse en nuevos territorios tanto geográficos como musicales, incluyendo escorificar la película principal La Bamba (¡SIC!), lanzarse en un recorrido en 1988 con el saxofonista de jazz Wayne Shorter y participar en el “Rock and Roll Summit” de 1987, el primer concierto patrocinado en conjunto entre los Estados Unidos y la Unión Soviética en toda la historia. Además de estar presente para el beneficio de varias causas nobles, tales como “Blues for Salvador”, “California Earthquake Relief”, “Huérfanos de Tijuana”, “los derechos de Gente indígena” y “educación para la juventud latina” en sociedad con Hispanic Media & Education Group (HEMG, por sus siglas en inglés)”*

A Carlos se le ha reconocido como a uno de los mejores guitarristas del “Pop-Rock”, además de que fue el primero en ganar honores de la CBS Records Crystal Globe Award por haber vendido 5 millones o más álbumes internacionalmente.

* Debido a la traducción de la hoja electrónica del inglés al español, el texto del que se hace esta cita no es textual. *Ibid.*, Consultado el 08 de febrero del 2000.

Para destacar la importancia creativa de Carlos Santana, basta citar algunos de los premios y distinciones que ha recibido en su larga trayectoria artística:

Le otorgaron un Grammy para el mejor espectáculo instrumental de Rock en 1986, además de ser el sujeto de un concierto de tributo especial patrocinado por NARAS durante los Honores del Grammy en 1996 en coyuntura con su inducción dentro del Hollywood Rock Walk (SIC!). Le proporcionaron diez honores de Bammy, incluyendo seis de El Mejor Guitarrista y tres honores de Músico del Año y, en 1997, fue entre el grupo inaugural, junto con los finados Bill Graham y Jerry García, elegido al Bammy Hall of Fame. En 1996, recibió Honor de Billboard Century, el honor más alto de la revista Billboard Magazine por logro creativo y fue nombrado Leyenda de la Música Latina del Año por el Chicano Music Awards en 1997.

Aparte de esos honores musicales, Carlos también recibió numerosas alabanzas cívicas y humanitarias, incluyendo el Honor de Arthur M. Sohcot en 1997 para Servicio Público y excelencia en su espectáculo, en 1997, el honor de Golden Eagle Legend in Music de “Nosotros”, un “Honor de Logro Especial” en 1999 la ceremonia de Honores del American Latino Media Arts (ALMA, por sus siglas en inglés). Y, el 17 de agosto de 1998, Carlos recibió el máximo en honores para artistas cuando le dieron su “estrella” en el Hollywood Walk of Fame (el camino de la fama de Hollywood)”.²⁵

En una palabra el mérito de Carlos Santana es haber advertido que la música de Estados Unidos (el Blues y el Jazz que eran música de protesta y alegría negra) tenía una influencia afrocaribeña, excepto el rock. De esta manera se inició su visión innovadora. En 1966

²⁵ ACEVES, Fernando, *Retratos del Rock Mexicano, Ilusiones y Destellos*, Edit. Plaza y Janés p. 27.

formó su primer grupo importante el cual, posteriormente se conocería como *Santana*. Carlos marcó la diferencia imprimiéndole sentimiento latino al rock gracias a Marcus Malone, percusionista que abandonó el grupo antes de grabar su primer disco por problemas legales.

Santana mostró una cultura musical “universalista” en su obra; conjunta por igual a unos y a otros: Miles Davies, Mongo Santamaría, John Coltrane, Tito Puente, BB King, Jimmy Hendrix, Bob Marley..., Afirma que su sonido:

“Viene de muchas combinaciones, de muchas cosas, mi madre Josefina Barragán de Santana, mi padre José Santana. Pero también viene de cuando yo crecí en Autlán, Jalisco, y también de Tijuana. Allí también me crié con la música de José Alfredo Jiménez. “La cama de piedra” (Cuco Sánchez) es el Blues mexicano, you know? y eso me entró”.²⁶ (Rock Press, n. 3, agosto-septiembre de 1991).

Cabe mencionar principalmente que Santana comenzó a destacar a partir de 1969, cuando se escuchó su estilo de rock afroantillano en el festival de Woodstock. En ese año apareció el primer álbum epónimo con “Jingo y Evil Ways”. Después, “Oye como va”, “Mujer de magia negra”, “Abraxas”, “Todos somos todos” y “Guajira” de su “Santana III”, llevándolo a la fama.

Santana tendió un puente entre diversas culturas e interrelacionó distintos géneros musicales. En 1972 apareció “Caravanserai”, el álbum que marcó la segunda etapa del músico con producciones vitales, que tenían un extraño toque de tranquilidad. La mayoría son instrumentales, sólo dos son cantados. Se dice que la creación de Santana oscila entre el ritmo y la paz de un sonido medido. En 1973 dio a conocer “Love, Devotion & Surrender”,

²⁶ *Ibidem.*, p. 27.

álbum que realizó junto con John McLaughlin, uno de los integrantes de la *Mahavishnu Orchestra* así como uno de los grandes guitarristas de jazz y rock. Luego, en 1973, también produjo “Lotus”, que es considerada como una de las joyas que resume el sonido Santana en vivo. En 1974 dio a conocer “Borboleta”; el tercer estadio de Santana se abre con “Amigos” en 1976, en el que se denota la búsqueda de las raíces latinas e hispanas. Después de un año, creó Festival 77, con un enfoque funk y soul; en la mayoría de los temas predomina un tono latino, mezcla de ritmos afrocubanos, brasileños y mexicanos, considerado como un *sui generis*. En los años siguientes Santana publicó “Inner Secrets” (1978), “Marathon” (1979), “Oneness” (1979), “Zebop” (1981), “Shagó” (1982), “Havana Moun” (1983) y “Beyond Appearance” (1985). Cabe señalar que retornó a su formato común que va dirigido a todos los públicos aunque no dejó de fusionar, como por ejemplo en “Zebop”, en el que conjuga con el jazz ciertas fónicas de “acid”. Hay que recordar que para ese entonces Santana ya había tocado con músicos como Stanley Clark, Wayne Shorter, Chick Corea y Miles Davis. de quienes Carlos tomó escuela. Posteriormente Santana sacó al mercado “Blues for Salvador”. Y en 1993, grabó “Milagro” con sonidos de reggae y de música africana, de fusión de rock con sonidos extraídos de otras latitudes.

“La música es un pellizco de luz, es el poder de dar a la gente alas, es un ente divino, una esencia invaluable, una medicina, un regalo que se debe honrar. Dios es la música y yo sólo una cuerda: Soy Carlos Santana”.²⁷

Estas palabras las mencionó Carlos Santana en el segundo concierto llevado a cabo en Monterrey, también al lado de Maná y aclara que:

²⁷ LEÓN Díez, Fabrizio, "Entrevista a Santana", en *La Jornada*, 2 de diciembre de 1999, p. 48.

“no viene a vender discos, porque eso lo hizo de joven, y ahora busca llamar la atención hacia lo espiritual, hacia un cambio sin violencia, quitando el techo del binomio política-religión...”²⁸

En esta entrevista agrega Carlos Santana que:

Está orgulloso de Maná por su espíritu internacional. Agrega que infirió en 1985 que las bandas mexicanas la podían hacer internacionalmente, sin copiar a Estados Unidos, y ahora ya hay huellas digitales como las de Maná, que son como la estrella arriba del árbol; refiere que su música levanta muchos espíritus. Y que le agradecería tocar con Café Tacuba y Rage Against the Machine.

Aquí reivindica al EZLN, a los indígenas de México, de todos los lugares, así como a la población africana. El Ejército Zapatista de Liberación Nacional es lo mismo que Nelson Mandela. A los indios de aquí y a los de África, que es la primera gente de la tierra, los creen invisibles y los quitan para hacer condominios y los tratan como perros. Es importante para poner a esas personas luz y atención para que tengan derechos y una oportunidad, porque los están exterminando a los aborígenes de Australia y a otros grupos como los comanches.

Para concluir la entrevista Carlos Santana afirmó que:

“La madre naturaleza hace la medicina y el hombre hace las drogas: el hombre hace la cocaína y la heroína y Dios hace la mariguana, pero él no hace drogas. La mariguana es una medicina. La droga te pone en una prisión, más la medicina, como la mariguana, te libera. Hay huasca, mezcalina, peyote, pero eso no es droga, y si sabes como usarla te puede aliviar el cuerpo. La cocaína, la heroína y el crack son otra cosa. Nadie puede hacer esas

²⁸ *Ibid.*, p. 48.

drogas sin el apoyo del gobierno de Estados Unidos, porque de ahí sale el químico base para hacer la cocaína”.²⁹

Santana y otros artistas latinos son nominados para el premio “American Music Awards” los cuales fueron entregados el 17 de enero del 2000.

Hoy en día, con la venta de más de 40 millones de álbumes y espectáculos ante más de 20 millones de personas, el ilustre de la “galería de la fama” del Rock and Roll, Carlos Santana, se ha convertido en un ídolo mundial. A través de sus recorridos anuales por distintas partes del mundo incluyendo el de 1999 en apoyo de su álbum nuevo producido por Artista Records— él continúa la entrega de su música “especial” a los diversos públicos. En sus composiciones, los temas aluden a la trascendencia de las fronteras geográficas y culturales, rompe barreras idiomáticas, y su música la cual probablemente toca las fibras mas sensibles de los que la escuchan.

En una entrevista realizada por Jordi Soler a Carlos Santana el 25 de julio de 1991 que se transmitió en vivo por la estación radiofónica Rock 101, este último refirió que cuando llegó a Tijuana encontró un río mezclado de muchas culturas. Mencionó que en México se podía escuchar música de “*Los Xochimilcas*”, de Agustín Lara y de “*Los Dandies*”, y al mismo tiempo se oía música “americana”, por estar cerca de San Diego. Y que en la calle Revolución fue en donde aprendió a articular el blues de John Lee Hooker y de B.B. King. Al igual señaló su gusto por el reggae, afirmando que Bob Marley ha sido un gran profeta de la música, citando una frase de su agrado: “El futuro será brillante, lleno de frutos y

²⁹ *Ibidem.*

positivo”.³⁰

2.2.2 Trayectoria de Maná

Maná es el grupo mexicano con mayor presencia internacional, debido a la favorable recepción de sus discos, particularmente en Estados Unidos, donde son considerados como un espectáculo de primer nivel. El sueño de muchos, la internacionalización, es una realidad de los integrantes de *Maná*. Ellos tuvieron que pasar más de quince años para llegar a este punto. Y lo consiguieron mediante la aplicación de una “sencilla” fórmula; persistencia y trabajo incesante.

La historia de *Maná* se inició en las calles de Guadalajara. Se dieron a conocer en los bares “Underground” de la Ciudad de México, a finales de la década de los setenta, con el nombre de “*Green Hat*”, primero en inglés y luego *Sombrero Verde* en español.

Y aunque los integrantes del grupo atravesaron un período de contrastes, fueron una de las pocas bandas de rock mexicano que en aquellos tiempos fue reconocida por las firmas disqueras. En 1981, el grupo grabó su primer álbum, para una disquera multinacional con el título de “*Sombrero Verde*”. Su segunda grabación fue en 1983, titulada “*A ritmo de Rock*”; éstas producciones no fueron reconocidas.

En 1985 se llevaron algunos cambios en la banda, conservando la base creativa en el grupo, Fernando Olvera (vocal), Juan Diego Calleros (bajo) y su hermano Ulises (guitarra), un nuevo percusionista, Alejandro González, de raíces cubano-colombianas, fue integrado al grupo.

³⁰ SOLER, Jordi, “Llegaron en avión, pero estaban lejos de sus tierras”, en Chimal, Carlos, Op. Cit., p. 191.

En 1986, la agrupación decide cambiar su nombre por *Maná*. Siguieron tocando en pequeños *antros* hasta que firmaron con Warner Music México. En 1989, el grupo produce su primer disco grabado bajo esta compañía disquera denominado “Falta amor” (1989). El disco no logró un éxito inmediato. Dos años después de grabada, la canción “Rayando el Sol” se convirtió en un éxito, también “Perdido en un Barco”, “Buscándola” y “Agotado”. Luego aparece su segundo álbum en 1992 llamado “¿Dónde Jugarán los Niños?” en la misma disquera. Se unen dos nuevos miembros a la banda en ese mismo año: Iván González (teclados) y César López (guitarra).

En el curso de ese mismo año se vendieron 1.5 millones de discos nada más en México, logrando un récord por el número de éxitos en la radio mexicana con ocho sencillos en las listas de popularidad. En 1997, el álbum excedió los 3.5 millones de copias vendidas alrededor del mundo. Se reconoce este hecho como “¡Una increíble hazaña para el rock latino!”.³¹ La música de *Maná*, que es una combinación de fresco eclecticismo: Pop Rock y Reggae, con ritmos afro-latinos, ha cautivado al auditorio a lo largo del continente.

Han tenido frecuentes apariciones en los medios de difusión masiva y un fuerte apoyo por parte de compañías disqueras, lo que les permitió continuar con una extensa serie de presentaciones, todas ellas con localidades agotadas a lo largo de la República Mexicana, en donde el grupo, que antes sólo tocaba en clubes, llegaría a llenar tanto salones de baile, como teatros y estadios.

“La globalización de *Maná* comenzó en 1993, con una mayor promoción y giras de conciertos a través de Centro y Sudamérica, España y comunidades hispanohablantes en

³¹ <http://www.mana.com.México/hibiografía.1.html/historia>. Consultado el 8/02/00 17:14 p. 1.

Estados Unidos. Dichas giras fueron muy exitosas y colocaron a la banda como ídolos en países sudamericanos tales como Chile, Ecuador, Perú, Bolivia, Venezuela y Argentina”.³²

Históricamente, había sido casi imposible para un artista latino incursionar en los territorios de Argentina y España. Sin embargo, *Maná* incursionó en estos países. Pero después de una perseverancia y entusiasmo, el disco sencillo “Vivir sin Aire” logró la cima de las listas de popularidad de esos países, una proeza que sólo habían alcanzado el trío *Los Panchos*, 26 años antes.

Tuvieron lugar una serie de eventos en 1993, que pocos artistas latinos habrían logrado.

Su creación “¿Dónde Jugarán los Niños?” (1992), se colocó entre los cincuenta álbumes mejores del Billboard Latino por 97 semanas más o menos. En este tiempo, el video “Vivir sin Aire” ganó un premio de MTV como el mejor video del año.

Iván González y César López decidieron abandonar la banda en este año. Por lo que se dudó por un momento, el futuro de *Maná*. Sin embargo, quienes habían escrito y compuesto todas las canciones hasta la fecha seguían en el grupo, es decir, Fernando Olvera y Alex González, así como Juan Calleros, que se encargaba de los arreglos musicales y la producción del álbum. Con esto, la fórmula de *Maná* permaneció intacta.

El trío, compuesto por Fher, Alex y Juan estrenó un álbum doble en vivo “*Maná en Vivo*” en (1994), este álbum fue grabado en el curso de su exitosa gira que tuvo lugar en dos continentes por más de 17 países, con un total de 178 representaciones; nuevamente, la revista *Billboard* premió a la banda con el mejor álbum en vivo de *Rock Pop*.

Otros logros que sucedieron en el mismo año, fueron la inclusión de *Maná* en el festival de

³² *Ibid.*, p. 1.

Jazz de Montreaux y la conferencia Midem, que se llevaron a cabo en Suiza y Francia, respectivamente. También en ese año se agotaron todos los boletos para las cinco presentaciones del grupo en el Auditorio Nacional en la Ciudad de México.

La banda eligió un nuevo guitarrista, después de una selección entre 80 guitarristas de diferentes nacionalidades, dándole la oportunidad a un guitarrista mexicano llamado Sergio Vallín. Los integrantes iniciaron un largo periodo de ensayos y practicaron nuevos arreglos que se reflejan en su siguiente lanzamiento titulado “Cuando los Ángeles Lloran” (1995). Simultáneamente se lanzó tres años después de su gran éxito “¿Donde Jugarán los Niños?”, en 21 países. La grabación se convirtió rápidamente en lanzamiento merecedor de oro y platino en varios países.

“En enero de 1995, a petición del director de cine Francis Ford Coppola, la banda grabó una canción titulada “Celoso”, originalmente grabada por *Los Panchos*, para la banda sonora de su nuevo film llamado “My Family”. Durante ese mismo año, a la banda se le dio el honor de ser los únicos artistas latinos seleccionados para grabar una canción para un álbum de tributo a *Led Zeppelin*, “Encomium”, para el cual grabó la banda una versión en español de “Fool in the Rain”.³³

Con el cover “Fool in the Rain” y la canción del grupo de “My Family”, *Maná* inició una gira a trece países, tuvieron 52 fechas de gira y en éstas se vendieron más de 400 mil boletos.

El año de 1995 fue un gran año para la banda, una vez más ganó el premio de Billboard al mejor álbum de Pop Dock del año. También se le certificó oro y platino a la grabación

³³ *Ibid.*, p. 2.

“Cuando los Ángeles Lloran” en México, Argentina, Colombia, Chile, Uruguay, Venezuela, España y por Centro América. En España, la banda tocó ante 25 mil personas en la Plaza de Toros de *Las Ventas*. El evento fue marcado como la primera vez que un grupo latino atraía a una multitud de esa magnitud en España.

El grupo de *Maná* ha mostrado interés en la grave situación ecológica del planeta. En septiembre de 1995 funda una organización llamada “Selva Negra”, destinada a hacer conciencia al respecto. En el transcurso de una gira por Colombia, el grupo se reunió con el escritor Gabriel García Márquez, con quien discutieron los problemas que presentan las áreas forestales en Colombia.

A finales de 1995 adquirieron premios y reconocimientos. Al álbum “Encomium”, tributo a Led Zeppelin, la RIAA le certificó el oro, y a la grabación “Cuando los Ángeles Lloran”, también. Al mismo tiempo le certificó el oro por alcanzar ventas superiores a las 500 mil unidades en los Estados Unidos.

En el inicio de 1996 la banda fue nominada para el mayor premio de todos, un *Grammy* a la mejor realización de Pop Latino por la grabación de “Cuando los Ángeles Lloran”. Esta nominación le permitió a *Maná* abrirle nuevos mercados al rock en español.

En este mismo año, *Maná* viajó a Miami, para recibir, por el tercer año consecutivo, el premio de la revista *Billboard* al mejor álbum latino de Pop Rock.

“Este último premio ayudó a Maná a fijar un récord por recibir un total de 6 premios de *Billboard* en un periodo de 3 años”.³⁴

Al mismo tiempo los videos de “Cuando los Ángeles Lloran” recibieron nominaciones y ganaron premios en 18 países diferentes. Asimismo el video de la canción “Déjame Entrar”

³⁴ *Ibid.*, p. 3

fue estimado como uno de los mejores videos de 1995 en la península Ibérica. También el video de “No ha Parado de Llover” tuvo su fuerte rotación en Colombia, Argentina, Chile y Estados Unidos consiguiendo con esto la cima de las listas de popularidad de estos países por cuatro semanas. El video “Hundido en un Rincón”, también logró una fuerte rotación en más de ocho canales nacionales de videos, recabando varios premios.

Después realizaron una gira a Estados Unidos, donde el grupo tuvo un total de quince conciertos. La gira incluyó presentaciones en San Diego, Washington DC, Santa Bárbara, Boston, Atlanta, Nueva York, Chicago, Nueva Orleans, Sacramento, San José, Phoenix, San Bernardino, Miami, Tucson, Anaheim y Las Vegas. En esta ocasión se vendieron más de 310 mil boletos.

“Hasta la fecha, *Maná* ha logrado más que cualquier otra banda de rock en español. Uno de los increíbles logros fue el hecho de ser invitada al popular programa de Regis and Kathy Lee, donde fue presentada como la mejor banda de rock latino del mundo.

La gira por los Estados Unidos se volvió la más importante de su carrera. Durante esta gira, las principales revistas de los Estados Unidos, tales como Rolling Stone, Time, Details, People y Newsweek, cubrieron a la banda”.³⁵

Después el grupo se dirigió a México, y fue en Guadalajara, la ciudad donde nació la banda, donde se vendió el boleto 1 millón. En este viaje la banda sostuvo una conferencia de prensa donde dieron a conocer el lanzamiento de su propio sitio Web.

“Al terminar la gira “Cuando los Ángeles Lloran”, la banda publicó un calendario que hacía resaltar algunos de los problemas ecológicos hacia los que Selva Negra busca llamar la

³⁵ *Ibid.*, p. 3.

atención. El calendario incluye fotos de la banda y algunas sugestivas vistas panorámicas”.³⁶

En 1997 se dio a conocer un reportaje de *Modern Drummer*, incluyendo en un apartado al baterista de *Maná*, Alex González, en el cual, la publicación destacó la historia de *Maná* y calificó a Alex como uno de los mejores bateristas del rock mundialmente. En este mismo año en su casa frente al océano en Puerto Vallarta, México, grabaron el disco “Sueños Líquidos” (octubre de 1997), apareciendo al mismo tiempo en 26 países. El disco debutó en el número 67 de los mejores 200 del Billboard. En México al disco se le certificó platino, también con gran auge de ventas se observaron en Argentina, España, Venezuela, Bolivia y Chile, donde le certificó al disco oro y platino.

En diciembre 1997 el grupo fue invitado a participar en los eventos televisivos en España. En el programa “Gala de Fin de Año” y al programa musical que es un espectáculo de producción española transmitida por cable a toda Latinoamérica.

Maná nominado para el premio “Lo Nuestro”, por quinta vez consecutiva por la revista *Billboard* por el mejor álbum del Pop Rock del año, etcétera.

Hacia finales de enero de 1998, el grupo inicia una gira mundial denominada “Sueños Líquidos”, primero en Chile y después continuó por Uruguay, justamente en donde conocieron a Mario Benedetti, escritor y poeta uruguayo, con quien departieron temas de interés mutuo. Después continuaron su gira por México, sin embargo, Alex González contrajo hepatitis, posponiéndose la gira y cuatro semanas más tarde empezaron de nuevo en la ciudad de Guadalajara, México, en donde realizaron 46 presentaciones, en las cuales asistieron 560 mil personas.

³⁶ *Ibid.*, p. 3.

Maná fue contratado por la Creative Artist Agency (CAA) para Estados Unidos, Canadá y Japón. Entonces fue agregado al repertorio de la agencia, que incluye a grupos y artistas de la talla de *AC/DC*, Bon Jovi, Alanis Morissette, Eric Clapton, *Madonna*, *Depeche Mode*, *The Cranberries*, Bob Dylan, *Kiss* y George Michael.

Pollstar (revista N° 54) publicó la gira de *Maná* entre los conciertos con más ganancias de 1998 en Estados Unidos.

“Una de las organizaciones ambientales más importantes, Green Peace, participó en varias ciudades donde se llevaron a cabo los conciertos, distribuyendo entre los asistentes información impresa sobre la campaña “bosque antiguo”, así como sobre los desechos químicos en la frontera de México y los Estados Unidos también Amnistía Internacional viajó con la Banda repartiendo información impresa sobre varios casos de abuso de los derechos humanos que estaban sucediendo en Latinoamérica”.³⁷

En noviembre del 98, *Maná* inició el “Hard Rock Live” en Guadalajara, en donde ofreció tres conciertos. Los fondos de éstos fueron destinados a Selva Negra para la preservación de especies en peligro de extinción (como la tortuga marina) en el Pacífico mexicano. Al mismo tiempo en el “Hard Rock Live” de la Ciudad de México, *Maná* dio los últimos tres conciertos del año como parte de la gira “Sueños Líquidos”, en esta ocasión los fondos fueron destinados a la gente de Acteal, en Chiapas, para la construcción de un hospital.

En diciembre de 1998, *Maná* fue nominada por segunda vez consecutiva para los premios Grammy para la categoría Mejor Álbum Latino de rock alternativo por “Sueños Líquidos”.

A este álbum lo certificó la RIAA como álbum de oro por sobrepasar las 500 mil unidades.

A manera de actualización, este álbum alcanzó las 700 mil unidades en diciembre de 1998.

³⁷ *Ibid.*, p. 4.

Igualmente en México, al álbum “Sueños Líquidos” se le certificó el triple platino, puesto que ya se habían vendido 750 mil unidades.

Por esas fechas de 1998, Fher fue invitado a participar en el próximo álbum de Carlos Santana. La grabación se hizo en San Francisco, CA. Este es el primer álbum de estudio que Santana saca al aire en siete años.

Y durante el inicio del 99, Maná prepara un proyecto “Unplugged” único con MTV, que posteriormente se convierte en CD, Video VHS y el primer DVD llevado a cabo por una banda de rock. A mediados de estos ensayos, fue cuando el álbum “Sueños Líquidos” ganó el Grammy a la mejor realización de rock alternativo latino. Este es el primer Grammy que se gana un grupo de rock mexicano, el primero de marzo del 99. En sí las canciones de Maná abordan temas tanto del medio ambiente ecológico, como cuestiones amorosas que se presentan en los jóvenes que van de satisfacción e insatisfacción en el medio que se desenvuelven, hasta llegar al factor afectivo de la familia, un ejemplo de ello es “Pájaro Cucú”.

Capítulo 3. Estudio Cultural sobre el Concierto de Rock por Santana y Maná, en México, D.F. 1999.

En este capítulo se aplicarán los conceptos teóricos (interdisciplinarios) de los estudios culturales, sobre todo de la comunicación desde el receptor a un hecho concreto, específicamente el concierto de *Santana* del 10 de diciembre de 1999, en el que participó además, “abriendo” el evento, el grupo *Maná*, de los cuales ya se habló en el segundo capítulo.

3.1 Estudio Cultural del Rock en México.

Tomemos como punto de partida un análisis de cinco conciertos en donde Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón¹ (del Departamento de Antropología Social de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa) investigaron la expresión ritual de los receptores en estos.

En primer lugar se preguntaron ¿Quiénes asisten a eventos de rock? obteniendo como respuesta que no encontraron un auditorio homogéneo porque cada espectáculo genera su propio público, ya que el rock es un género musical que abarca desde la balada hasta el heavy metal, pasando por el rock sinfónico, el punk, el etnorock, etc.

De su análisis surgieron los siguientes resultados:

¹ NIVÓN, Eduardo y Rosas Mantecón, Ana, “Los rituales del rock: el público como protagonista”, en Aguilar, Miguel Angel, De Garay Adrián y Hernández Prado, José, *Simpatía por el rock, Industria, Cultura y Sociedad*, Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1993, pp. 119-131.

Antes que nada es importante señalar que cuatro de los cinco conciertos se realizaron en la Delegación Venustiano Carranza y el otro en el Teatro de la Ciudadela.

En el primer concierto de *Ciudad Perdida* y *Botellita de Jerez* refieren que no hubo expresión ritual por parte del público. Había personas que estaban en la explanada patinando, en bicicleta y las que simplemente pasaban por ahí.

En el segundo concierto con *Trolebús* y Jaime López, agregan que la mayoría del público llevaba atuendos especiales: Lentes negros, chamarras, pantalones con estoperoles, se notaba una identificación colectiva. Se puede decir que la mayoría del público había ido expresamente al espectáculo.

Hubo dos conciertos más en el mismo lugar, el tercero con *Qual* y *Santa Sabina*, y en el cuarto (con el grupo *Real de Catorce*), afirmaron que el obrar de la gente en el concierto era de abierta ritualización: ropas especiales, personas tatuadas e identificación colectiva. La gente bailaba y se movía rítmicamente. Y en el último, que se llevó a cabo en la Ciudadela, con Guillermo Briseño, que es músico de rock, éste se realizó en un lugar cerrado y sostienen que la actitud del público fue todo lo contrario: no hubo atuendos ni tatuajes y tampoco bailaban.

En general los concurrentes a estos eventos de rock son jóvenes, en donde asiste un mayor número de hombres que de mujeres, ciudadanos, en su mayoría estudiantes y otros del sector medio.

Menores de 25 años cuando fueron conciertos masivos, y de 25 a 40 años cuando el evento se llevó a cabo en algún teatro.

La escolaridad promedio de casi el 90% de los asistentes fue de preparatoria; Aunque la

actividad ocupacional que predominó fue la de estudiante, también abundaron empleados de oficios y en menor grado profesionistas y amas de casa.

“El predominio de los sectores populares entre los públicos se vio corroborado tanto por las zonas residenciales de procedencia, como el amplio uso de medios de transporte colectivo en contraste con los que utilizaban automóvil propio”²

Asimismo los investigadores mencionan que la tercera parte de los entrevistados durante los conciertos afirmó que los eventos de rock eran sus favoritos, y tienen el hábito de asistir a estas expresiones culturales. Se observó que sus emociones son intensas en la mayoría de estos.

Por otra parte, según Eduardo Nivón y Rosa Mantecón señalan que si se entiende por ritual “la identificación social sobre un símbolo o valor donde se centra la atención”, vemos que en algunos conciertos fueron notorios los intentos ritualizadores por parte del público que generaron un ambiente festivo y de mayor disposición a cantar y bailar, así como la utilización de ropas especiales que identificaban a la concurrencia.

Los autores de la investigación antes señalada hacen la observación de que, al parecer, el contexto de un teatro cerrado inhibió la ritualización en la presentación del músico de rock mexicano Guillermo Briseño, pues no se observaron intenciones por parte del público al respecto.

Ya que a cada espectáculo asiste su propio público, los asistentes a los conciertos de rock promovidos en el contexto del II Festival de la Ciudad de México tenían ciertas características comunes, que permitieron a los investigadores antes citados identificar a los

² *Ibid.*, p. 121.

fanáticos del rock comercial, gente muy joven (de 15 a 31 años) en su mayoría del género masculino y con escolaridad promedio de nivel medio superior, también su asistencia a los eventos es protagónica, ejercen interacción con los grupos y hacen del evento un *rito festivo*.

Dicha investigación finaliza con el comentario de que “el imaginario que el autoritarismo ha construido alrededor de estos espectáculos, más que de desenfreno, es el temor a la experiencia de participación igualitaria que pueda derivar en una base para la constitución y reforzamiento de prácticas contestatarias”.³ Es decir, que la unión y la participación igualitaria sirva para que la gente adquiriera conciencia de clase y proteste contra el sistema social.

Asimismo señalaron los investigadores que la ropa y las actitudes de este público mostraron una mezcla de ritos y espíritu festivo con intenciones de buscar o encontrar su identidad entre sí o con otros grupos también participantes.

3.2 El concierto de Santana y Maná, del 10 de diciembre de 1999.

En relación a los estudios culturales se pudo observar cómo se llevó a cabo la apropiación y uso del producto cultural por parte del público receptor del concierto, pues el saber que músicos de la talla de Carlos Santana tocaría en el Foro Sol, resulta ser alentador por el reconocimiento mundial a su obra que ya está bien establecido y de su alternancia con el grupo Maná . Para un determinado público mexicano, este tipo de presentaciones tienen importancia por el arte que despliegan, por la reivindicación de la música afroantillana y los

³ *Ibid.* , p. 131.

temas que son de protesta y crítica de lo establecido y al plantear una cultura musical alternativa y original; un ejemplo de que en países como el nuestro se pueda hacer y presentar un Rock de calidad a la altura de conciertos que, juntos también, han ofrecido en sus giras por los Estados Unidos y otros países.

Dentro de esta producción cultural de ambos grupos Mexicanos en la que se han empleado ritmos latinos, cabe apuntar que “Fher” es paisano de Carlos Santana (son de Jalisco), esto facilitó para que los mismos grupos se unieran en una gira en diversos países, y por supuesto se apreció en la ciudad de México, pues de este evento surge el Estudio Cultural Sobre el Concierto de Rock por Santana y Maná, 1999.

El concierto se llevó a cabo el 10 de diciembre de 1999, en la explanada del Foro Sol de la Ciudad Deportiva. Comenzó a las 20:40 horas, pero desde las 19 horas ya había una cantidad considerable de personas (público). No importó el frío, la expectación originada por los protagonistas desde semanas atrás se respiraba en el ambiente. Ya que el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo para los consumidores que sería el público y para los productores de éste la expansión del capital.

Fue una noche de viernes y los boletos oscilaban desde cien hasta mil pesos. Afuera en las calles había largas filas de carros estacionados y para llegar hasta el Foro había que caminar un buen tramo y soportar tres barreras de policías que retenían cámaras, videos y grabadoras.

Eran las 20:40 horas cuando *Maná* abrió el concierto con la canción “Déjame Entrar”, los productos de consumo fueron temas “pop”, entre ellos “Hechicera”, “Cómo un Lobo por tu Amor”, “Cuando los Ángeles Lloran”, melodía que antes de cantar dedicó a *Green Peace*

(organización que defiende el medio ambiente), continuó con “Pájaro Cucú”, “Vivir sin Aire”, “Rayando el Sol”, entre otras, para cerrar con “Clavado en un bar”, y ondeando la bandera de México, se despidieron. Su actuación fue vitoreada por su auditorio por más de 110 minutos, es decir, el producto musical del “emisor” se consumió por el público “receptor” con ritos y júbilo, ¿cómo?, de varias formas de apropiación la mayoría del público joven (sobretudo el de atrás, del Foro Sol) movía las manos con la luz de encendedores, de manera rítmica y al mismo tiempo cantaban o nada más, hacían una cosa u otra. También bailaban o aplaudían. Se puede decir que su asistencia fue protagónica pues se interaccionaron con el grupo.

El intermedio fue a las 22:15 horas en donde se observó el retiro de algunos jóvenes, otros aprovecharon el momento para beber cerveza, refresco y hasta para saborear “antojitos”, el escenario sufrió modificaciones para el arribo de Santana, éste subió al escenario y comenzó con la guitarra. Los acordes del ilustre músico retumbaron en todos los rincones del escenario; el público (receptor), impaciente por apropiarse del producto (consumo), escuchó el repertorio (producto) de *Santana* (emisor) y aplaudían emocionados a los grandes clásicos del autor: “Oye Como Va”, “Samba Pa’ti” o “Mujer de Magia Negra”. Aquí se vislumbró la integración y comunicación de los grupos de manera ritual, aún observándose las diferencias sociales. Santana dedicó su concierto a la “Virgen de Guadalupe” y al mismo tiempo criticó el aspecto utilitarista y mercantil de la iglesia cuando señaló que “la iglesia ya tiene mucho y sin embargo sigue habiendo más pobres”.⁴

⁴ Frase que se escuchó en el concierto, por Carlos Santana.

Carlos Santana mostró una orientación mística, pues desde sus inicios ya se había acercado a la religión hindú, y ahora menciona que Dios ha puesto en sus manos la guitarra para darle vida.

Finalmente, *Maná* y *Santana* (emisores), entonaron “Corazón Espinado” y fue el clímax y el cierre para terminar el siglo con un evento de rock nacional, lo cual fue alentador después de vivir crisis sobre crisis en todos los niveles. Al menos en la cultura, en esta cultura Rockera, se pudo consumir un concierto de Rock nacional.

Se observó en el concierto que el público (receptor), respondió vivamente a los acordes musicales tanto de *Maná* como de *Santana* (emisores). A la gente, bien dispuesta a presenciar un acontecimiento, no le importó dejar sus carros estacionados a unos kilómetros ni brincar y esquivar las cámaras de la televisión.

Se notó la presencia del público “mayor”, pero había principalmente jóvenes, que fueron los que gritaban, subían las manos, prendían encendedores y coreaban.

La forma de vestir del público no indicaba una característica especial que los identificara, sólo de ropa informal típico de las personas que asisten a los conciertos de rock, pero no se notó alguna distinción, además el frío hizo que todos y todas fueran abrigados. No sólo se vendió la entrada al concierto; afuera del tinglado no faltaron los puestos de comida, “garnachas”, tortas, refrescos, hot dogs y por supuesto cervezas.

Los ritos se mostraron con más claridad en la participación de *Maná*, pues la mayoría de los asistentes gritaban y brincaban, alzaban las manos y coreaban sus canciones: la juventud roquera en México (personas entre 15 y 50 años más o menos) ponía así de manifiesto su gusto por este grupo. Si estuvieron alegres y festivos con *Maná*, con *Santana* se mostraron

atentos al escuchar sus éxitos y las melodías clásicas algunas de hasta treinta años atrás. Éste fue un buen momento para que las personas jóvenes las conocieran y las escucharan en vivo.

Estamos de acuerdo con José Arturo Saavedra que: “El rock no sólo es música”,⁵ sino que: “Ha englobado lenguajes, nuevas costumbres y concepciones del mundo diferentes; ha compartido y se ha retroalimentado con otras expresiones artísticas”.⁶

En cierta forma el Rock engloba también ritual, es una expresión cultural popular que provoca comunicación cuando se corean las canciones tocadas, al aplaudir, al gritar, al pararse, al bailar, al mirar, al recrearse con la música rockera.

También se observó la manifestación de alegría en los rostros de las personas de entre 40 y 60 años de edad durante la audición de *Santana*, las expresiones de “¡Qué bien, maestro!”, “¡Que buena onda!”, “¿Cómo es posible que hasta ahora se haya realizado este concierto, por tanto tiempo esperado por nosotros los rockeros?”, “¡Ya hacía falta algo así!”, “¡Que bien!”. Carlos Santana dedicó una de sus melodías a la Virgen de Guadalupe en donde criticó a la Institución del Clero. Al mismo tiempo habló sobre la mujer, señalando que debe tener las mismas oportunidades en la toma de decisiones, sobre cualquier aspecto, incluso, reiterando que ellas tienen más valía, porque de la mujer nacemos todos. También hizo hincapié sobre la violencia, sobretodo la que se ejerce sobre el pueblo Chiapaneco, al afirmar que la prensa mundial maneja mucha brutalidad, que ésta se vale del “amarillismo” para vender; por lo que proponía exigir que las noticias fueran reales y apegadas a la

⁵ SAAVEDRA Casco, José Arturo, “El elemento contestatario en el rock y la diversidad de sus audiencias”, en Garay, Miguel Angel y Hernández Prado, José, *Op. Cit.*, p.48.

⁶ *Ibid.*, p. 48.

espiritualidad del ser humano y finalmente se despidió del público mostrando el signo de amor y paz con los dedos (característica de protesta de finales de los años 60).

Ante estas palabras el público se mostró atento, reflexivo, solidario pues expresó muecas afirmativas ante el mensaje.

También se observaron diferentes niveles socioculturales en los concurrentes, acordes a las variables económicas de éstos, que van desde la clase media alta, media-media (la mayoría) y media baja. Asimismo asistieron más hombres que mujeres al concierto.

Cabe destacar que tanto *Maná* como *Santana* se han pronunciado contra las drogas (químicas). Por otro lado, también es importante apuntar que no se observó en el público el uso de drogas o alcoholismo exagerado.

Al mismo tiempo se percibió capacidad crítica en la recepción de los mensajes por la audiencia del evento. Y retomando el pensamiento del investigador chileno Valerio Fuenzalida sobre la influencia grupal, ésta fue determinante para la construcción del sentido que el público le confirió a los mensajes tanto musicales como verbales, a pesar de las mediaciones que se constituyen en los procesos de producción simbólica impuesta por el sistema social de pertenencia.

CONCLUSIONES

Al retomar el planteamiento del problema de este trabajo “ ¿De qué manera consumen los productos culturales, en específico del concierto de rock por Santana y Maná en Diciembre de 1999, en México, D.F., los grupos sociales que conformaron el auditorio? “ se llega a inferir que la expresión cultural, durante el proceso de consumo del público receptor no fue homogénea, ésta se observó variable, ¿por qué?, porque la apropiación del producto cultural entre la masa es diferente, es decir, los receptores la consumen de forma heterogénea, y no sólo por las diferentes estructuras psíquicas de cada individuo, sino por las diferencias entre individuos pertenecientes a diferentes clases socioeconómicas.

También la recepción del concierto de rock fue activa por parte de la audiencia, debido a su capacidad crítica, pues la influencia grupal es importante para la construcción del sentido que las personas confieren a los espectáculos, ya que el significado del evento y las resignificaciones se van elaborando en confrontación con las percepciones de los diferentes públicos que conformaron el auditorio.

Y aunque se observó en el público una identificación colectiva sobre un símbolo cultural (la música de rock), a la vez su asistencia fue protagónica; pues ejercieron interacción tanto con los grupos emisores del evento, como, con los grupos receptores del mismo, e hicieron del evento un rito festivo.

El análisis de los procesos de recepción de la comunicación colectiva se puede realizar a

través del consumo cultural entendiendo el término consumo como una aproximación transdisciplinaria, es decir, que ésta va más allá.

Otro aspecto importante al que llegamos sobre las diferencias y los desniveles culturales entre los distintos grupos sociales que asistieron al concierto, es que estos no se mostraron impenetrables y repelentes entre sí, sino que compartieron, se enfrentaron y se entrecruzaron, para comunicarse, aunque se infiera que el tipo de comunicación que se da entre las masas, sea de manera segmentada.

A partir del estudio cultural sobre la expresión del público receptor, desde el punto de vista de los estudios culturales, por medio de la observación participante, se vislumbró, la pertenencia de los individuos a divergentes culturas; y no nada más por las diferentes estructuras psíquicas que conforman a los individuos, sino por las diferencias entre sujetos pertenecientes a diversas clases sociales, con distintos antecedentes económicos, académicos y sociales, por lo tanto, se arriba a concebir la importancia de realizar este estudio cultural que consiste en investigar algo más sobre lo poco que se ha hecho sobre la recepción y los públicos de los medios de comunicación masiva, y, cómo ésta se llevó a cabo. A través del análisis del estudio cultural sobre el concierto de Rock de Santana y Maná, realizado el 10 de diciembre en México, Distrito Federal, en 1999, en donde se consideran las variables económicas, demográficas y culturales de los públicos, para explicar los aspectos del consumo, tomando en cuenta varias propuestas, principalmente la teoría de Canclini, que es interdisciplinaria. Además se confirmó que a través del consumo, es donde las clases sociales compiten por la apropiación del producto social, ¿Cómo? pues por medio de la ritualización que se dio ante el concierto, por ejemplo al entonar

las canciones con letra y música, asimismo se vislumbraron diferentes clases sociales que fueron desde la media alta, media media (la mayoría) y media baja. Y que aún perteneciendo a diferentes clases sociales, los participantes se integraron y a la vez se comunicaron por medio del consumo, “escenario de objetivación” de sus deseos, y en sí el consumo como un proceso ritual en donde todos los consumidores del evento participaron, se enfrentaron y compartieron de una o de otra manera. También se considera que la música es un producto de consumo cultural en el cual se lleva a cabo todo un proceso cognitivo, cultural, situacional, en una palabra estructural de la comunicación y que aún existiendo el control de la comunicación (mediación) por parte de la clase social en el poder, los consumidores pueden interrelacionarse por medio de la música y probablemente de esta manera adquirir conciencia de clase para poder lograr cambios positivos en la mayoría de la sociedad mexicana.

A pesar de que la presente tesina se enfocó en la teoría del consumo cultural, no podemos olvidar que este concierto también obedece a intereses comerciales; esos productos los consume el público, porque los medios masivos de comunicación, comercializa y reproduce su música hasta el cansancio, acostumbrándonos desde la más tierna edad a reconocerlos, como nuestra cultura musical y que por supuesto dan a conocer su ideología a través de sus mensajes. Por ejemplo, si analizamos las letras de las canciones de *Maná*, evidenciamos su calidad de producto comercial bien dirigido al público joven, hablándoles de su mundo de tentaciones, sin que promuevan una reflexión filosófica o política, aunque, si ecológica.

El mensaje de *Santana*, en cambio, no es un producto que pueda inscribirse en los patrones comerciales que dieron origen a *Maná*, y su público tiene correspondientemente una inclinación más política. Santana se refirió a la arbitrariedad del Estado con los

chiapanecos, al racismo, al clero, a la Virgen de Guadalupe, etcétera.

En sí, el consumo cultural no se da de manera homogénea. En realidad no hay un público para un mismo evento, sino muchos públicos.

Considero importante continuar con este tipo de investigaciones, sobre el consumo cultural, del público receptor, poco estudiado y tan importante para la mayoría de los mexicanos.

ANEXO 1

ORDEN CRONOLÓGICO DEL ROCK.

Los orígenes del rock –según Alfredo Nateras Domínguez- son relativos, de manera general, pues como ya se mencionó, se pierden tanto en el tiempo como en el espacio, pero más o menos podríamos reencontrarnos hasta en la propia África para repasar los ritmos y sentimientos negros que darían lugar al blues y jazz de los cuales el rock and roll tomaría bases rítmicas y musicales.

Los aspectos históricos del rock se inician en 1955.

En los años 60 los jóvenes crean para su uso y expresión cultural la música de rock.

Del rock se derivan dos movimientos sociales: la búsqueda de la identidad espiritual del individuo y la protesta política del mismo.

1961: Experimentos científicos con el LSD (ácido lisérgico diatilamino) llevados a cabo por Timothy Leary, de la Universidad de Harvard.

1963: El inicio de la guerra de Vietnam.

1968: Protesta estudiantil tanto en México (masacre de Tlatelolco), así como en Francia, Argentina, Alemania, Estados Unidos, Checoslovaquia e Italia.

1969: Festival de rock *Woodstock*.

Contracultura: El rock y las drogas. Se deja ver en este concierto, el carácter contestatario y

el movimiento político colectivo.

En los años setenta el mundo se mantiene inmutable frente a la música y la droga.

El sistema quita el carácter contestatario al rock; este es reprimido y condenado a los “hoyos fonquis.”

1970: Inicio del rock progresivo como género musical.

1971: Junio. Represión estudiantil por los halcones, México.

1971: Septiembre. Festival de Avándaro, México.

1975: Surge el Heavy Metal y la música de Discoteque.

1975-76: Aparece el movimiento de punk-rock.

El rock y las drogas como “escape” hacia la anarquía.

Atropello simbólico por medio de vestimentas negras como estoperoles, botas militares, esposas, navajas de rasurar como aretes, seguros en oídos y boca, cabezas rapadas y teñido el cabello de colores encendidos (rojo, violeta, amarillo, azul, etcétera.)

En los años ochenta, el rock es mas expresivo e interesa tanto a la cultura urbana como a la popular.

Se inicia la guerra contra las drogas.

1980: Crisis económica, devaluación de la moneda y desempleo masivo.

1980: Surgen los New Romantics.

1981: Aparece MTV.

1983: Nacimiento del disco compacto, el Walkman, el Techno pop.

1985: Surge el tianguis rocanrolero del Chopo.

1986: Se crea el Rap, la New Age y el Dark.

“El rock como la crisis de la idea del futuro”.

El rock y las drogas como lo denso, oscuro y desconocido.

Década de los noventa; El rock como industria, espectáculo y estado de ánimo colectivo.

Inclinación a lo pasado, resurge la Newpsichodelia y lo místico.

La tecnologización y trasnacionalización de la cultura.

Crisis de la modernidad.

La pos-modernidad o lo posmoderno.

Se inician las músicas visuales, ambientales o ecológicas.

El rock y el uso de las drogas como depresión.

El rock se instala entre los llamados nuevos movimientos sociales ”simbólicos” y de “contracorriente”.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

1. ARISTOS, Diccionario Ilustrado de la Lengua Española, Nueva Edición.
2. ACEVES Fernando, *Retratos del Rock Mexicano, Ilusiones y Destellos*, Edit. Plaza y Janés, 1ª edición, Barcelona, España, 1999, 120 pp.
3. AGUILAR Díaz, Miguel Ángel, De Garay Sánchez, Adrián, y Hernández Prado, José, (Compiladores), *Simpatía por el Rock, Industria, Cultura y Sociedad*, Edit. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México, D.F., 1999, 196 pp.
4. CHIMAL, Carlos (Compilador), *Crines, Otras Lecturas de Rock*, Edit. ERA, 1994, 250 pp.
5. CORTÉS, David, *El Otro Rock Mexicano*, Editores Times, 1999, 277 pp.
6. DIETRICH, Heinz, *Nueva Guía para la Investigación Científica*, Edición especial para la UAM unidad Xochimilco, Servicios editoriales Lacaria, S.A. de C.V., 1ª Ed., 1996, México, 230 pp.
7. GARCÍA Canclini, Néstor, (Coordinador), *Consumidores y Ciudadanos*, Editorial Grijalbo, México, 1995, 214 pp.
8. GARCÍA Canclini, Néstor, (Coordinador), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, Editorial Grijalbo, dos Partes, México, 1998, primera parte 387 pp., segundo parte 269 pp.

9. GARCÍA Canclini, Néstor, *El Consumo Cultural en México*, Ed. Conaculta, 1ª Ed., México, 1993, 414 pp.
10. GOMEZJARA, Francisco, *Técnicas de Desarrollo Comunitario*, Ed. Fontamara, 9ª Ed., México, 1996, 384 pp.
11. GRAN OMEBA, Diccionario Enciclopédico Ilustrado, primera Edición del tomo III (letra C, S/N), 1965. Argentina
12. HERNÁNDEZ, Sampieri, *Metodología de la Investigación*, Segunda Edición, Best Seller Internacional, McGraw-Hill S.A. de C.V, México, 504 pp.
13. LOZANO Rendón, José Carlos, *Teoría de la Investigación de Masas*, Addison Wesley Longman y Ed. Alhambra Mexicana, Primera edición, 1996, México, 233 pp.
14. PAOLÍ J. Antonio, *Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas*, Edit., Trillas (UAM), 3ª edición, UAM, México, 1983. 138 pp.
15. RAMCÉS, Diccionario Ilustrado de la Lengua Española, Editorial Ramcés Sopena, S.A. Provenza, 95 Barcelona, 1983.
16. ROJAS Soriano, Raúl, *Guía para Realizar Investigaciones Sociales*, 32ª Edición, Edit. Plaza y Valdés, 440 pp.
17. TOUSSAINT Florence, *Crítica de la Información de masas*, Editorial Trillas, 3ª Ed., México, 1990, 96 pp.

HEMEROGRAFÍA

1. AVILÉS Duarte, Abel y Rodríguez O., Arturo, “Hicieron Historia en el siglo XX Carlos

- Santana” en *Excelsior*, Jueves 4 de diciembre de 1999, pp. 2E y 3E.
2. ESPINOSA, Pablo, “La Guitarra de Santana, Ángel Femenino” en *La Jornada*, Domingo 12 de diciembre de 1999, p. 53.
 3. GALÁN, José, “Canto al Sol y a la Luna” en *La Jornada*, viernes 10 de diciembre de 1999, p. 52.
 4. LEÓN Diez, Fabrizio. “Entrevista a Santana”, en *La Jornada*, 2 de diciembre de 1999, p. 48.
 5. MÁRQUEZ, Ernesto, “Rompecabezas Rockarrumbero los Diez de Santana”, en *La Jornada*, viernes 10 de diciembre de 1999, p. 52.
 6. MONROY, Manuel H., “Carlos Santana y Maná. Sensacional Noche de Rock”, En *Excelsior*, Domingo 12 de diciembre de 1999. pp. 10-12.
 7. NÚÑEZ, José, “Carlos Santana Ofreció el Viernes un Concierto en el Foro Sol”, en *La Jornada*, Domingo 12 de diciembre de 1999, p. 26.

REVISTAS

SÁNCHEZ Nora, Roberto Franckerberg,, “Los Egos Fuera en” “U2. Músicos” entrevista de las páginas. 24-31 en la revista semanal *Día Siete*, año 2 número 61

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS

http://www.mana.com/hi_biografia_1.html 8/02/00 17:14 5 pp.

<http://www.santana.com/Español/Santana-Carlos> Santana Biography 8/02/00 17:06 4 pp.