



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Título del Trabajo

AQUÍ NO HAY NADA

Los bienes culturales en el proceso de producción, circulación y consumo.

Trabajo Terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

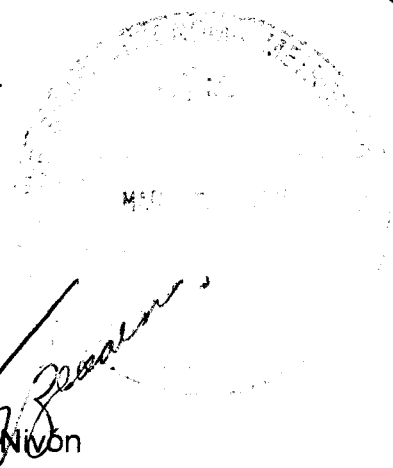
Ana Virginia Pérez Mora

Comité de Investigación

Director: Dr. Luis Reygadas

Asesores: Mtro. Federico Besserer y Dr. Eduardo Nivón

México, D.F., diciembre de 1999.



INDICE

	pág.
Introducción.....	1
Capítulo 1 “Los Bienes”.....	4
Seguimos haciéndonos daño. Procesos que unifican, bienes que enlazan, lugares que distinguen. De los yuppies a los grungies. No hay lo que no quiero tener. Los discos, las canciones. Nos está lo que no quiero oír. Los fanzines. Aquí no hay nada... Videos y objetos. No está lo que no quiero ya ver. Los músicos que vemos. Del grunge y otros bienes. ¿Qué hay que podamos resolver? Las múltiples significaciones. No espero nada. Análisis estructural de las rolas.	
Capítulo 2 “La Circulación”	31
De la radio a la Universidad, de la radio a la tocada. La circulación/transmisión de las formas/bienes simbólicas: los medios y las mediaciones. Circulación cíclica: la vida de las canciones en radio. Cómo es una tocada de Guillotina. De los medios a las significaciones.	
Capítulo 3 “El Consumo”	55
Sí, sí soy fan del grupo... el consumo inicia donde termina el mercado. Caracterizando a la audiencia como consumidores. La audiencia ocasional. Los fans. La recepción y apropiación de los mensajes (mass) mediados. Sí, son mis camisetas de Guillotina: los usos de los bienes.	
Capítulo 4. “La Producción”	76
Los músicos que son a través de mi punto de vista. Producir discos. Seguir siendo auténticos ante la comercialización del rock. Las significaciones en la producción. La intencionalidad de los autores en la composición de las rolas.	
Conclusión.....	89
Bibliografía.....	93
Anexos	96

INTRODUCCION

...si nunca voy a volver, no tengo porque mentir

-Aaquí... pero de lo que se trata es de que contesten. Una tenue sonrisa se dibuja en sus labios, Manuel se acerca nuevamente al micrófono y grita "Aaquí".

-Aaquí no hay nada -esta vez la audiencia ha respondido visiblemente emocionada. El diálogo se repite una vez más.

-Aaquí

-Aaquí no hay nada.

Entonces se escucha la música, comienza la gritería y el slam. De esta forma suelen transcurrir los conciertos del grupo de rock Guillotina. Es allí donde en enero de 1998 inicie un trabajo de campo como parte de una investigación antropológica. El tema elegido fue el proceso de producción, circulación y consumo de bienes culturales o simbólicos y el estudio de caso Guillotina y sus audiencias. El resultado es este texto.

El principal objetivo era y es estudiar los bienes culturales, la significación y usos que se les dan en los tres niveles que constituyen el proceso de producción, circulación y consumo. En este documento presento los datos etnográficos y establezco algunas líneas de análisis para conocer cuál es la relación que existe entre estos tres niveles; a partir de preguntas como: qué relación existe entre la significación que generó el bien y la recepción, hasta dónde llega la polisemia de los bienes, cuáles son los factores que influyen en la recepción, cuál es la relación que existe entre productores y receptores.

Una convicción guía este escrito: desde su creación y difusión hasta el consumo, los bienes se encuentran inmersos en un mundo de significaciones. En cada momento, ya sea circulación o consumo o en la propia producción y difusión, se les atribuye un significado, que no necesariamente es el mismo; pero que puede influir en los significados que los receptores añaden al bien en cada momento del proceso de producción, circulación y consumo.

Para la obtención de datos, realicé un trabajo de campo en la Ciudad de México y su zona conurbada en tres periodos: el primero, de enero a abril; el segundo, de septiembre a diciembre en 1998 y, el último, entre febrero y marzo de 1999. La recolección de datos la hice a partir de la observación directa y/o participante, según se presentó la oportunidad. Básicamente, asistí a conciertos y establecí contacto con los jóvenes seguidores del grupo entre quienes realicé entrevistas y apliqué cuestionarios.

Los datos sobre la circulación los obtuve, mediante el acercamiento a algunos medios de comunicación: aquéllos en los que se difunde el trabajo de Guillotina. Así mismo, revise revistas, periódicos y páginas de internet y escuché estaciones de radio y vi programas de televisión donde entrevistaron al grupo o simplemente se escucharon sus rolas o vieron sus videos. Para la producción realicé entrevistas con los integrantes de Guillotina, así mismo, un análisis de las letras de las rolas y de los fanzines distribuidos por la banda.

Con base en la obtención periódica de los datos, la presentación de la etnografía es sincrónica, es decir, retrata un periodo específico del grupo y sus fans (la etapa en la cual realice el trabajo de campo). No obstante, también incluye una proyección diacrónica del

proceso descrito para conformar una visión que permita profundizar en las líneas de análisis que este trabajo plantea. Hacerlo de otra manera significaría estatizar un proceso que en sí mismo es dinámico y no sería justo para sus protagonistas, que como se verá han cambiado. Aunque yo sólo estuve investigando un año, el periodo de existencia de la banda (y del proceso de producción, circulación y consumo de los bienes producidos por Guillotina) es ya de seis años que pude rescatar gracias a las narraciones de los informantes, quienes amablemente accedieron a compartir sus experiencias conmigo.

Es difícil saber dónde se inicia el consumo, si es el primero en intención y el último en ejecución, si los productores son a la vez consumidores. Para el análisis se ha segmentado un proceso unitario cuyas fases se influyen entre sí continuamente. Para los fines que sigue esta descripción etnográfica, el orden es: bienes, circulación, consumo, producción. La propuesta es realizar dos lecturas; la primera, es ir descubriendo a Guillotina tal y como lo hace un fan; la segunda es como lo va analizando el antropólogo, ambas se mezclan y aparecen intercaladas en el texto. En ambos casos se busca escuchar las voces de los sujetos que intervienen en el proceso descrito.

La presentación obedece a la forma en que un fan conoce a Guillotina: escucha una rola (bien) por algún medio (circulación), se convierte en audiencia (recepción), en seguidor del grupo, para luego conocer más sobre la banda (producción). Pero también es muestra de cómo se influyen la producción, la circulación y el consumo; de tal forma que la producción, donde se inicia el proceso, es influida por la circulación y el consumo.

No queda nada qué hacer. La verdadera obtención de los datos

No quiero terminar esta introducción sin hablar sobre mi experiencia en el campo. Los sentimientos que experimenté, las relaciones amistosas que establecí, los prejuicios a los cuales me enfrenté, Las actitudes de rechazo y de amistad influyeron en la interpretación posterior a cada uno de los eventos a los cuales asistí, pues los experimenté no sólo hacia mi persona, sino hacia quienes yo observaba. Al analizar los datos espero haber podido dejarlas de lado... todo ello se encuentra detrás de la interpretación de los datos que presento.

Siempre resulta difícil hablar de la experiencia en campo sin remitirse, aunque sólo sea mentalmente y sólo lo haga el antropólogo que escribe o habla, a una serie de anécdotas o situaciones difíciles, chuscas o inesperadas, todas ellas producto del enfrentamiento con la otredad. De qué otra forma podría ser si eso es precisamente parte de la esencia del trabajo antropológico. Podría pensarse que al hacer trabajo de campo urbano, en la propia ciudad, entre un grupo de jóvenes tan parecidos a mi misma que casi podríamos confundirnos, tal experiencia no sería ni difícil, ni ruda. Pero no fue así.

En principio, me he enfrentado a problemas urbanos de distancia y tiempo. Debo decir que la antropología, tal y como la había visto hasta entonces, no parecía tener un método para investigar fuera de un territorio y una comunidad fija. Mi territorio fueron las tocadas, los antros, la calle, las escuelas, donde a veces hablas con unos y a veces con otros. Esto dificulta la obtención de datos, pues en el tiempo de la tocada, que es de fiesta, de ritual, no hay tiempo para el antropólogo, sólo a veces para el amigo ocasional que puede volver a verse o no, y que sólo es conocido después de varios eventos.

Entre plantones, olvidos y dificultad para contactos fuera de la tocada me fue posible realizar algunas entrevistas; no sin dificultad, ya que obtener información en otros

lugares no es sencillo; pues en un tiempo que pertenece a otros ámbitos, el intruso no siempre tiene cabida.

Esa es una de las grandes dificultades del trabajo urbano: los horarios no compartidos que se sincronizan para ciertos eventos y que te llevan a vivir la ciudad y verla de manera distinta. Con grandes distancias que son recorridas para tener acceso a sólo una pequeña fracción de la oferta cultural a disposición. Con los riesgos que implica vivir la ciudad de México por la noche y madrugada. Viviendo la urbanidad rockera y el desplazamiento, haciendo amigos por teléfono, por correo o por internet, a los que eventualmente conocerás en algún evento importante de Guillotina o del rock nacional.

En esta experiencia de campo, me di cuenta cómo nunca antes lo había percibido, que el antropólogo trabaja con el tiempo de los demás y decir esto es decir que se trabaja con la vida de las personas y que cada momento que te dedican no se puede pagar con nada porque es parte de su propia vida, y en la experiencia urbana ese tiempo aparentemente banalizado es tan intenso, que resulta muy difícil aprehenderlo.

Por ello, los retrasos, plantones y la dificultad para los acercamientos con la gente, que pese a esa intrusión, en la mayoría de los casos fue amable y accedió de buena gana a hablar con un extraña, a darle su teléfono y, eventualmente, a entablar relaciones amistosas con ella.

Quiero agradecer profundamente a Guillotina, especialmente Beba y Aram; a los fans de Guillotina, sobre todo Denisse y Pablo; a mi familia y a Javier Balcázar y Luis Reygadas: sin su apoyo este trabajo no habría sido posible... Muchas gracias!

CAPITULO 1

LOS BIENES

Seguimos haciéndonos daño.

Emma recuerda que oyó una rola que le gustó “estaba leyendo un libro cuando escuché la melodía de una guitarra, me gustó, hasta dejé de leer para escuchar la rola, la oí dos o tres veces.... cuando me di cuenta ya estaba cantando : el pasado se olvidó esta vez, el futuro no existe en tu mente... no recordaba más de la letra, ni sabía de qué se trataba la rola, ni cómo se llamaba, ni quien tocaba, nada más me gustaba mucho”¹ Un año después, se enteró que la rola se llamaba “Seguimos haciéndonos daño” y era de Guillotina. La rola es ésta:

El pasado se olvidó esta vez,
el futuro no existe en tu mente.
No hay luz, no hay mal tu controlas el sol.
No hay razones para creer lo que no hay.
Ah ! Seguimos haciéndonos daño.
Las palabras en contra de una pared que terminan
por ser deshechas.
De qué sirvió mi buena voluntad
Me escondo me aparto me retiro.
Necesito verte otra vez ! Necesito verte otra vez.

Aunque Guillotina es una banda de rock, su producción no se limita a la música: sus tres discos y los conciertos. Existen, también, cinco fanzines, una gran cantidad de calcomanías, camisetas y varios objetos, en buena medida distribuidos por ellos mismos, que encierran mensajes diversos y son fuente de los múltiples significados y usos que se muestran en este trabajo.

La música de Guillotina ha sido catalogada como hard rock, alternativa, pero sobre todo, debido a los riffs² de guitarra y la melodía de la voz, como grunge, de estas “circunstancias” se desprenden algunas de las características de lo que el grupo crea y produce: rock, rock mexicano y grunge.

Procesos que unifican, bienes que enlazan, lugares que distinguen

Es claro que en el mundo se ha desarrollado una etapa en la que las naciones se han ido reorganizando para participar de una integración regional y global. Esto no es nuevo para América Latina, que desde el siglo XV ha sido escenario de métodos homogéneos de control del trabajo en regiones que unificaron estilos locales de producción y consumo. No

¹ Entrevista realizada el 10-dic.-1998

² Los riffs son como una frase rítmica. Los riffs del grunge no son ni rápidos ni lentos, sino moderados y en el aspecto sonoro y tímbrico es ruidoso y distorsionado.

obstante, esta integración poco contribuyó al impulso del desarrollo económico consistente que careció de una participación competitiva en el intercambio mundial. Según García Canclini, existen vínculos entre las políticas culturales y desarrollo, liberalización e integración. (1996:16)

En los países latinoamericanos, se está produciendo, desde hace unos cincuenta años, una mayor integración cultural y de éstos con el mercado mundial a través de los medios de comunicación masiva. García Canclini señala que:

“... pese a la variedad e intensidad de procesos de globalización, ésta no implica la unificación indiferenciada ni la puesta en relación simultánea de todas las sociedades entre sí. Los países acceden de manera desigual y conflictiva a los mercados económicos y simbólicos internacionales”(1996:17)

Esto se conjuga con una tendencia a la creación de regiones de intercambio en las que se establecen líneas de atracción preferentes, bloques y exclusiones entre algunas sociedades. En este contexto México, Canadá y Estados Unidos, que constituyen la región comercial de mayor potencial, firmaron un tratado de libre comercio que les permitiera acelerar el crecimiento de la economía, disminuir costos y elevar utilidades. El principal interés fue el desarrollo de una economía de libre mercado, formas políticas democráticas y la globalización. Es de destacar que la intensificación de las relaciones económicas se acompaña de añejas relaciones migratorias y culturales de intercambio en la región.

Para García Canclini, tanto en lo económico como en lo cultural, el TLC tuvo su origen en las innovaciones tecnológicas y las exigencias de rentabilidad económica impuestas por la política neoliberal a las actividades educativas, científicas y culturales a través del predominio de las industrias culturales y transnacionales sobre las formas tradicionales de producción y circulación de la cultura, del incremento de la cultura privada a domicilio y la disminución de los usos colectivos del espacio público, así como de la transferencia de las responsabilidades del Estado a las empresas privadas nacionales o multinacionales. (1996:21)

En México, Estados Unidos y Canadá la reestructuración en la circulación de la producción, circulación y consumo de la cultura, se ve marcada por la producción cada vez más industrial de los bienes culturales y la masificación del consumo, lo cual revela con mayor claridad el papel que cumplen en el desarrollo económico y la construcción de la hegemonía.

En este contexto los países periféricos se vuelven dependientes, pero su desarrollo aislado es imposible, de forma que los cambios hacia una sociedad global y multicultural se dan casi exclusivamente en los medios masivos, es decir, a través de los ámbitos que pueden compartir con mayor facilidad, generando una nueva escena sociocultural tanto local, como regional y global. En buena medida, los países latinoamericanos se conectan con los países desarrollados por los medios electrónicos, en este sentido, García Canclini señala que nuestros países son subdesarrollados en la producción endógena para los medios, pero no en el consumo.(1995:26)

Las modificaciones socioculturales ocurridas en todos los campos son sintetizadas por García Canclini en cinco procesos; a saber:

a) redimensionamiento de las instituciones y los circuitos de ejercicio de lo público (aumenta la importancia de conglomerados empresariales de alcance transnacional)

- b) reformulación de los patrones de asentamiento y convivencia urbanos (de los barrios a los condominios, diseminación policéntrica, es decir, las actividades básicas se realizan frecuentemente lejos del lugar de residencia, y desplazamientos que reducen el tiempo para habitar el espacio propio).
- c) reelaboración de lo propio en relación con bienes y mensajes provenientes de una economía y cultura globalizada.
- d) redefinición del sentido de pertenencia e identidad organizado cada vez más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores (como los jóvenes en torno al rock, los televidentes de CNN o MTV)
- e) pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano como consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida. (1995:25)

La transnacionalización y las integraciones regionales operan en modos diferentes dependiendo del circuito sociocultural en el cual impacten, esto es, en el ámbito histórico territorial, anclado en el patrimonio histórico y la cultura tradicional popular las transformaciones son menos visibles que en la comunicación masiva.

El rock es muestra clara del fenómeno de globalización económica y mundialización cultural ; se trata, como señala Renato Ortiz en **Mundialización y cultura**, de una situación en la cual existe un cierto grado de integración funcional entre las actividades económicas dispersas, la organización de la producción, circulación y consumo de bienes y servicios se realiza a partir de una estrategia mundial enfocada hacia un mercado mundial (1997 :27) Por otra parte, la mundialización de la cultura, señala Ortiz, responde a una civilización cuya territorialidad se globalizó.

“El de mundialización es un fenómeno social total que impregna al conjunto de las manifestaciones culturales. Para existir debe enraizarse en las prácticas cotidianas de los hombres. Con la emergencia de una sociedad globalizada, la totalidad cultural remodela, sin la necesidad que racionalicemos en términos sistémicos, la situación en la cual se encontraban las múltiples particularidades”(1997 : 47)

Estos procesos son localizables en objetos mundializados, cuya presencia se reconoce en el espacio desterritorializado, un ejemplo claro son los autos diseñados en California con financiamiento japonés, ensamblados en México con componentes electrónicos inventados en New Jersey y fabricados en Japón. Esto opera a nivel de producción, pero su eje es el mercado del consumidor, ahí se encuentra la base desde la cual se forja la cultura internacional que se proyecta más allá de las fronteras nacionales, esa es la característica de la sociedad global de consumo. La música, especialmente la de la cultura pop, y dentro de ésta el rock es muestra de los procesos de mundialización y globalización.

A raíz del impulso dado por la industria cultural, especialmente la discográfica, el rock ha ampliado el alcance de su imagen y consumo. El rock ha involucrado en las últimas décadas prácticamente a todo el mundo. Gracias a los medios de comunicación es universal y accesible a buena parte de la población. Tanto el ritmo como los temas que trata se han vuelto universales, no obstante su cosmopolitismo, siempre ha guardando relación con lo regional.

Para el caso de México, el rock ha sido estudiado, entre otros autores, por Maritza Urteaga, ella lo concibe como un espacio de creación y re-creación cultural simbólico

juvenil y como proceso histórico que abarca unos treintaicinco años de existencia, asimismo, como instancia de interpelación de identidades juveniles urbanas. Lo que me interesa destacar del trabajo de Urteaga, es el proceso histórico del rock mexicano. Ella señala que existen cuatro momentos paradigmáticos del rock mexicano : 1) el rockanrol comprendido entre finales de los cincuenta y mediados de los sesenta, el cual es adoptado por cierto sector de los jóvenes de las clases altas urbanas ; 2) el de la “onda jipiteca”, entre finales de los sesenta hasta el Festival de Avandaro (1971), adoptado por un sector clasemediero urbano ; 3) “larga noche”, de principios de los setenta hasta principios de los ochenta, periodo de exclusión, censura y represión del rock como cultura subalterna de los jóvenes urbano populares y 4) de mediados de los ochenta en adelante, donde comienza una masificación selectiva de los grupos, así como una proliferación de grupos para públicos segmentados, asimismo, una postura conscientemente subterránea dentro del rock. (Urteaga ; 1997 :137) Estos momentos se corresponden en el consumo con generaciones paradigmáticas de los rockeros : la rockanrolera, la ondera y la punk de los ochenta, además de incluir generaciones liminales como la de mediados de los setenta y de colectividades rockeras en los ochenta y los noventa, en esta última se ubica la llamada Generación X de los grungies (*supra*)

Para Urteaga, los heavys, grungies, tecnos, darks, trashers, etc. forman parte de una identidad común rockera construida desde la marginalidad social y cultural. El rock en general y el rock mexicano en particular impactan a los jóvenes de estos sectores y:

“convocan a su agregación alrededor de las imágenes de sus ídolos (facha, actitud) y de la música inyectando en su mundo actitudes y modos de ser y de aparecer en público... que los hacen vivir situaciones y atmósferas emocionales, afectivas, cálidas a través de las cuales construyen parte de su identidad colectiva e individual.”(1997 :138)

El interés de este trabajo no es hacer una historia del rock mexicano, no obstante, es importante como antecedente del momento que nos ocupa, es decir, los noventa

Durante los setenta, la “larga noche” , prácticamente todo el rock producido en México se realizaba de manera casi artesanal, conocido en buena medida sólo por grabaciones semiprofesionales de los propios grupos, muchos de los cuales cantaban en inglés, hecho que se siguió viviendo durante buena parte de los ochenta, donde disqueras independientes como gas y comrock aparecían y desaparecían en un periodo realmente breve de tiempo. Es hasta mediados de los ochenta, cuando las compañías grandes comienzan a difundir música de grupos españoles y argentinos, poco después se comienza a producir a grupos como Los Caifanes y La Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, que ya tenían arraigo en el ambiente underground de la Ciudad de México. Se organizaron concursos de rock en tu idioma y lanzaron grupos como Fobia y Los Amantes de Lola. Así se inició uno de los llamados booms del rock nacional.

Aparecieron subsellos en las disqueras transnacionales que empezaron a producir, ya a principios de los noventa, a varios grupos. La Lupita, La Cuca, Santa Sabina, La Castañeda, por mencionar algunos, grabaron para Culebra, un sello de la BMG, que para este momento era uno de los más importantes impulsores de la naciente industria del rock en México. Otro boom del rock nacional se vive ahora mismo, a fines de los noventa cuando varios grupos como Molotov, Control Machete o Plastilina Mosh han logrado

bastante notoriedad. En realidad, durante los últimos quince años ha habido un desarrollo notable en la industria del rock nacional.

Este boom ha permitido que algunas estaciones de radio programen música de rock nacional o que los videos de estos grupos se transmitan por MTV o Telehit. Sin embargo, sólo hay una estación de radio que transmite una cantidad importante de tiempo con grupos de rock nacional y muchos de estas bandas han estado regresando a compañías independientes. La distribución de los discos no siempre es adecuada y salvo el caso de grupos que venden grandes cantidades de discos, el resto de las bandas de rock siguen manejándose, en buena medida, como grupos underground, es decir, circulando por antros y escuelas de la Ciudad de México, con poca promoción, en muchos casos distribuyendo y vendiendo ellos mismos sus discos. Así es como sobreviven los grupos de rock en México. A veces como parte de los medios masivos, a veces como parte del underground y otras más como parte de ambos. Los estilos, formas o corrientes han sido diversos, desde el blues, el hard core, heavy metal, trash metal, hasta el ska o el reggae, pasando por las fusiones y el grunge.

De los Yuppies a los grungies

Hablar de grunge implica remitirnos a un movimiento, moda, filosofía o forma de ser de una generación, que se ha nombrado Generación X^{*}. Se trata de un movimiento que nos toca por el contacto cultural vía micro ondas o medios electrónicos de comunicación, y por una serie de condiciones de globalización, que conocemos por padecer las consecuencias de una economía que nos arrastra al desempleo y la pobreza extrema. Para explicar lo que es el grunge es necesario remitirnos a los Estados Unidos, más específicamente a Seattle.

Kit Mesham señala en un artículo sobre el arte grunge, publicado en 1996, que la década de los ochenta ha sido definida por varios críticos como una era de egoísmo, abundancia, avaricia, elegancia y estilo ejecutivo. En esa década se generó el término “yuppie” y la frase “greed is good” Pero llegó el lunes negro, el martes negro y el más negro miércoles ; la caída del Dow Jones terminó con los ochenta justo en 1987. Después llegaron los noventa, y con ellos el grunge.

“El grunge era todo lo que los ochenta eran demasiado magníficos para ser. Era la redención de todo lo que previamente había sido expulsado por ser sucio. Era barato, áspero, sin brillo y familiar... la estética del perdedor” (1996 :1)

Originalmente, grunge es un término irónico utilizado para denominar el ruido punzante de la guitarra propagado por una compañía independiente llamada Sub Pop. El grunge se origina de la unión de las escenas heshher y punk de Seattle : una fórmula que mezcla influencias punk y heavy metal de los setenta con lluvia, café, lo barato, cerveza y ocasionalmente heroína. Como resultado, una serie de bandas desarrollaron una emotiva

* Se llama Generación X a los jóvenes de las décadas de los ochenta y noventa. Una caracterización estupenda de ellos se encuentra en el libro de Douglas Coppeland *Generación X* Ediciones B, Barcelona, 1993. En éste se señalan como los rasgos que define a estos jóvenes el vivir en un tiempo en el que parece que nada pasa o que pasan demasiadas cosas, tener trabajos en el sector servicios, mal pagados, sin prestigio, sin dignidad y sin futuro; con crisis de identidad a los 25 años, rechazo al envejecimiento, culto a lo racional, soledad, etc.

variante del hard rock como alternativa a la música de los primeros años de la década de los noventa. (Peter Bagge ; Alternative Rock World)

Todo se inició en 1986 en el histórico café Java Tude, cuando dos amigos comenzaron Mother Love Bone, la figura paterna del grunge. La leyenda cuenta que los jóvenes que estaban en el lugar comenzaron a gritar hasta que el dueño del establecimiento retiró la música de Huey Lewis and the News "Hip to be square", le dijeron al dueño que no había forma de que se identificaran con esa música tan alegre en su empapado pueblo, lo que siguió fue el renacimiento de una forma musical llamada grunge. Melissa Benner señala :

"A principios de los noventa la música pop era aburrida. Debido a ello, la generación X cambió a un sonido más alternativo. Encontraron que este sonido podía ser producido por radios escolares y pequeñas compañías independientes"
(The History of Grunge)

Nirvana fue la primera banda en pasar de la compañía independiente Sub Pop a la Geffen, escucharse en radio y aparecer en MTV. Hacia 1993 los desoladores himnos e imágenes crepusculares de las bandas de Seattle : Soundgarden, Alice in Chains, Stone Temple Pilots, Pearl Jam reemplazaron los videos de pop metal (Warrant, Poison , Slaughter etc.) como la estética dominante en la MTV ; no hubo más maquillaje ni glamour.

En cuanto a vestimenta, los seguidores del grunge acostumbran usar camisas de franela, jeans rasgados, camisetas con los logos de sus grupos favoritos y zapatos confortables, botas o tenis de lona, cualquier zapato que sea cómodo. Prefieren el cabello al natural. Un aspecto importante dentro del grunge es no darle importancia al look, la apariencia no importa, lo que llevas dentro es lo que cuenta. Aunque esta carencia de interés por el aspecto es importante si se desea parecer y ser grunge.

Asimismo, es importante considerar que, para algunos críticos, el grunge no es un subgénero del alternativo, sino un estilo en sí mismo, es una filosofía única en sí misma, además, aun cuando se buscaron bandas con estilos similares, una cosa es cierta : para ser considerado como grunge, se deben tener raíces en Seattle, de otro modo sólo es alternativo.

Es interesante destacar que hacia 1993, la popularidad del grunge en la cultura de masas se extendió de la música a otros campos de la cultura hasta conformar una estética en el arte, la literatura, el performance y la moda. Súbitamente, diseñadores como Marc Jacobs, Anna Sui, Christian Francis Roth, crearon sus propias interpretaciones sobre el atuendo grunge. El grunge se volvió tan popular, que era posible ver fotografías de Elle Mac Pherson usando tatuajes temporales bajo el encabezado "*Get into grunge*" En el arte, se realizó más de una exposición en la que las obras exhibidas valoraban la suciedad del suburbio, olvidándose de nociones como fin, habilidad y seducción estética. Utilizando poca tecnología y materiales de desperdicio como : bolsas de plástico, muebles rotos y objetos y sustancias relacionadas con aspectos corporales como materia en descomposición, desechos médicos, etc. Las referencias al Arte Póvera son obvias, sin embargo, en el arte grunge no hay una transubstanciación que al llevar estos objetos a otro contexto los convierta en arte ; en el grunge, estos objetos son llevados a la galería con toda su banalidad y escatología.

Es cierto que la popularidad del grunge se extendió hasta formar toda una cultura grunge, pero no hay que olvidar que lo que realmente inició todo fue la música. La escena se enfocó en bandas como Nirvana, Soundgarden, Alice in Chains, Stone Temple Pilots y Pearl Jam, especialmente a partir de que los álbums *Nevermind* de Nirvana y *Ten* de Pearl Jam se convirtieron en fenómenos de venta. Sin embargo, el mundo grunge se enfrentó con la realidad a raíz del suicidio de Kurt Cobain, vocalista de Nirvana. Desde su muerte en 1995 el grunge se ha suicidado lentamente, muchas de las bandas son conocidas por las dificultades para trabajar con ellos, de hecho, en la actualidad sólo Pearl Jam continua como banda activa.

El grunge se presenta como un producto de la industria cultural que en su devenir alcanza a los jóvenes de varios países conformando una comunidad transnacional de consumidores que, a partir de estos bienes y bajo las condiciones específicas de sus lugares de origen, reelaboran lo propio teniendo sus propias versiones del grunge o introduciendo elementos de éste en otras expresiones, no sólo musicales, sino también de conceptos o formas de vestir. Se podrían señalar, como los principales rasgos que son tomados del grunge, además de la música, el vestido, la protesta contra el glamour, el carácter de derrota y la suciedad.

Es en este ambiente donde se realiza la producción de Guillotina. Un grupo con aspecto (al menos en sus inicios) y música grunge (los mismos riffs de guitarras con las mismas melodías de la voz), pero con temáticas que no todas son necesariamente grunge, en un país donde el rock no es una gran industria. Aquí el grunge alcanzó gran popularidad, especialmente, en la moda, pues cualquiera se vestía como grunge, aun sin saber que su atuendo era grunge y prácticamente cualquier jovencito conocía a Nirvana; incluso aquellos que entre la amplia gama de su gusto musical incluyen lo mismo al Tri, que a la banda El Recodo.

No hay lo que no quiero tener. Los discos, las canciones.

Al momento, Guillotina ha grabado tres discos: *Guillotina* (Discos Rockotitlán 1994), *Rock Mata Pop* (WEA 1996) y *Mientras el Resto Sigue* (Sum records 1998), los tres producidos por Jack Endino⁷⁷. En ellos es patente la evolución en la música de la banda; cada vez con un sonido más depurado. Lo cual se hace más evidente en el tercer álbum, que presenta un aspecto más melódico, incluso instrumentación con cello en una de las rolas y en general un sonido menos crudo; aunque conservando la esencia de la banda. En lo referente a las letras, escritas por Alejandro y, en su mayoría, por Manuel; denotan sentimientos como: soledad, impotencia, angustia, decepción o desesperanza. Estos rasgos se aprecian en los títulos de las canciones y en el uso abundante de términos y frases negativas y absolutas, como: nunca, nada, no, mentira, todo sigue igual, nacimos muertos, estoy hartó, encuentra la verdad, etc. Las rolas pueden agruparse en las siguientes temáticas:

- a) Personales o existenciales: cuando se destacan los sentimientos del individuo.

⁷⁷ Jack Endino es un productor de Seattle, llamado por varios críticos padre del grunge. En la compañía Sub pop produjo los discos de importantes bandas como Nirvana.

- b) Sociales: donde sobresalen aspectos relativos a las situaciones del entorno social con una actitud negativa bajo la cual se encuentra implícita una toma de conciencia y propuesta de acción.
- c) negación o búsqueda de la verdad: destaca la ambivalencia entre la verdad y el engaño dentro de una especie de falsa verdad.
- d) Rechazo al fanatismo, especialmente, religioso.
- e) Nihilismo: destaca aspectos y situaciones negativas y de desesperanza.

En el siguiente cuadro se muestran las canciones y las temáticas en las cuales se ubica cada una de ellas; vale decir que las canciones pueden abordar más de una, pero se incluyen en la que aparece más dominante. También se indica el álbum al cual pertenecen; pues, aunque estas temáticas son constantes en las letras de las canciones, se puede apreciar un poco menos de pesimismo en las letras de **Mientras el Resto Sigue**. El disco más nihilista es **Rock Mata Pop** y el que maneja una temática más social es **Guillotina**.

Temática	Guillotina	Rock Mata Pop	Mientras el Resto Sigue
Personal o existencial	No se puede ceder. Seguimos haciéndonos daño.	Un minuto de silencio.	Otra vez. Uno más.
Social.	Todo Sigue Igual. Provocando al personal. Demasiado. Entre una multitud. Como ayer.	Cuando queremos creer. Días de paz.	Este país. Mientras el resto sigue. Qué has hecho hoy.
Búsqueda de la verdad.	Nunca. No Importa.	Tantas mentiras.	No es fácil. Tu y todo lo que digas me importa tanto como yo a tí. Huir. Vete
Rechazo al fanatismo	¿En qué creer?	Opulencia.	Entonces.
Nihilista.	Cuando tengas que morir.	No queda nada. No da igual. Cuántos van. Aquí. ¿Por qué pedir perdón? Estoy harto. El tiempo es nuestro.	Ya que. Ridículo. Nacimos muertos.

Todas las rolas describen situaciones en las que aparentemente nada importa o vale la pena. El individuo, sujeto a circunstancias que lo superan, no parece tener nada que hacer. No obstante, son, también, una invitación a un cambio de actitud a partir del reconocimiento de algo negativo; invitación que aparece cada vez menos implícita.

No está lo que no quiero oír. Los fanzines.

Guillotina siempre ha mostrado interés por estar en contacto con la gente que sigue al grupo; por ello han realizado y distribuido cinco números de un fanzine en el que la banda es presentada por ellos mismos. Los textos publicados son escritos por los integrantes del grupo, principalmente por Manuel, El Manco y Enric Rodamilans, manager de la banda. En el fanzine se destacan los siguientes puntos:

1. Datos sobre la historia del grupo y los gustos y disgustos de sus integrantes (sección Datos). Así mismo, las actividades de la banda: giras, venta de artículos, reseñas de conciertos, etc.
2. Puntos de vista de los integrantes del grupo frente a los temas que les interesan; como la Generación X, la paz, la guerra, la ecología, el rock, su estado de ánimo, etc.
3. Fragmentos de correspondencia y dibujos enviados al apartado postal por los fans de Guillotina.
4. Fotografías y dibujos.



Portada de un fanzine

A continuación se reproducen algunos fragmentos de los fanzines en los que se muestran algunos de los puntos arriba citados:

1. Datos sobre la banda:

“-Guillotina se formó a finales de 1992.”

(fanzine no. 1 ago. 94)

“-Nadie sabe porque la banda se llama Guillotina”

(fanzine no. 1 ago. 94)

“- El grupo preferido de Guillotina es Black Sabbath”

(fanzine no. 1 ago. 94)

“- En 1994 Guillotina recorrió un total de 44, 400 Km....”

(fanzine no. 2 dic. 94)

“-Nadie en Guillotina votó por el PAN”

(fanzine no. 2 dic. 94)

“-En dos años y ocho meses que tiene de existir Guillotina, hemos recorrido 16 estados de México y 15 ciudades en otros 4 países”

(fanzine no. 3 nov. 95)

“-Zedillo es un imbécil”

(fanzine no. 3 no. 95)

“En junio pasado nos habían invitado a ‘El calabozo’. Se nos olvidó ir”

(fanzine no. 4 dic. 96)

2. Puntos de vista de la banda:

Keine mariachi im Guillotina

“El rock es rock aquí y en China. El rock chino lo hacen los chinos, el inglés los ingleses y el mexicano los rocanroleros mexicanos, no el mariachi de Tecalitlán. Los que quieran combinar rock con salsa o cumbias háganlo, pero los que no lo hacemos estamos haciendo verdadero rocanrol” (fanzine 1 ago.94)

¿Generación X?

“Nos llaman la generación X. Yo lo tomo como un insulto. No existe tal cosa, únicamente estamos tratando de encontrar de formas distintas lo que realmente somos, a nosotros mismos” (M.S.L. fanzine 5 jun.97)

¿Qué estamos diciendo?

“Si no somos parte de la solución, entonces somos parte del problema. Hay que ver como nuestros enemigos a: el conformismo, la ignorancia, la sumisión de ideas, la hipocresía, etc. Hay que ver más allá de lo que tenemos al alcance de la mano, estirarnos y levantarnos para conseguir lo que queremos, creemos, y pensamos que está bien, y no sentirnos intimidados por los demás” (fanzine 2 dic. 94)

25 - VI - 1995

“Hoy tampoco me arrepiento de nada, pero hay que ser fuerte para que el odio no se convierta en depresión, o que la depresión deje salir el odio y luego tenga uno que arrepentirse. ¿Qué porqué soy diferente en la calle que en el escenario?...”

Porque no se puede ir por la calle pateando perros y estrangulando gente...”
(Manco. fanzine 3 nov. 95)

Es importante señalar que en uno de los fanzines se incluyen las direcciones y teléfonos de organizaciones como: greenpeace México, Amnistía Internacional, World Wide Fund For Nature, UNICEF a las que se pueden unir quienes estén interesados porque como señalan: “Sería estúpido pensar que solos podemos cambiar al mundo; lo que si podemos hacer es cambiar una parte, empezando por lo que tenemos a nuestro alrededor, contagiando a los demás y así no ser nosotros solos sino mucha gente más.” (fanzine 3 nov. 95) Estos artículos evidencian uno de los principales intereses de Guillotina: que el individuo busque el cambio. Como se aprecia en el texto “¿Qué estamos diciendo?” opuesto a los tintes nihilistas de las letras de las rolas.

3. Correspondencia de los fans:

“... les agradezco la oportunidad de poder expresarles lo que una piensa de la banda, les confieso que creía que eran unos fresas engreídos y pedantes, que sólo hacían música por pasar un buen rato y ligar chavas o bien por no tener otra cosa que hacer por ser hijos de ricos...” (Erika Carmona. Fanzine 4 nov. 96)

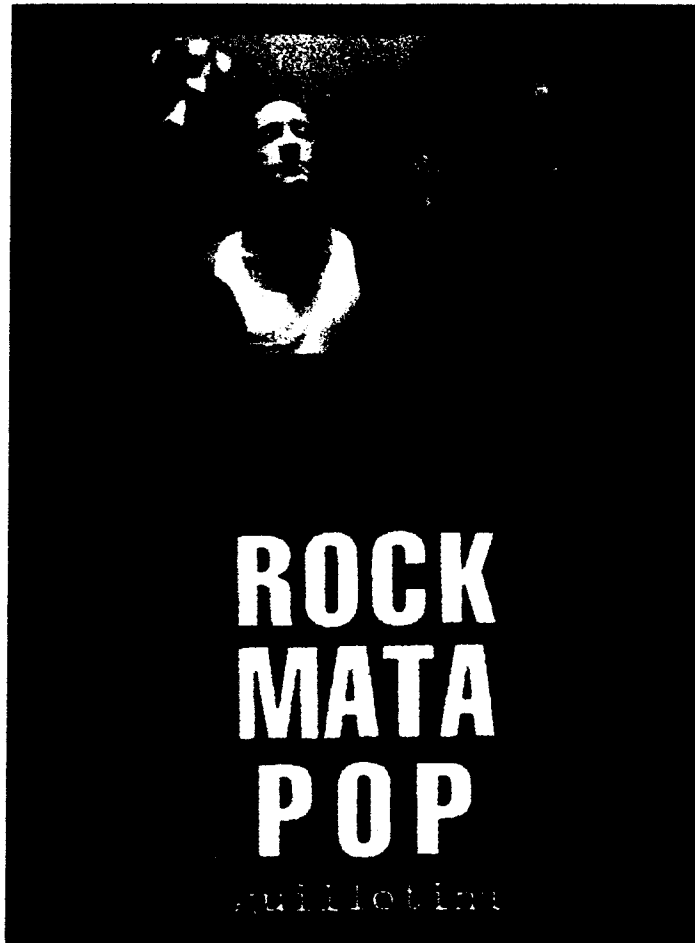
“Por fin encuentro alguien además de mí, que se preocupa por algo más que por simplemente, tener el mejor puesto en la sociedad” (Marta Sanz. Fanzine 4 nov. 96)

Aquí no hay nada. Videos y objetos.

Guillotina ha grabado, hasta el momento, cinco videos: “Todo sigue igual” del primer álbum, “Aquí” y “No da igual” de **Rock Mata Pop** y “Otra vez” y “Uno más” de **Mientras el Resto Sigue**. De éstos se puede señalar el predominio de las imágenes en blanco y negro o con muy poco color; no necesariamente relacionadas con las letras de las rolas. Ha llamado especialmente la atención “No da igual” pues su propuesta es ser un video que se escuche y no se vea, aunque en realidad es un video que se lee. El grupo aparece tocando, pero no se puede ver completamente ya que unas bocinas obstruyen la visión y, lo más importante, la pantalla del televisor es recorrida por un cintillo con un texto que indica lo que ocurre con los videos musicales, es decir, que en lugar de oír se ve y la música pasa a segundo término; por otra parte, señala que la música de Guillotina no es ni grunge, ni hip hop, ni... sino simplemente rock. Este ejercicio de lectura no permite concentrar la atención ni en las imágenes ni en la música.

El grupo también produce camisetas, gorras, bermudas y calcomanías. Todos estos objetos llevan el logotipo del grupo. Los diseños en las camisetas varían; algunas llevan la leyenda “Rock mata pop” o tienen a los integrantes del grupo en caricatura, el logotipo de

la banda, es frecuente que el diseño se relacione con algunos de los elementos de las portadas de los discos; lo mismo se aplica para las calcomanías.



Postal y calcomanía promocionales

No está lo que no quiero ya ver. Los músicos que vemos.

Guillotina es un grupo de rock mexicano; formado por Manuel Suárez en la guitarra y voz, Alejandro Charpenell en la batería, Manco en el bajo y Aram Hernández en la guitarra. La historia registrada de la banda, señala a Signos Vitales, como origen de Guillotina. Este grupo fue formado hacia 1987 y en él participaban Manuel, Alejandro y El Manco. Signos Vitales logró grabar un EP de cuatro canciones; sin embargo, comenzaron a hacer música más agresiva, el vocalista, Bernardo Ibarra, se fue y el resto de los integrantes decidieron terminar con este grupo para formar uno nuevo. En noviembre de 1992 nace Guillotina, con la adhesión de otro guitarrista: Jorge Vilchis.

En febrero de 1993 comienzan las primeras presentaciones en diferentes lugares del Distrito Federal. En agosto ya habían firmado contrato con Discos Rockotitlán y graban su primer disco: **Guillotina** bajo la producción de Jack Endino (quien produce todos los discos que el grupo ha grabado hasta ahora). Esta grabación les permite realizar una gira por el país y Estados Unidos, España, Suiza y Holanda.

En 1996 graban su segundo disco **Rock Mata Pop** para Warner Music. Luego de la grabación de este disco Jorge deja la banda y su lugar es ocupado por Aram. Como parte de la gira de este disco, la banda realiza conciertos en varias ciudades del país y participa por segunda vez en el festival "South by South West" en Austin, Texas. Además son el grupo abridor de Def Leppard en el Palacio de los Deportes.

En 1998 graban su tercer disco **Mientras el Resto Sigue** coproducido por el propio grupo y Jack Endino. La gira de este disco inició con la presentación oficial en el Hard Rock Live y continua (al momento de redactar este trabajo, octubre de 1999, la gira de este disco continuaba) en las principales plazas del país, así como participando en festivales importantes como "Vive Latino" con lo mejor del rock mexicano, español y sudamericano.

En 1995 el promedio de edad del grupo era de 23 años. A ninguno de ellos le gusta el rap. Nadie es priísta y tampoco votan por el PAN. Su grupo favorito es Black Sabbath. Para todos Guillotina es su principal ocupación, es su trabajo y lo que les gusta hacer. Sin embargo, tienen otras actividades; Manuel es egresado de la licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública de la UNAM. Ha participado en una asociación civil llamada Serpientes sobre ruedas, que entre sus actividades ayuda a los indígenas de Chiapas. Le gusta leer, jugar al boliche, ir al cine, sus actividades, dice, son como las de cualquier joven entre 20 y 30 años. Fue católico hasta los 12 años y aunque no lo confiesa tiene 26 años. Podría decirse que es el líder de la banda.

Alejandro está dedicado a Guillotina de tiempo completo. Colabora con los miembros del staff de la banda. Además da clases de batería y se dedicó a coordinar los palomazos de los músicos en un antro llamado La Iguana Azul. Tiene 27 años le gusta el fútbol, su equipo favorito es el Cruz Azul y es el más involucrado con las actividades de la banda.

El Manco dice que nadie sabe su nombre. Sólo su mamá, el cura que lo bautizó y las personas que reciben su tarjeta de crédito cuando paga una cuenta. Pero en realidad su nombre lo saben muchas más personas. Al igual que Manuel formó parte de Serpientes sobre Ruedas. Colabora con una caravana que apoya el movimiento zapatista en Chiapas. Es pintor y ha realizado varias exposiciones; también colaboró haciendo dibujos para la sección Metropolirock del Excélsior.

Aram es el único de los integrantes de la banda que no está con ellos desde que se formó Guillotina. Estudiaba en la Escuela Superior de Música, pero la abandonó por considerar que podía aprender más y mejor por su cuenta. Práctica el full contact y forma parte de un grupo llamado PGR. Tiene 21 años y es el menos involucrado en las actividades de la banda, situación que ha ido cambiando paulatinamente.

En cuanto a la imagen del grupo, ésta no aparece como prefabricada. Sin maquillajes, ni peinados, ni ropa especial, lo mismo que utilizan para cualquier día es lo que visten en las tocadás. Es importante señalar que en sus primeras presentaciones la imagen de Guillotina fue novedosa. Manuel fue de los primeros vocalistas del rock nacional en usar bermudas y El Manco de los primeros en llevar pantalones rotos con un

pants debajo. Además utilizaban camisas de franela atadas a la cintura; esto aunado a la música fue motivo de la identificación de la banda con el grunge.

La imagen no ha variado esencialmente; Manuel continúa usando bermudas, camiseta y tenis; pero ya no lleva una franela en la cintura y su cabello largo fue cambiado por la cabeza afeitada. Alejandro continúa llevando pantalones, botas o tenis, camiseta. Manco pantalones, ya sin hoyos y sin pants, con camisetas, generalmente viste de negro; y en el escenario, lleva shorts y se quita la camiseta. Aram pantalón, camiseta y zapatos. Con excepción de Manuel, el resto tienen el cabello largo. El body piercing es parte importante del look del Manco, quien lleva varios aretes en las orejas y uno en la nariz. Manuel acostumbraba llevar un arete en la ceja y uno más en el pezón, pero ya no los usa; además es el único que tiene un tatuaje en el brazo. Aram lleva un arete en la ceja y Alejandro no muestra ni tatuajes ni piercing.

Un aspecto más conforma la imagen que Guillotina muestra ante la audiencia: la actitud de sus integrantes ante los medios y frente a los fans dentro y fuera del escenario. Guillotina ha tratado de presentarse siempre como un grupo honesto, accesible, franco e interesado por colaborar con diversas causas sociales y altruistas. Actitud que no siempre es recibida con agrado. Sobre estos aspectos se abundara más adelante.



Guillotina 1994

Del grunge y otros bienes.

Hasta este momento se han descrito los bienes producidos por Guillotina, poniendo especial énfasis en las temáticas de las rolas. Sin embargo, para comprender el proceso que se pretende estudiar, lo primero es tratar de entender lo qué son los bienes, buscar una definición o definiciones que ayuden a explicar lo que sucede con ellos en todo el proceso de consumo.

Para Mary Douglas y Baron Isherwood, quienes son pioneros en el estudio antropológico del consumo, “los bienes de consumo son al mismo tiempo el componente material e inmaterial, por así decirlo, de un sistema de información cuya preocupación principal es verificar su propio desempeño”(1990 :88) Douglas e Isherwood consideran los bienes como mercancías que satisfacen necesidades reales de consumo, necesarios para la subsistencia, pero también para hacer visibles y establecer las categorías de una cultura, los bienes son, dicen, la parte visible de una cultura : “están ordenados en panoramas y jerarquías que ponen en juego toda la escala de discriminaciones de la que es capaz la inteligencia humana . Los panoramas no son estables ni responden a una disposición casual, como si se tratara de un caleidoscopio. En última instancia, sus estructuras están ancladas en los propósitos sociales del ser humano”(1990:81) De aquí se desprende que *todas las mercancías portan significado, aunque ninguna por sí misma*. El significado radica en las relaciones entre todos los bienes.

Las mercancías (los bienes) son dotados de un valor, el cual les es acordado entre los consumidores. Cada persona es fuente de juicios y está, al mismo tiempo, sujeta a los juicios de los demás, los sujetos están inmersos en un sistema de clasificaciones cuyas discriminaciones contribuyen a establecer.

En términos de acceso a la información, Douglas e Isherwood sostienen que :

“Quienes están en capacidad de controlar ese acceso actúan de manera racional sólo si persiguen una ventaja monopólica. Su estrategia racional les permitirá entonces levantar barreras contra las irrupciones, consolidar su control sobre las oportunidades y utilizar técnicas de exclusión.”(1990 :105)

Los bienes o mercancías simbólicas, a decir de estos autores, aparecen como formas neutras cuyas posibles significaciones se les atribuyen en el consumo. Sin embargo, no parece justo para los productores, especialmente para aquellos que producen bienes que caen en el rango de lo artístico, ahí donde operan los derechos de autor. Por ello es necesario complementar la anterior propuesta con la de John Thompson, quien sí deja abierta la posibilidad a una relación con los productores.

Para John Thompson, los fenómenos culturales son considerados como formas simbólicas en contextos estructurados. Para ser analizadas, dice, deben considerarse cinco aspectos :

1. Aspecto intencional : “las formas simbólicas son expresiones de un sujeto y para un sujeto (o sujetos). Es decir, las formas simbólicas son producidas, construidas o empleadas por un sujeto que al producirlas, persigue ciertos objetivos o propósitos y busca expresar por sí mismo lo que quiere decir o se propone, con o mediante las formas así producidas. El sujeto productor también busca expresarse para un sujeto o sujetos quienes, al recibir o

interpretar la forma simbólica, la perciben como la expresión de un sujeto, como un mensaje que se debe comprender.”(1990 : 152)

El significado de una forma simbólica, es un fenómeno complejo que depende y es determinado por varios factores ; lo que el sujeto productor se propuso o quiso decir es sólo uno de ellos, bajo ciertas circunstancias es crucial, pero no es ni el único, ni el más importante.

2. Aspecto convencional : “La producción, construcción o empleo de las formas simbólicas, así como su interpretación por parte de los sujetos que las reciben, son procesos que implican típicamente la aplicación de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos”(1990 :154)

Estas reglas son gramaticales, estilísticas, expresivas, etc. son aquéllas que vinculan las señales particulares con letras, palabras o estados de cosas con las convenciones que rigen la acción e interacción de los individuos que buscan expresarse o interpretar las expresiones de los demás. Constituyen un conocimiento tácito social, empleado en la vida diaria, además, está abierto a la sanción y corrección de los demás. Estas reglas no son las mismas para la producción y la recepción, las primeras son de codificación y las segundas de decodificación, aunque no necesariamente coinciden o coexisten, ya que una forma simbólica puede ser interpretada con reglas distintas a las de su codificación.

3. Aspecto estructural : “las formas simbólicas son construcciones que presentan una estructura articulada... en el sentido de que típicamente se componen de elementos que guardan entre sí determinadas relaciones”(1990 :156)

Tales elementos y sus interrelaciones comprenden una estructura que *se puede analizar de manera formal*. Aquí, Thompson distingue entre la estructura de una forma simbólica y el sistema, que es representado en formas simbólicas particulares.

4. Aspecto referencial : “las formas simbólicas son construcciones que típicamente representan algo, se refieren a algo, dicen algo acerca de algo”(1990 :158).

Es decir, El aspecto referencial indica que las figuras y expresiones adquieren su especificidad referencial de diferentes maneras, en una aplicación, figura o expresión particular se refiere a un objeto u objetos, individuo o individuos, situación o situaciones específicos.

5. Aspecto contextual : “las formas simbólicas se encierran siempre en contextos y procesos específicos dentro de los cuales, y por medio de los cuales se producen y reciben”(1990 :160).

Lo que son las formas simbólicas, la forma en que se producen, difunden y reciben en el mundo social, el sentido y el valor que tienen para quienes las reciben, dependen, de una u otra forma, de los contextos e instituciones que las generan, mediatizan y sostienen.

Al analizar ambas propuestas, nos damos cuenta que coinciden en lo referente a los aspectos convencional, referencial y contextual, pero Douglas e Isherwood parecen restar importancia o dejar de lado aspectos tan importantes como el intencional y el estructural. Me parece que las mercancías o bienes, producidos por Guillotina pueden ser analizados como formas simbólicas; pues en los bienes, en los cuales si aparece una intencionalidad,

incluso aquéllos que se encuentran insertos en la industria cultural, pueden ser analizados considerando estos aspectos ; especialmente si se trata de bienes donde existe derecho de autor.

Ese es precisamente el trabajo a realizar en este y los siguientes capítulos, cuando hablo de circulación, producción, consumo, en realidad estoy buscando las referencias, contextos, intenciones que operan e influyen cuando Guillotina produce un álbum, se presenta en algún lugar y una audiencia los escucha y se apropia de estos bienes, mensajes o mercancías.

En el caso de los bienes artísticos, como lo es la música, es importante destacar las características que el bien tiene en sí mismo, pues de ellas depende, en buena medida, su valoración. Las formas simbólicas -la música de Guillotina- se ubican en un contexto social específico, en el cual son objeto de procesos de una valoración de dos tipos:

- a) Valoración simbólica: es el valor que se da a los objetos de acuerdo a la forma en que son estimados, elogiados o denunciados, apreciados o despreciados por los individuos que los producen y reciben.
- b) Valoración económica: es el valor que es asignado a una forma simbólica y por el cual puede ser intercambiada en un mercado.

Las dos formas de valoración pueden generar conflicto, ya que un mismo bien puede ser elogiado por unos y despreciado por otros (conflicto de evaluación simbólica) y algunas evaluaciones tienen más peso que otras, dependiendo desde la cual se externan o imponen. Desde el punto de vista económico opera la disposición para pagar más que otros a fin de adquirir o controlar los bienes simbólicos. En los campos de producción e intercambio, el valor simbólico se relaciona inversamente con el valor económico: cuanto menos comercial más valioso.

Los individuos que participan de la producción y recepción de las formas simbólicas son conscientes de ello, por lo cual generan estrategias para orientar el aumento o reducción del valor simbólico o económico en una valoración cruzada: usan el valor simbólico como medio para aumentar o disminuir el valor económico y viceversa (Thompson;1990:173) Con la introducción de la lógica de la industria en la cultura, la producción en serie propicia la identificación de la obra con el sistema social; la producción de cosas y la de necesidades se unen de tal forma que son uno. La lógica de la mercancía predomina, la industria cultural hace de la producción de bienes producción de mercancías; que es justamente la forma en que se producen los discos de Guillotina.

Las mercancías, es decir, los bienes también forman parte del capital cultural en disputa entre las personas que conforman los diversos campos culturales. El concepto de campo cultural, desarrollado por Pierre Bourdieu, permite apreciar los bienes bajo la perspectiva del juego de poder dentro de las distintas sociedades y grupos.

Un campo cultural es un sistema de relaciones que determina las condiciones específicas de producción y circulación de sus productos. La vida social se reproduce en campos, políticos, económicos, artísticos, etc. estos operan de forma independiente. La sociedad y la confrontación de las clases es el resultado de la forma en que se articulan y combinan las luchas por la legitimidad y el poder en cada uno de los campos. Bourdieu señala que:

“los campos se presentan para la aprehensión sincrónica como espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes (en parte determinados por ellas)” (1984:135)

Pese a la variedad que implican las características nacionales y particulares de cada campo, poseen propiedades generales; a saber:

a) capital común: a lo largo de su historia en campo acumula un capital (conocimiento, habilidades, creencias, reglas, etc.) el capital tiene valor dentro de los límites del campo determinado y únicamente bajo ciertas condiciones puede convertirse en otra especie de capital.

b) lucha por la posesión del capital en la cual actúan dos posiciones: la de los recién llegados, que aspiran al capital y la de quienes dominan y tratan de defender su monopolio excluyendo la competencia.

Para que un campo funcione, dice Bourdieu, es necesario que haya algo en juego y gente, dispuesta a jugar; indica que:

“la estructura del campo es un estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha o, ... de la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores” (1984:136)

Esta estructura siempre se encuentra en juego y las luchas que ocurren al interior del campo ponen en acción el monopolio de la violencia legítima, que corresponde al campo específico. Quienes monopolizan el capital específico (donde se fundamenta el poder o autoridad dentro del campo) utilizan estrategias de conservación, como la ortodoxia, quienes disponen de menor capital, prefieren la subversión.

Es importante destacar que detrás de los antagonismos se encuentra un acuerdo tácito sobre lo que se considera valioso y por lo cual vale la pena luchar, que la lucha reproduce el juego y que en cada acto de éste, está presente su historia, de ahí el conocimiento práctico exigido a los recién llegados.

Si bien es cierto que los campos operan de forma independiente, también lo es que su autonomía nunca es total. Para Bourdieu, es necesario analizar cómo la estructura de los campos se vincula con la sociedad global, pues existe una homología entre cada campo cultural y el campo de la lucha de clases, esta correspondencia es la que permite a los sistemas clasificatorios y las construcciones intelectuales del campo aparecer como apropiadas a las estructuras sociales.

¿Qué hay que podamos resolver? Las múltiples significaciones.

De lo dicho hasta ahora se desprende la relevancia de los aspectos sociales que determinarán la significación, apropiación y usos que los bienes tienen una vez que son producidos. Pero también es necesario destacar sus rasgos estructurales. Para ello recurro a conceptos desarrolladas por la semiótica.

Conceptos como signo, señal, texto, bien (que en este trabajo es Guillotina y lo que produce) a menudo son definidos como polisémicos y de hecho lo son. Pero esto no significa que haya una arbitrariedad en la significación. Douglas e Isherwood señalan que “todas las mercancías portan significado, pero ninguna por sí misma”, es cierto que la significación es dada por los sujetos, pero a partir de lo que el texto tiene en sí mismo.

Para aclarar este punto recurro a la semiótica del texto artístico desarrollada por Jenaro Talens; quien en principio retoma el concepto de sobredeterminación de Althusser; para quien la realidad puede enfocarse como un conjunto de contradicciones una de las cuales es dominante. A pesar de la multiplicidad y complejidad de la que aparece, la realidad forma una unidad estructurada que implica la relación dominación-subordinación señalada en las contradicciones. Todos los elementos que conforman esa unidad son necesarios para explicarla, sin embargo, hay jerarquías que permiten, dando cuenta de los recursos que forman un texto, definirlo como artístico, como lo es la música, es decir como una estructura articulada a dominante artística. (cit. por Talens; 1987a:22) Esto significa que el punto de vista, la dominante de la estructura desde la cual se habla, analiza o considera el texto, es un principio ordenador o gesto semántico del texto mismo; a partir del cual se hará la lectura de éste; que puede ser sociológica, antropológica, semiótica, artística, etc. y todas producen sentido a partir de los datos incluidos en el texto.

Para Jenaro Talens, en el caso de objetos artísticos, la estética no es sólo una lectura más que coexista con las otras, sino que es ésta la que impone desde el texto, la manera en que las demás lecturas deben hacerse, ya que la dominante estética “consiste en una forma específica de organizar los elementos diversos y el valor de todos ellos depende del que le otorga su posición dentro de esa estructura que la dominante estética articula” (1987a:22)

Así, para Talens la lectura de un texto artístico consiste en la producción de sentido a partir de una estructura articulada a dominante estética. De lo cual se desprende que, más que polivalencia, existe una restricción semántica inherente al signo artístico en cuanto tal. Las palabras o elementos elegidos para formar parte del texto -en el caso de Guillotina las palabras y los sonidos elegidos para hacer la canción- posibilitan la existencia de una estructura de determinación que nos obliga a leer de una manera y en una dirección definida. Esto no significa que el texto sea monosémico; lo que se intenta es destacar la sobredeterminación semántica y no la polisemia del texto.

La dominante desde la cual es apreciado puede variar, pero el texto no, es decir, el texto es susceptible de varias interpretaciones, pero no arbitrariamente. Esto tampoco debe ser entendido como la supremacía del objeto, ya que la función estética no es una cualidad del objeto, sino una cualidad que el objeto cumple desde un punto de vista cuyos límites son marcados socialmente.

El texto debe ser entendido como sistema comunicativo, es decir, contiene y transmite información a través de una estructura formalizada como discurso, mensaje, signo, imagen, sonido, etc. El texto es una construcción compleja de un sentido en el que todos los elementos en juego son elementos de sentido (Talens; 1987a:42).

El texto es, también, realización material de un sistema, un conjunto de signos con organización interna que lo convierten, a nivel sintagmático en un todo estructural. Se opone a todos los signos del sistema materialmente disponibles que no forman parte de su conjunto (inclusión/no inclusión). Se opone también a las estructuras con una delimitación no distinguida.

Un texto se torna significativo gracias a sus relaciones extratextuales, a códigos elaborados históricamente. La producción de sentido es a la vez comunicativa y significante. Umberto Eco en su *Tratado de semiótica general* señala:

“un proceso de comunicación sólo se realiza cuando existe un código (sistema de significación que reúne entidades presentes y ausentes). Para la realización de la significación se necesita que el código establezca una correspondencia entre lo que representa y lo representado, de modo que todo proceso comunicativo presupone necesariamente un sistema de comunicación”(1977:35).

La música, como expresión estética, contiene este doble carácter comunicativo y significativo.

A partir de estas ideas es posible considerar el análisis del aspecto estructural de las formas simbólicas, que en el presente estudio serán tres canciones de Guillotina: “Nunca”, “Aquí” y “Mientras el Resto Sigue”.

No espero nada. Análisis estructural de las rolas

Se eligió una canción de cada disco, pues esto permite ver la evolución en el tratamiento de los temas y destacar las constantes. Se dejaron de lado sencillos que fueron difundidos por los medios electrónicos y rolas donde la evolución musical del grupo es más evidente; pues en este trabajo se enfatizan las temáticas descritas en las letras de Guillotina. En las tres canciones elegidas se encuentra la constante más fuerte en las letras de la banda. Las tres fueron escritas por Manuel, quien escribe la mayoría de las canciones del grupo. Otro factor que determinó la selección fue la preferencia de la audiencia y la popularidad de las canciones. Aunque este apartado se enfoca en la estructura de los bienes o formas simbólicas, el interés general del trabajo se centra en la relación de éstos con los sujetos que los usan. “Nunca” se eligió por ser una de las rolas preferidas por los más asiduos y antiguos fans de la banda. “Aquí”, por ser una de las rolas más populares de Guillotina, y “Mientras el resto sigue” porque, sin ser la canción más popular del disco del mismo nombre, si es de las más gustadas entre los nuevos fans de la banda.

Nunca.

- A- Ella no está más en la verdad,
- B- se fugó a otro lugar.
- C- No quiso salir a la realidad,
- D- ella no quiere estar aquí.
- E- Y no quiere salir.
- F- No se ha querido ir.
- G- Ella no encontró nada bueno aquí.
- H- ¿Regresar? Nunca más.
- I- Y buscar una realidad que no,
- J- nadie puede explicar.
- K- Ella en un altar de su mundo irreal,

L- donde no hay nadie más.

M-Para qué olvidar la soledad si ahí está la verdad.

a) composición y estructura.

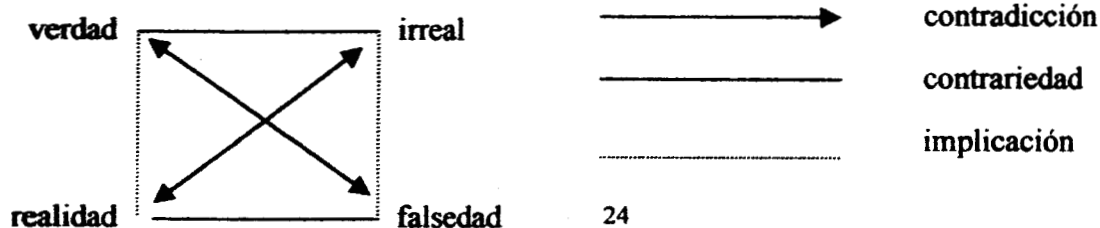
Paradigamáticamente, existen las unidades de repetición verdad y realidad; las de equivalencia irreal y soledad; las de semejanza/no semejanza verdad-mentira y salir-estar. Se trata de una construcción frástica, es decir, el principio y fin del discurso se encuentran dentro del propio texto, no es una estructura abierta. En cuanto a las capas jerárquicas del texto o niveles de sentido se pueden señalar las siguientes características:

1. Fónica: Hay rima asonante en (a) en los versos A y C y asonante en (i) en los versos D,E, F,G. El resto del texto no presenta rima.
2. Morfosintáctica: utiliza el pronombre personal Ella y los indeterminados nadie y nada. Así mismo, el adverbio nunca, cuyo contenido semántico es determinante. Destaca el uso de verbo elíptico en B,C,E,F,H,Y,L,M. y los infinitivos salir, ir, regresar, buscar y olvidar, que remiten a un sujeto elíptico.
3. Léxica: Es generalizado el uso de términos del grupo semántico referido a la negación: no, nunca, nadie, nada. Y términos referidos a valores positivos: verdad, realidad, bueno y sus opuestos irreal y soledad.
4. Temática: La canción tiene una anécdota bien definida contada por una voz fuera del discurso; el cual puede dividirse en tres fragmentos:
 - a) De A a F se describe la situación de la protagonista; una mujer que vive fuera de la realidad a la cual no quiere volver.
 - b) De G a J describe el espacio del cual se escapó, es decir, la realidad como negativa, que es a la vez motivo y explicación de su rechazo.
 - c) De K a M se retoma la situación de la protagonista, pero descrita como soledad confortable por ser la verdad.

b) semántica intratextual

Conociendo estos elementos es posible describir la semántica intratextual del discurso.

1. Variables de un invariante del texto: irreal y soledad son utilizados como elementos variables de verdad y realidad que son invariantes del texto y resultan significativos en relación al resto de elementos del grupo semántico que no fueron seleccionados, como mentira y falsedad.
2. Las repeticiones usadas con mayor grado de equivalencia: verdad-realidad-aquí e irreal-soledad que por oposición o desemejanza, implícitamente remiten a falsedad-irreal-alienación y al reconocimiento de dos verdades: la de la realidad, que es falsa y una segunda verdad personal, que es la verdadera.
3. Superposición de parejas semánticas equivalentes y oposiciones fundamentales: se encuentran en las siguientes relaciones:



4. Semantización de las construcciones sintácticas: destaca principalmente el uso de los pronombres indeterminados *nada* y *nadie* y el del adverbio *nunca* que remiten a la negación del sujeto, del lugar y del objeto como afirmación de la integridad de la persona. En relación con otros textos de Guillotina, ésta es una de las constantes semánticas: puede decirse que los rasgos de nihilismo destacan, como forma de ambivalencia entre la verdad y el engaño. En este caso presentado a través de una situación de soledad y alienación de una chava, es importante destacar el género.
5. Relación del lenguaje poético y musical: de los seis minutos y cinco segundos que dura "Nunca", más de la mitad no lleva voz. Los fragmentos cantados son tres estrofas (no aparecen marcados en la letra) que corresponden con la división temática señalada en el inciso 4 de los niveles jerárquicos del texto y en las cuales se encuentra la melodía de la canción. El coro se canta con los versos E y F y se repite al final de cada estrofa; de éste destaca el desgarramiento de la voz en la última sílaba de los versos que en ambos casos es *ir*. Al principio y al final de la canción hay dos bloques de música, así como uno más antes de la última estrofa, el cual se utiliza para introducir el solo de guitarra característico de las canciones de rock.

Aquí

1No hay
 2lo que no quiero tener,
 3lo que no quiero saber, A
 4si no lo quiero en mi.

1No está
 2lo que no quiero oír,
 3lo que no quiero sentir, B
 4si no lo quiero aquí.

1Aquí no hay nada C

1No está
 2lo que no quiero ya ver,
 3si nunca voy a volver, D
 4no tengo porqué mentir.

1¿Qué hay
 2que podamos resolver?
 3No queda nada que hacer, E
 4mejor me iré ya de aquí.

1Aquí no hay nada F

- 1 No espero nada.
- 2 No tengo nada que esperar.
- 3 No doy nada. G
- 4 No tengo nada que dar.

a) composición y estructura.

Los niveles de sentido del discurso presentan la siguiente estructura:

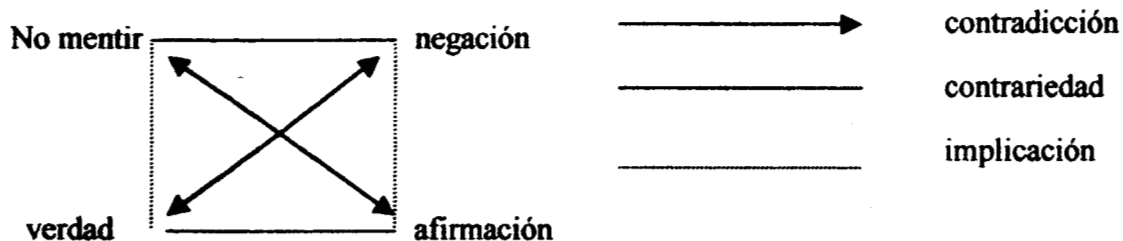
1. Fónica: hay rima consonante en los versos 2 y 3, con excepción de la última estrofa que rima 1, 3 y 2, 4. Palabras cortas: en su mayoría monosilábicas o bisílabas, existen únicamente tres trisílabos.
2. Morfosintáctica: El sujeto es elíptico y por referencia del verbo, también elíptico es el pronombre personal singular yo. La única conjugación en plural es podamos, que en realidad es manejado como un yo colectivo. Abundan los verbos infinitivos usados como sustantivos y adjetivos.
3. Léxica: destacan los términos que remiten a los grupos semánticos de negación: no, nada; de posesión: querer, tener; y sensorial: oír, sentir, ver. Así mismo, el adverbio Aquí, que indica el lugar y momento de la situación.
4. Temática: la canción refleja un estado de ánimo en un momento determinado que es el presente explícito en el título de la canción. Se pueden señalar los siguientes fragmentos:
 - a) estrofa A: hay ante todo una negación de lo que el sujeto no tiene, sabe y quiere.
 - b) estrofas B y D: se continúa con una negación de lo sensorial.
 - c) estrofas o versos C y F: la negación de lo que rodea al individuo, en el verso C, que se repite como F.
 - d) estrofa D: se maneja la justificación de lo señalado como verdadero.
 - e) estrofa E: hay un cuestionamiento sobre la situación vivida de la cual se infiere una respuesta negativa.
 - f) estrofa G: resume toda la intención del texto: no hay esperanza, no se puede dar ni hacer nada; la negación absoluta.

b) semántica intratextual

A partir de estos elementos es posible señalar algunos rasgos de la semántica intratextual; a saber:

1. División del texto en niveles y grupos de acuerdo a los segmentos sintagmáticos: el discurso se divide en cinco estrofas de cuatro versos, además, hay dos versos sueltos que dividen el texto en dos estrofas de cuatro y un solo y una última estrofa final. Los versos son heptasílabos, con excepción de la última estrofa que combina el metro de los versos, y los solos. La última estrofa sirve como coro.
2. Variables de un invariante del texto: nada y no son utilizados como variables de la negación; significativos más que en relación a los términos del grupo semántico no elegidos a su propia carga semántica, pues se trata de términos absolutos.
3. Las repeticiones usadas con mayor grado de equivalencia son: aquí-nada-no; estas negaciones se asocian con verbos de los grupos semánticos de posesión y sensorial señalados el nivel de sentido léxico (supra).

4. Superposición de parejas semánticas equivalentes y oposiciones fundamentales: se encuentran en las siguientes relaciones:



5. Semantización de las construcciones sintácticas: resalta el uso de un sujeto y verbos elípticos que remiten a un yo y a cuestionamientos que implícitamente se responden negativamente. El empleo de palabras cortas es significativo en tanto las palabras más largas son las únicas que no remiten a conceptos nihilistas: esperar, resolver, podamos. Hay una negación de la esperanza y de los sentidos a partir del uso de verbos, es decir, de la negación de la acción. Igualmente significativo es el adverbio de lugar aquí, que sitúa la acción o estado de ánimo descrito en presente, en el aquí, es decir, ahora.

6. Relación del lenguaje poético y musical: la canción tiene una introducción que comienza lentamente con el bajo y la guitarra, a los que se suma apenas unos segundos después la batería y subir el ritmo en la melodía de las estrofas A,B,D,E que es la misma para las cuatro; que además se corresponden con los fragmentos temáticos señalados en el inciso cuatro de los niveles de sentido; éstas forman parte de lo que sería la primera parte de la canción; donde se ubica el estado de ánimo descrito por la canción. Las estrofas A,B son separadas de D,E por los versos solos C,F, que tienen una melodía distinta. La estrofa G inicia la segunda parte de la canción, tiene una melodía distinta a las anteriores, opera como coro y también su base rítmica es distinta a la previa; temáticamente es la conclusión del texto. Después se repiten las estrofas F,G y la G, para introducir el solo de guitarra, cerrar con el coro y finalizar lentamente como al inicio, con la guitarra, el bajo y la batería. Resalta la voz que une la última palabra de un verso con la primera del siguiente cuando es el adverbio aquí, de modo que es muy sutil la separación de éstos.

Mientras el resto sigue

- 1 Sin hablar, sin mentir
- 2 busca otro camino.
- 3 Sin pensar, sin fingir
- 4 busca otro destino.

A

1Estás cansado ya estás harto
2de fingirlo todo.
3Estás vencido, derrotado B
4no eres tú.

1Mientras el resto sigue
2detente a pensar.
3Mientras el resto sigue C
4encuentra la verdad.

1Nada para, todo cambia,
2tienes que cambiar.
3Nada es fácil, todo cuesta, D
4nos tenemos que arriesgar.

a) composición y estructura

Las capas jerárquicos del texto más sobresalientes son las siguientes:

1. Fónica: hay rima consonante en los versos 1,3 y 2, 4 de la estrofa A y asonante en los versos 1,3 de las estrofas B y C. Destaca el empleo de fonemas sibilantes^{***}.
2. Morfosintáctica: el discurso maneja sujeto elíptico y verbos en presente e imperativo. Una voz fuera del texto habla y describe a un tu. Emplea el pronombre indefinido nada. En la construcción de los tres primeros cuartetos la puntuación es paralela. Aunque hay repetición de palabras al inicio de los versos, sólo hay anáfora en 1,3 de la primera estrofa. Así mismo, el empleo de sinónimos.
3. Léxica: sobresale la sinonimia de algunos términos; a saber: mentir-fingir, vencido-derrotado, camino-destino. Además de usar como equivalentes cambiar-arriesgar, cansado-harto. Y asociar pensar con verdad.
4. Temática: El texto plantea una especie de exhortación al individuo para que busque el cambio en cada una de las estrofas:
 - a) estrofa A: exhorta al individuo a que , desde una posición de sinceridad, busque el cambio
 - b) estrofa B: descripción emocional del individuo hacia el cual el sujeto hablante se dirige: derrotado, vencido, distinto a quien es.
 - c) estrofa C: pide al sujeto buscar la verdad, que es al mismo tiempo no hacer lo que hacen los demás, un poco ser un disidente.
 - d) estrofa D: describe el cambio como arriesgado, difícil, pero factible.

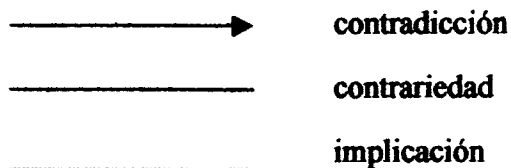
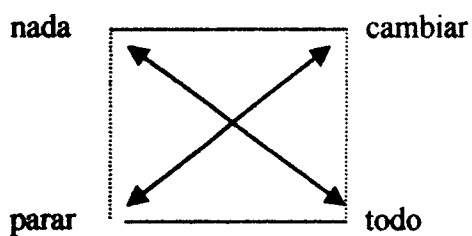
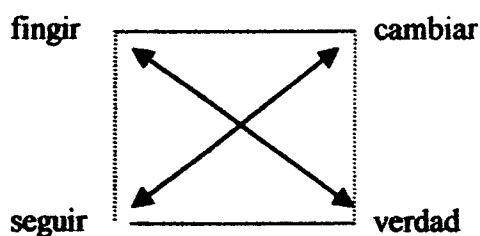
b) Semántica intratextual

Conociendo estos elementos se pueden hacer algunas precisiones sobre la semántica intratextual:

1. División del texto en niveles y grupos: el discurso se divide en cuatro cuartetos con métrica variable en los versos. El C funciona como coro de la canción.

^{***} Fonema sibilante es aquel que silba o suena a manera de silbo, como la s o z.

2. Variables de un invariante del texto: las variables elegidas son mentir, correspondiente al invariante fingir; destino, correspondiente a camino; y vencido, correspondiente a derrotado. Significativas al no elegir a otros términos de los grupos semánticos correspondientes; a saber: engañar, embaucar o burlar, en el caso de mentir; sino, dirección o fortuna, para destino; y fracasado, rendido o abatido, para vencido.
3. Las repeticiones usadas con mayor grado de equivalencia: son los sinónimos señalados en el inciso tres de las capas jerárquicas, especialmente la equivalencia pensar-verdad y los opuestos parar-seguir-cambiar y nada-todo
4. Superposición de parejas semánticas equivalentes y oposiciones fundamentales: destacan las siguientes relaciones:



5. Semantización de las construcciones sintácticas: es de destacar que los invariables del texto cobran sentido ante sus opuestos, que no necesariamente se encuentran escritos en el texto. La repetición de palabras al iniciar las frases, así como el empleo de sinónimos enfatiza las emociones y situaciones descritas. Los términos seleccionados de los grupos semánticos a que cada uno pertenece, son las más sencillas y directas; detrás de las cuales está el reto de asumir una actitud de cambio mediante la búsqueda de la verdad; indicando que el cambio es factible.
6. Relación del lenguaje poético y musical: En esta canción hay un periodo de música que se repite antes de cada una de las partes que son cantadas; con excepción de la estrofa C, que se liga con la que le antecede. La melodía es la misma para cada una de las estrofas con excepción de la C, que opera como coro y tiene una melodía diferente y se repite varias veces, en ella se encuentra con mayor claridad la exhortación al cambio contenida en el verso que da título a la canción: Mientras el resto sigue, repetido dos veces en la misma estrofa; y las cortas frases imperativas: detente a pensar y encuentra la verdad. El sólo de guitarra se encuentra antes de repetir el coro dos veces para luego finalizar la canción de una forma mucho más lenta a como inicio. La voz se maneja en el mismo tono durante toda la canción.

Los textos tienen significación en sí mismos, pero también adquieren sentido extratextualmente. es decir, en relación a otras canciones de Guillotina y en relación al contexto y los factores convencionales y referenciales. “Nunca”, “Aquí” y “Mientras el resto sigue”, describen situaciones y emociones en la que sobresale una realidad que es presentada como una falsa verdad que crea un conflicto entre el individuo y el mundo (la cultura). La falsa verdad no deja al individuo ser lo que puede ser o vivir como podría. En “Nunca” el conflicto se plantea como una mujer que vive en su propia realidad; en “Aquí”, como negación absoluta y en “Mientras el resto sigue”; con menos pesimismo, como exhortación al cambio.

Las temáticas son planteadas en situaciones o circunstancias personales, o sociales donde sobresale el pesimismo; pero como necesidad de reconocer lo negativo para poder cambiarlo. Estas ideas cobran mayor sentido si se consideran los textos publicados en el fanzine, donde la intención es más explícita. Además no debe olvidarse la filiación grunge del grupo, que remite a ciertos rasgos punks, que formalmente no pueden negarse y que no podrían ser entendidos sin tener un mínimo dominio de las reglas gramaticales del lenguaje, conocimiento musical y en general competencia para decodificar los mensajes que encierran las canciones, imágenes, actitudes y demás expresiones del rock en general y de Guillotina en particular, incluido el contacto multicultural a través de los medios masivos. Otros factores extratextuales que contribuyen a la construcción del sentido; como la intencionalidad de Guillotina o los contextos de producción y recepción, serán analizados en los siguientes capítulos.

CAPITULO 2

CIRCULACION

De la radio a la Universidad. De la radio a la tocada.

Emma dice que la primera vez que escuchó a Guillotina fue en rock 101... “la oí dos o tres veces sin saber que era Guillotina y después una amiga me pasó un cassette del grupo y ya supe que era Guillotina... luego... en una tocada en la Universidad, vi el cartel y había un buen de grupos, Guillotina entre ellos. Y yo, la verdad, fui a ver a La Casta... y cuando tocó Guillotina, pues supe que eran ellos porque pusieron una manta negra que decía Guillotina con letras blancas, porque yo nunca los había visto, esa fue la primera vez que los vi...”¹

Han transcurrido seis años desde que Guillotina tocó por primera vez en Rockotitlán, iniciando así un proceso de transmisión y recepción de formas simbólicas. A lo largo de estos años de producción ha habido cambios importantes en las formas de transmisión de los mensajes del grupo, es decir, de las maneras en que llegan al público y han conformado una audiencia propia. Al principio, se trataba de tocar, y tocar para un número restringido de personas; posteriormente, con la grabación de su primer disco, la audiencia potencial se incrementó y en términos reales ha ido creciendo y cambiando en relación directa con la promoción que el grupo ha recibido en radio y televisión. Daniel quien sigue al grupo desde 1993 recuerda:

“Yo conozco a Guillotina desde antes que saliera su primer disco... es que a mí me gustaba Ansia, como ellos abrían los conciertos de Ansia pues ahí los oí, y vi que su rollo estaba chido y ya, de ahí empecé a seguirlos”²

Durante el primer año de vida del grupo, la tocada fue la principal y única forma de contacto; la interacción entre audiencia y grupo era cara a cara, sin mayor mediación que la posible publicidad de un evento en la que posiblemente ni siquiera se mencionara a Guillotina.

Por otra parte, los propios amigos de la banda, formaron parte de las primeras audiencias; Ofelia comenta:

“Yo sigo a la banda desde que empezó, soy amiga de ellos... antes iba a todas las tocadas, pero ya no... ahora ya estoy en la universidad, estudio dos carreras: publicidad y comunicación, además trabajo, ya no tengo tiempo, ya estoy en otras cosas, como que ya el tiempo de que me peguen en el slam ya pasó... me estoy envejeciendo muy pronto con tanto trabajo, pero es que antes si no paraba de puro reventón”³

¹ Entrevista realizada el 10-dic.-1998

² Entrevista realizada el 17-nov.-1998

³ Entrevista realizada el 17-nov.-1998

En 1994, con la grabación del primer disco de Guillotina, se da un segundo momento de contacto entre la banda y la audiencia; los posibles receptores de la música del grupo aumentan y no es necesario conocer directamente al grupo para saber de su propuesta; el contacto con la audiencia es indirecto, pero el acceso sigue siendo, en buena medida de boca en boca.

“Conocí a Guillotina por medio de una amiga, cuando iba en la vocacional una amiga me prestó un cassette, hablamos de hace... cuatro años... me prestó un cassette y ya lo empecé a oír, lo grabé y ya de ahí me gustaron, aunque no los había visto”⁴ (Denisse)

“... mi hermana compró el disco, el primer disco de Guillotina y lo empecé a escuchar y a escuchar y, este, le dije que me vendiera su disco, me lo vendió y me gustó mucho el grupo y desde entonces empecé a seguirlo, fue cuando... cuando salió el disco en noventa y cuatro.”⁵ (Pablo)

El hecho de tener un disco implica distribución en lugares donde la banda ni siquiera se había presentado, artículos en revistas... esto facilita que más gente los conozca.

“Los conocí en la Universidad Intercontinental en el D.F. en marzo de 1996 fui a un congreso, yo vivo en Hermosillo... como grupo los conocí un par de años antes por una nota que publicó la mosca en la pared y un par de meses después llegó aquí el C.D.”⁶ (Omán)

Pero tener un disco, y esto resulta particularmente relevante, también le da al grupo la oportunidad de aparecer en radio, lo cual incrementa de manera importante la posibilidad de que su música sea recibida por una cantidad cada vez mayor de receptores. Cabe destacar que para este momento no había ni siquiera una estación de radio especializada en la transmisión de rock en español, salvo algunos programas o poca difusión en estaciones con perfil de rock, como rock 101 que ocasionalmente transmitía algo de rock en español.

“Una amiga que era fan del grupo me dijo que los escuchara, pero ya antes los había oído en rock 101.”⁷ (Clara)

En este segundo momento de contacto entre grupo y fans; el correo comienza a constituirse como un espacio importante de comunicación; Guillotina tiene, desde sus inicios un apartado postal, donde recibe correspondencia de sus fans. Los integrantes de la banda buscan siempre conocer algo de su audiencia y que sus fans conozcan más sobre el grupo. Solían repartir postales para que los fans se pusieran en contacto y a vuelta de correo distribuyen el fanzine del grupo, además de contestar personalmente las cartas. Este espacio de encuentro es muy relevante, varios de sus fans me contaron que les gustaba

⁴ Entrevista realizada el 25-oct.-1998

⁵ Entrevista realizada el 6-nov.-1998

⁶ Entrevista realizada el 30-oct.-1998

⁷ Entrevista realizada el 22-mar.-1998

escribir porque si contestaban las cartas, porque les gustaba el fanzine, además mostraban bastante orgullo cuando comentaban que mantenían correspondencia con ellos. Esta forma de contacto permanece, aun cuando el fanzine no se haya publicado desde junio de 1997.

“Nosotros conocemos a Guillotina desde que empezó, los conocemos, son bien accesibles... hasta tenemos correspondencia con ellos”⁸ (Mabel y Arturo)

Un tercer momento de contacto con la audiencia se da en 1996, cuando aparece el disco **Rock Mata Pop**, éste aparece bajo el sello WEA, una disquera transnacional. El grupo tiene mayor difusión; el video de la canción “Aquí” recibe bastante difusión en MTV, los artículos publicados en revistas son más numerosos; pero sin duda un hecho de gran relevancia fue la difusión por radio. Para este momento existían dos estaciones de radio en el D.F, especializadas en rock en español (Órbita 105.7 F.M. y Oxido en 1180 A.M, esta última desapareció en enero de 1999), lo cual no había ocurrido cuando apareció el primer álbum.

“... los conocí hace como dos años y medio ellos estaban dando una entrevista en Órbita y casi hablaron toda la noche, así fue como me empezó a gustar... después, la primera vez que los vi fue en rock chavitos en El Rayo”⁹ (Alicia)

“Yo los conocí porque vi el video de “Aquí”, después me hablaron de ellos... una amiga, y me gustaron y desde hace como un año voy a verlos cada vez que puedo”¹⁰ (Natalia)

En 1998 sale a la venta **Mientras el Resto Sigue**, que es la tercera producción de Guillotina, ahora en la compañía independiente Sum records. No considero que las formas de contacto entre el grupo y sus audiencias hayan cambiado radicalmente con la aparición de este disco, salvo por un poco más de difusión en T.V. con lo cual se incrementa su audiencia potencial y en términos reales un mayor número de personas los conoce.

La audiencia de Guillotina se ha ido conformando a través de diversos canales, espacios de mediación, transmisión de mensajes y ha variado, desde la “vieja” Ofelia, que ha crecido y dejado de seguir al grupo, sin abandonarlo totalmente, hasta los nuevos fans de Guillotina, que sólo conocen las rolas del más reciente disco y no conocen el fanzine, hasta los fieles como Pablo y Denisse, que con no poca frecuencia siguen al grupo, pero solo en la medida en que sus actividades escolares (antes secundaria y preparatoria, ahora de trabajo) se los permiten. -Recuérdese que son seis años los que han pasado. Un hecho de importancia es que se trata de una audiencia especializada que una vez que conoce al grupo y le gusta busca la forma de tener contacto directo con ellos, es decir, busca ir a la tocada y escuchar al grupo en vivo.

⁸ Entrevista realizada el 29-oct.-1998

⁹ Entrevista realizada el 7-mar.-1999

¹⁰ Entrevista realizada el 7-mar.-1999

La circulación/transmisión de las formas/bienes simbólicas: los medios y las mediaciones.

Como hecho comunicativo, como mercancía o como bien, toda producción está destinada a alguien, ya sea un sujeto real o no, una vez que la producción es objetivada, en un discurso escrito, oral, icónico, musical, etc; circula y es este hecho el que le permite adquirir un determinado valor social. Para Rossana Reguillo, la circulación puede ser entendida como el espacio simbólico imaginario que permite el encuentro entre una actividad de producción y un acto de reconocimiento (1991:17)

La circulación no es un horizonte espacial común a todos los actores de la comunicación/cultura, ya que, como parte del proceso de producción y recepción de bienes, se encuentra inmersa en condiciones sociales, económicas, políticas, culturales, por mencionar algunas, que la sujetan a reglas y constricciones específicas. La posibilidad de mayor o menor circulación a través de los medios institucionalizados y legítimos dependerá de cuanto se apeguen los mensajes/bienes/formas a la normalidad del contexto. La originalidad, especialmente de lo nuevo o que aparece como tal, también posibilita la circulación, no siempre en los canales de mayor demanda, o ganando pequeños espacios dentro de los legítimos e institucionalizados, que con el tiempo pueden aumentar, disminuir o perderse.(Acordes a las estrategias de ortodoxia y subversión en la lucha por la apropiación del capital del campo cultural).

La circulación, como los bienes, debe entenderse en el marco de la naturaleza comunicativa de la cultura, es decir, de la cultura como sistema de símbolos, como “proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino como productor (de sus propias significaciones)” (Martín Barbero; 1987a:228). Se trata, pues, de un proceso de interacción entre sujetos históricamente situados que comparten un capital simbólico social, es decir, que se encuentra entretejido en un conjunto de determinantes sociales, políticas, económicas, cognitivas y situacionales, las cuales propician una indeterminación relativa entre producción y efecto de sentido (Verón; 1987 : 189) Es por esto que para entender un discurso, mensaje, forma o bien simbólico no es suficiente con entender la intencionalidad del emisor, productor o creador de ésta.

Según Martín Barbero, para entender los procesos comunicativos y la cultura en su dimensión comunicativa, es necesario considerar, no la industria de los medios, sino la historia de los procesos culturales, ubicando la comunicación en el espacio de las mediaciones; esto es, en sus articulaciones con lo social, y en general con las temporalidades y pluralidad de las matrices culturales, pues los procesos culturales son articuladores de las prácticas de comunicación. Las transformaciones culturales no arrancan ni provienen de los medios, pero a partir de los años veintes éstos toman un papel central. La massmediación, especialmente en los años sesentas, contribuye a la transposición de modelos que son tomados del mercado transnacional. Martín Barbero propone tres lugares de mediación para comprender el impacto y las transformaciones culturales ocurridas en los espacios de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural. (1987a:203)

En la circulación, además de la dimensión comunicativa y cultural, señaladas por Martín Barbero, existen relaciones de poder que facilitan o dificultan la competencia

cultural, la periodicidad y facilidad con que los bienes se ponen a disposición de los consumidores, en general de las relaciones que rigen la circulación en los diversos medios.

La producción y circulación de bienes/formas simbólicas en las sociedades modernas es inseparable de las actividades de la industria de los medios, éstos, según su alcance pueden ser de nivel micro: como la grabadora, la fotografía y el correo; de nivel meso, como el disco y el libro y de nivel macro, como prensa, radio y T.V. De los últimos, hay que destacar su capacidad para hacer que muchas personas compartan una experiencia común y forjen una memoria colectiva.

Para Thompson la transmisión cultural es un proceso por el cual las formas simbólicas se transmiten de productores a receptores. En el intercambio de formas simbólicas entre productores y receptores intervienen tres aspectos importantes: el medio técnico y el aparato institucional en el que se inscriben, asimismo, un distanciamiento espacial y temporal.

1. El medio técnico es el sustrato material de una forma simbólica, es decir, los elementos materiales con los cuales y por los cuales una forma simbólica es producida y transmitida. El medio técnico permite fijar y reproducir una forma simbólica y guardar información o contenido significativo para uso posterior, como la explotación comercial de los discos.
2. El aparato institucional de transmisión es un conjunto determinado de arreglos institucionales dentro de los cuales se despliega el medio técnico y se insertan los individuos que participan en la codificación y decodificación de las formas simbólicas. Estos arreglos se caracterizan por diversas reglas, recursos y relaciones, generalmente, jerárquicas. Constituye los canales de difusión selectiva, es decir, los arreglos institucionales en los cuales se hacen circular en distintos grados y maneras, las formas simbólicas.
3. El distanciamiento espacio temporal implicado en la transmisión de una forma simbólica implica la separación, espacial y temporal, en diversos grados del contexto donde fue producida y la inserta en nuevos contextos que pueden ubicarse en diferentes espacios y tiempos. (1990:183)

Los espacios que permiten el encuentro entre productores y consumidores y donde se genera la interacción entre ambos varían en función de las características del medio a partir del cual se generan (micro, meso, macro), lo cual implica, en el caso de los medios meso y macro que los productos circulen de manera pública, accesibles a todo aquel que posea los medios técnicos y las habilidades para adquirirlos, estos rasgos influyen en la interacción de la producción y la recepción.

Guillotina es un grupo que circula en medios micro, meso y macro, de modo que la interacción entre producción y recepción se da en una gama que va desde la interacción cara a cara hasta la interacción a través del tiempo y el espacio.

Siguiendo los conceptos manejados por Thompson, he considerado tres formas de interacción entre Guillotina y sus fans (sus audiencias); a saber:

- a) cuasiinteracción mediada: cuando el encuentro entre grupo y fans (audiencia) se da a través de medios macro, los individuos cuasiinteractúan sin compartir un

ámbito espacio temporal común y el flujo de la comunicación es predominantemente unidireccional; los modos de respuesta mediante los cuales los receptores pueden comunicarse con los productores son limitados (prensa, radio, T.V.)

- b) interacción mediada: cuando en el encuentro entre grupo y fans (audiencia) si hay contacto, pero no cara a cara. Aquí tampoco se comparte un ámbito espacio temporal, pero el flujo de la comunicación no es unidireccional, existe respuesta directa entre productores y receptores, existe una interacción mediada entre ambos (correo y teléfono en el caso de algunos fans)
- c) interacción cara a cara: cuando en el encuentro entre grupo y fans (audiencia) si hay contacto personal; la audiencia y el grupo comparten el mismo ámbito espacio temporal y la interacción es directa (tocadas)

En los medios macro, las formas simbólicas circulan públicamente, a disposición de un número grande de receptores. Para el caso de Guillotina, se trata, como ya se señaló, de revistas especializadas en el género rock; de circulación local como, Códice Rock, Zónika y Extremos; de la ciudad de México, Guadalajara y Toluca, respectivamente; de circulación nacional, como Nuestro Rock, y La Mosca en la pared; y alguna internacional, como Kerrang de España, por mencionar algunas. Existen además, publicaciones no especializadas en las que ocasionalmente aparecen artículos sobre el grupo, como Switch o Eres y notas ocasionales sobre la banda en algunos periódicos.

En T.V. abierta existen dos programas sobre rock nacional Ruta 22 y Sónicamente, los cuales son de los canales culturales 22 y 11; en T.V. por cable o satélite Espacio Alternativo de Telehit y MTV en su programación para América Latina cuenta con una buena cantidad de tiempo al aire para grupos de rock en español.^{*} En todos ellos ha aparecido Guillotina, especialmente con el video "Otra Vez" del disco **Mientras el Resto Sigue** y antes con "Aquí" Se han transmitido, además, notas en programas especializados en espectáculos o especiales, como "Aullido" que se transmitió por el canal 40, donde se entrevistó al grupo. Las apariciones de Guillotina en televisión no son muy frecuentes, pero en general, los grupos de rock nacional, no son muy difundidos por este medio.

En cuestión de radio, cabe destacar que en 1994, cuando aparece el primer álbum de Guillotina, no había ni siquiera una estación de radio especializada en la transmisión de rock en español, únicamente había algunos programas o poca difusión en estaciones con perfil de rock, como Rock 101 y Radioactivo; en la primera se escuchó "Seguimos haciéndonos daño". Ya en 1995 hay una estación con perfil mayoritariamente de rock en español: Órbita 105.7 F.M. que pertenece al Instituto Nacional de la Radio (IMER), y en 1996 una más: Oxido 1200 A.M. Se puede considerar que la circulación del rock en general y de Guillotina en particular tiene un importante auge con estas dos estaciones. En ambas se transmitieron con bastante éxito los sencillos del álbum **Rock Mata Pop**: "Aquí", "Cuando queremos creer" y "No da igual".

En 1998, cuando aparece el tercer álbum del grupo, ya no existe Oxido, la cual sale del aire en enero de 1999, pero había desaparecido tres meses antes; por lo cual los

^{*} Al momento de redactar este trabajo, la programación de MTV fue reorientada y se disminuyó la transmisión de grupos de rock en español, en contraparte se aumentó la aparición de música pop, también en español, que antes tenía menor tiempo al aire.

sencillos que se promocionan de **Mientras el Resto Sigue** se escuchan casi exclusivamente en **Órbita**, donde "Otra Vez" y "Uno más", alcanzan los primeros lugares de popularidad.

El papel que ha cumplido **Órbita** en la difusión del rock parece relevante, pues se ha expandido la audiencia. En conferencia del primero de abril de 1998¹⁰, Jorge Rugerio, locutor de dicha estación señaló:

"En radio tenemos algunas encuestas sobre el público que nos escucha, éste se clasifica en niveles A, B o C, que corresponden a clase alta, media o popular. Nuestra audiencia ha crecido y ha ido variando, cuando iniciamos, la audiencia era de tipo B y algo de tipo C, ahora es de tipo B y ha aumentando sorprendentemente la de tipo A. Esto qué quiere decir, que el rock ha dejado de ser la música de la banda, ahora también los fresas escuchan rock"

Según este mismo personaje, la estación ha logrado que bandas de rock que han difundido con demos, graben con disqueras importantes y son prácticamente el único medio que promociona y difunde el rock nacional... en todo caso, lo que es de destacar es que justamente en este momento de "bonanza" es cuando han desaparecido los sub sellos en las disqueras y grupos importantes han vuelto a las compañías independientes por disminución en las ventas, con excepción de las bandas de hip hop. No obstante, algo de cierto hay en los comentarios del locutor, y es que la radio es el principal medio de difusión.

Para Guillotina, el papel que **Órbita** ha cumplido en la circulación de su trabajo es crucial. El grupo mantiene una relación muy cercana, ha participado en una buena cantidad de eventos, promociones y entrevistas organizados o promocionados por la estación, como dos conciertos "Rock chavitos" en 1998 y 1999, la presentación de los discos **Rock Mata Pop** y **Mientras el Resto Sigue** en 1997 y 1998, torneo de fútbol 1997, por mencionar algunos. Durante la realización de mi trabajo de campo, el grupo fue entrevistado en tres oportunidades el 7-sep-98 y el 11-nov-98 en dos ocasiones.

Es innegable que la difusión del grupo se encuentra muy relacionada con esta estación, por lo cual es necesario hacer algunas aclaraciones sobre cómo se presenta Guillotina en este medio. Con respecto al perfil musical de la estación; el programador de **Órbita**, Rubén Martínez conocido como "el viajero" indicó que:

"tratamos que sea un 60% en español y un 40% en inglés, tratamos de nivelarlo, que sea más rock en español que en inglés desde el inicio de la estación, fue por muchas cosas, por interés de la gente que estaba en producción en ese momento, de la gerencia misma, del programador, que había como la inquietud de apoyar eso y de que no había realmente una estación que metiera mucho rock en español, de repente escuchabas a lo mejor en pulsar, en 97.7, de repente escuchabas algo ¿no? a lo mejor a Fobia a Café Tacuba a Caifanes, que son cosas muy pop ¿no?... pero no había como un foro para más cosas..."¹¹

¹⁰ Realizada en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

¹¹ Entrevista realizada el 7-sep.-1998

Circulación cíclica: la vida de las canciones en radio.

En Órbita siguen, cuando es posible, los planes de promoción de las compañías disqueras, pues de cada sencillo de un álbum se hacen videos y promociones, más o menos se les da una rotación de dos meses y medio hasta tres meses si funciona muy bien y el público las pide, se tocan unas tres veces durante el día y luego disminuye hasta que desaparecen:

“Muchas veces la gente tarda en reaccionar, finalmente nosotros aquí adentro nos cansamos más rápido de las canciones... y a veces la gente, es muy chistoso porque a veces no la piden, no piden las canciones, pero cuando dejan de escucharlas como que las extrañan, entonces las empiezan a pedir... eso hace como que la vida de las canciones se alargue... pero cada dos meses y medio tratamos de darle un cambio, pero dándole seguimiento al mismo disco. Obviamente, los grupos... hay unos que graban un disco por año, pero hay veces que tardan dos años, entonces eso también tiene que ver con la vida de cada canción que se mete al aire... es como un circulito... sale el disco, le das una cierta vida, ellos entran a grabar, va a salir nuevamente el disco, tu lo comentas, el público se interesa... de Guillotina, me llegó el sencillo hace dos semanas más o menos, lo empezamos a tocar y la gente empieza a reaccionar... sobre todo los más asiduos a la banda, los que están más cercanos a ellos, los fans, empiezan a pedirla, ya empiezan a preguntar cuando sale el disco... en fin... hay mucho de retroalimentación... incluso el público compra el disco y de repente te dicen : mejor pongan otra... con un disco trabajas bien unos seis meses, y te hablo, trabajas bien como estación de radio...”¹²

Este dato resulta de interés, si consideramos que, el disco **Rock Mata Pop** había aparecido en 1996 y que entre mayo y septiembre de 1998 el grupo no realizó ninguna presentación y fue precisamente en septiembre cuando se inició la grabación de su tercer álbum, es decir, durante el periodo entre disco y disco, el grupo desapareció prácticamente del panorama hasta el lanzamiento del tercer álbum en octubre/ noviembre del mismo año. De modo que el circulito del que habla el viajero, no es sino el ciclo de circulación de las canciones, los discos y las bandas en la radio; que de alguna manera se relaciona o influye en el trabajo en general del grupo. Tanto la producción como la circulación y el consumo se influyen entre sí, no hay que olvidar que se trata de un mismo proceso.

Guillotina es de las bandas que más se escuchan en la estación, el viajero explica que esto sucede:

“tanto por gusto de los locutores como por gusto de la gente... todos los sencillos del disco pasado fueron... “Otra Vez”, por ejemplo, que lleva tres semanas en la estación ya está en la lista, o sea, entró... no me acuerdo en qué lugar debutó de las diez, pero entró bien ha de haber entrado como en seis, algo así, de las diez más pedidas, entonces, este, la gente también se desespera mucho, muchos quisieran escuchar a sus bandas todo el día también y es muy chistoso, porque a pesar de

¹² Entrevista realizada el 7-sep.-1998

que tienen el disco llaman para pedirlo... pero todo lo que se tocó del disco anterior entró a la escalera y en buen lugar”¹³

Este comentario muestra claramente la influencia del consumo en la circulación; reflejado, en este caso, en el tiempo y popularidad de las canciones de Guillotina al aire en Órbita.

La transmisión de la música de Guillotina por medios electrónicos, principalmente radio, facilita la interacción con personas que están en lugares distantes, generando una acción responsiva en contextos y formas de interacción que afectan la organización social de las esferas de la vida cotidiana en las que la recepción de mensajes mediados es rutina: como hacer la tarea mientras se escucha el radio y llamar para pedir una rola del grupo o para hacer un comentario o pregunta en clara respuesta a los mensajes de los locutores o mientras se le hace una entrevista al grupo. El programador de Órbita comenta al respecto:

“... tú de repente comentas... Guillotina nos platicaron... que están grabando ya el disco y que va a salir próximamente, entonces a lo mejor te habla alguien que le gusta el grupo y te está oyendo, a lo mejor no puso mucha atención, porque generalmente pasa que llaman después y te preguntan: Oye qué pasó con Guillotina, cuándo sale el disco y no sé....”¹⁴

Más que la televisión o la prensa, la radio se ha convertido en un canal importante de difusión para la banda; ampliando el conocimiento del grupo en la audiencia de rock y también el número de sus seguidores.

Por otra parte, hay que destacar que las formas de transmisión se han incrementado, pero siempre la tocada es la primordial, una vez que se ha hecho el contacto, siempre se busca ver al grupo en vivo, y si te gusta mucho pues escribir, pedir autógrafos y conocer a los miembros de la banda; sin olvidar que la difusión de boca en boca tras haber asistido a un concierto del grupo sigue siendo importante.

Una gran cantidad de la audiencia de fans del grupo se formó y consolidó en el periodo que corresponde al disco **Rock Mata Pop** y a la gira “Pa’ que te’duques” realizada en varias universidades y escuelas del D.F. durante 1997, incluso fue durante esta gira que se formó su club de fans. Sin duda, como consecuencia de la mayor difusión de la banda. Incluso, para los más antiguos fans esta gira resultó muy relevante:

“Desde que salió su primer disco los empecé a escuchar y ya, de ahí p’ al real... al principio... a todos esos lugares donde tocaron me lancé, ya de ahí los empecé a conocer como eran muy accesibles los tipos, bueno... pero así en sí ya contacto con ellos de reconocernos... fue hasta el Rock mata Pop en la gira que hicieron Pa’ que te’ duques...”¹⁵ (Ernesto)

Guillotina adquiere en la radio un doble carácter; por una parte es una mercancía, que se ofrece, principalmente, como disco; y por otra, se constituye como material de trabajo para la estación. Además, en la circulación en radio hay una valoración positiva o negativa sobre el trabajo de la banda entre los consumidores, es decir, la audiencia y los locutores. En ambos casos se originan significaciones que, en principio se hacen evidentes en la

¹³ Entrevista realizada el 7-sep.-1998

¹⁴ Entrevista realizada el 11-nov.-1998

¹⁵ Entrevista realizada el 17-dic.-1998

popularidad de las canciones y el grupo en las transmisiones y eventos realizados por la estación, en este caso Órbita.

Cómo es una tocada de Guillotina

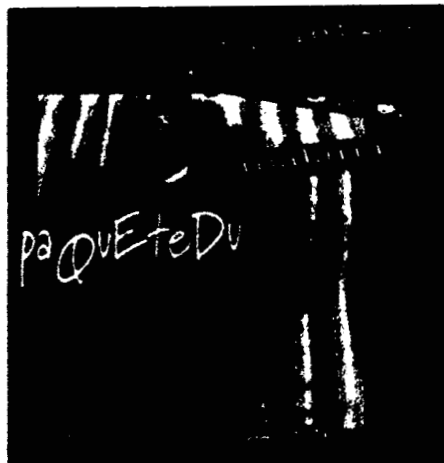
Según el sychronario de la phonoencyclopaedia, la tocada es un “ritual religioso, ceremonia de realización del rock, donde sus elementos propios se ven liberados” (Pulse! Num. 34 Feb. 1995); estos elementos serían, un espacio, un grupo, audiencia y slam,^{***} aunque éste último no necesariamente se cumple y en buena medida es indicador de cuando una tocada ha estado bien o no. De las distintas tocadas en que se ha presentado Guillotina he hecho una clasificación considerando el lugar en que se presentan, el tipo de público que asiste, el motivo por el que se hacen:

a) Masivos a beneficio: éstas son tocadas colectivas, es decir se presentan varios grupos, que no cobran por presentarse; se realizan en lugares semipúblicos, como escuelas o deportivos, generalmente se realizan entre semana: miércoles, jueves y a veces viernes. Inician a medio día y acaban más o menos a las 22:00hrs. El costo del boleto es de 10 a 15 pesos y se solicita colaboración en especie, es decir, se pide donar un kilo de grano, pues estos conciertos generalmente son a beneficio de comunidades de Chiapas; como “Va un escándalo por Chiapas” realizado el 13 de febrero de 1998 en el Gimnasio Juan de la Barrera o “Muévete! Durito contra la guerra” el 18 de febrero de 1998 en el Deportivo Azcapozalco; este último como continuación de la gira Muévete por la Libertad; realizada el año anterior en la UAM Xochimilco y C.U. La asistencia varía, pero generalmente se trata de eventos donde se reúnen más de 10 000 personas. La publicidad del evento se realiza en carteles en escuelas, en el tianguis del chopo y en radio.

b) Colectivos a beneficio: se presentan varios grupos, que no cobran, en un local privado, grande, se realizan en fin de semana, por la tarde y el costo es de entre 40 y 60 pesos. Las causas con las que se colabora son los derechos humanos, casas hogar, ayuda a niños de la calle, etc. En la organización de estos eventos colaboran estaciones de radio o las propias organizaciones que se benefician, como Amnistía Internacional México. De éstos se han realizado dos eventos llamados “Rock chavitos” en 1997 y 1998, y varios conciertos para promocionar los derechos humanos. En estos conciertos se reúne una cantidad importante de personas, pero no llegan a rebasar los 5 000. La publicidad del evento se hace con carteles, volantes y en radio.

c) Escuelas: es común la organización de eventos por estudiantes de preparatoria o Universidades públicas o privadas; en éstas participan al menos tres grupos. Se realizan entre semana: miércoles, jueves o viernes, generalmente a las 12:00 o a las 16:00 hrs. El costo varía entre 20 y 35 pesos. Se realizan en auditorios o áreas deportivas de la propia escuela, la difusión del evento generalmente es dentro de la escuela y en lugares cercanos o en el tianguis del chopo. La asistencia varía, dependiendo del lugar y de la publicidad del evento, pero generalmente es de más de 500; la mayoría de la propia escuela o de las escuelas cercanas. De este tipo de tocadas hay que destacar la gira universitaria “Pa’ que te’ duques” que recorrió en 1997 la Prepa Fresno, Universidad Pedagógica, UAM Iztapalapa, Universidad de la Música, Colegio Madrid, UVM, etc.

^{***} Slam es el baile propio de los conciertos de rock y consiste en golpearse con el cuerpo unos contra otros.



Publicidad

d)Antros: se presenta uno o dos grupos, se realizan en fin de semana: viernes o sábado por la noche; el antro abre a las 21 o 22:00 hrs. Y el grupo no se presenta antes de medianoche. El costo varía según el lugar y la banda que se presenta, puede ser desde 50 en Rockotitlán hasta 140 pesos en Hard Rock o Rockstock, que ya no existe. La publicidad es escasa y la audiencia varía según el lugar o del grupo, pero nunca es tan numerosa que rebase 500. Además, no siempre el grupo es lo más importante; en alguna ocasión Aram, me dijo: “Cuando vas a tocar en un antro ya sabes que la gente va a chupar y no a ver al grupo” lo cual suele ocurrir con no poca frecuencia.

e)Tardeadas: éstas se realizan en antros, generalmente La Diabla y Rockstock; tocan tres o cuatro grupos, inician a eso de las 14:00 hrs. El costo del boleto varía según el lugar y el grupo, pero es más bajo que el de la tocada en la noche, lo que distingue este tipo de eventos de los nocturnos es, además de la hora, la audiencia, pues en las tardeadas se espera la asistencia de menores de edad.

f)Festivales: Estos reúnen a varios grupos, se realizan en fin de semana. El horario y el lugar dependen del evento, pero pueden ser en centros de espectáculos como “Nuestro Rock” en el Palacio de los Deportes, “El Camaleón” en el cine Ópera o “Vive Latino” en el Foro Sol. El costo generalmente es mayor que en cualquier otro tipo de tocada; no obstante, los lugares suelen llenarse. Hay bastante difusión en prensa y radio, además de los tradicionales volantes y carteles en el chopo.

g)Eventos especiales: son tocadas que realiza el grupo por algún motivo relevante, como la presentación de un disco o el inicio o cierre de una gira. El costo no es muy alto o es gratis. Hay bastante prensa presente en el evento y la publicidad se realiza en prensa y por radio. La mayoría del público asistente suele ser seguidor o conocer bastante al grupo. La presentación del disco **Rock Mata Pop** en el teatro del Pueblo (enero de 1997) y la presentación de **Mientras el Resto Sigue** en el Hard Rock Live.

Antes de describir una tocada de Guillotina es importante señalar que, pese a contar con elementos que se encuentran presentes en toda tocada (el lugar, el grupo y la banda); el ambiente que se genera en cada una de ellas es impredecible. He estado presente en tocadas

consecutivas una el viernes, la otra el sábado; he estado en tres conciertos en un mismo día y aun tocando las mismas rolas, cada una de estas tocadas es distinta a la otra. En algunas hay slam, en otras no; en algunas la gente canta, en otras no. El ambiente en la tocada puede ser festivo, de rechazo, o también indiferente. Lo que las hace distintas, creo, es la interacción cara a cara entre emisores y receptores, o en otras palabras, la relación emotiva que se establece entre la audiencia y la banda. A continuación reproduzco algunos fragmentos de mi diario de campo donde se describen algunas tocadas con Guillotina:

También es importante aclarar que no todos los eventos resultan gratos, también hay momentos difíciles, como el “Festival de la Amistad” realizado el 15 de febrero de 1998 en el Deportivo Tlali en Tlalnepantla, debo decir que en este sitio, pese a desarrollar trabajo urbano en mi propia ciudad, pude experimentar la otredad y el rechazo al extrañío y aunque traté de evitar el prejuicio no estoy segura de haberlo logrado. En estas circunstancias, mi condición femenina que en algunos eventos facilitó el acceso a la información en esta oportunidad fue todo lo contrario.

Lunes 16 de febrero de 1998.

“El evento iniciaría a las 12:00 hs. Según se señalaba en el cartel, mejor dicho, en varios de los carteles que se pegaron en el tianguis del Chopo y en zonas cercanas al lugar. Esto indicaba que no se iniciaría sino hasta las 13:00 hs, tal vez más tarde. El concierto se presentaba como festival de la amistad, en la convocatoria se anunciaba a diversos grupos de lo que se conoce como rock urbano y a algunos de los “fresas”. Se reunirían, pues, diversos grupos de audiencias; a saber: metaleros, skatos, alternativos, hip hoperos, etc. Aunque, por el lugar y el orden de presentación del cartel la parte fuerte del evento sería la urbana.

El espacio del concierto era al aire libre. Los únicos elementos de seguridad se ubicaban en la entrada, casi como en un buen retén, las chavas revisaban todo cuanto podían y hasta más; nunca me había sentido tan agredida en una revisión, cada una de las bolsas del pantalón y todos los compartimentos de la cartera, de la manoseada, mejor ni hablar. Esta vez quienes te revisaban eran unas gordas horrosas... Luego de este trago amargo, se podía entrar al deportivo....

Una vez dentro, se podía ver el pequeño escenario, cubierto o techado, según se prefiera, con una lona roja. Una reja separaba este espacio de una alberca a la cual no había acceso. Los baños estaban en la zona de regaderas y el acceso costaba un peso. En el área de concierto se colocaron puestos de alimentos, refrescos, cigarrillos y demás... también camisetas, revistas y cervezas...

Poco a poco empezó a llegar la banda, en su mayoría metaleros y punks, prácticamente todos ellos llevaban algún tipo de solvente, fumaban marihuana o bebían demasiada cerveza. También era visible que todos vestían pantalones ajustados, entubados, botas o tenis y camisetas con los logos de sus bandas favoritas; preferentemente: Transmetal y Bostik, aunque también había del Tri, PND, Sex Pistols y uno que otro con camiseta negra. Además, destacaba el uso de delineador negro en los ojos tanto en hombres como en mujeres. Las edades variaban: había desde niños de 2 ó 3 años hasta los que parecían tener más de 35, es difícil saber... La mayoría, tanto hombres como mujeres

llevaban el cabello al “estilo metalero” corto al frente y largo atrás, aunque entre los punks no faltaba el estilo de picos.

Los que no iban en onda urbana, que serían unos 100 en una audiencia de aproximadamente 500, llevaban pantalones de mezclilla o pana en onda loose, camisetas negras o de color sin logos, salvo uno que llevaba una camiseta de Guillotina y algunos con los dibujos de algún comic. El cabello podía ser corto o largo y las edades se podían calcular entre los 17 y 23 años.

Debo admitir que estaba temblando de miedo ante el hecho de encontrarme entre chavos casi banda que no hacían más que fumar marihuana o inhalar solvente y observaban al extraño, en este caso yo, en una forma a veces intimidatoria, otras más bien lujuriosa. Un recorrido por el lugar, haciendo oídos sordos cuando te llaman “shst, shst, güerita” me llevó al área de baños y a una habitación a la cual no había acceso, en la cual, se impartían diversos talleres a los que acostumbran a asistir al deportivo.

El evento dio inicio hacia las 13:00hs. Un grupo fuera del cartel llamado “Yei” abrió la tocada. La audiencia, al centro del deportivo, frente al escenario, comenzó a bailar en parejas. Otros más observaban la venta de playeras o bien platicaban en grupos, los cuales se habían distribuido por todo el deportivo; preferentemente en las esquinas o cerca de las paredes buscando la sombra, pues hacía bastante calor. Cuando terminó este grupo, inició el evento tal y como estaba programado en el cartel. Posesión, Ak’ bal,... un mayor número de espectadores se congregó frente al escenario para entrar a un mini slam. Después siguió Garrobos, un grupo bastante conocido entre los metaleros, la respuesta no se hizo esperar, entonces si hubo slam. Para este momento, ya se podían ver bastantes botes de solvente rodando por el piso. La actuación de Los Garrobos terminó, no sin que gritaran y fueran secundados por la audiencia: “Larga vida al metal mexicano”.

En este momento, el staff de Guillotina se disponía a colocar sus instrumentos cuando llegaron los del grupo Heavy Nopal, que muy “acá” se subieron al escenario con sus respectivas liras y demás arreos. Tras una breve discusión... decidieron no bajar del escenario. La banda que los vio... comenzó a gritar “Heavy Nopal, Heavy Nopal”. Así sucedió, ellos tocaron. Mientras lo hacían, la banda bailaba en parejas con unos saltitos muy peculiares. En este momento, tuve que rechazar una propuesta para bailar y una muñequita.

Heavy Nopal tocó tres miserables rolitas y anunció que se retiraban. A mí me parecieron bastante vulgares, además me indigné porque por su culpa tendría que permanecer durante más tiempo en ese lugar. Como la banda lo pedía tocaron tres o cuatro rolas más. Cada vez que terminaba una rola anunciaban su despedida, pero no acababan de irse, bien se sabe que el que mucho se despide.... Estos tipos, que no cesaban de hacer señales obscenas (güevos) , las cuales dijeron eran su saludo oficial... lanzaron un rollo medio segregacionista sobre el verdadero rock and roll, según el cual, ellos eran la encarnación de la neta rockanrolera y comenzaron a alebrestar a la banda contra grupos como Molotov, La Ley o Café Tacuba que “se dicen rockanroleros, pero el verdadero rock and roll está aquí”, lo cual no llamaría la atención, de no ser porque después, cantaron una rolita contra televisa y Raúl Velasco en la que sentenciaban que algún día estarían en su programa; así que más que estar contra los pseudorockanroleros, parecían estar resentidos porque ellos desearían aparecer en los medios que si están los otros.... Actitud que se volvió a evidenciar cuando hablaron de una entrega de premios al verdadero rock and roll

“y no como en una encuesta en la que dicen que el mejor grupo de rock mexicano es Molotov” en clara alusión a Nuestro Rock.... Su actitud de resentimiento continuó, esta vez, contra los grupos que conformaban el cartel del Festival de la Amistad, ahora preguntaron “A quién le gusta Resorte... Los estrambóticos... Los lagartos...” provocando la silbatina de la audiencia, luego siguió con los grupos que si son la neta: Tex Tex, Transmetal, Bostik.... Naturalmente Guillotina no se mencionó, pero sólo para estar presente por omisión. Finalmente, se dignaron retirarse del escenario, aunque eso sí, en su misma actitud de big stars conocidos sólo en su pueblo, lamentablemente, estábamos en su pueblo. La banda gozó verdaderamente con ellos mientras los más fresitas sólo observaban o platicaban. Luego de Heavy Nopal, siguió Guillotina... Esperaba que no hubiera un buen recibimiento para los grupos no urbanos, ya que la mayoría de la audiencia era de onda metalera y punk, pero luego de los choros nopalers, ya se podía estar seguro de que sería más difícil de lo esperado...

La banda metalera silbó y lanzó objetos al escenario hasta que quiso, aunque la intensidad fue bajando en tanto avanzó la presentación de Guillotina. Algunos de los asistentes, los más tolerantes, se retiraron hacia las partes laterales o se alejaron del escenario, otros más, se sentaron o simplemente ignoraron al grupo. La parte de la audiencia que si gustaba del grupo se distribuyó hacia los lados frente al escenario y unos más en la parte de atrás. Mientras Guillotina tocaba, ellos cantaban, saltaban, levantaban las manos y hacían señales de apoyo con el pulgar cuando se daban cuenta que alguno de los integrantes del grupo los veía.

La presentación continuaba en ese tono. Manuel mostraba cierta arrogancia y continuaba cantando y saludando cuando podía a quienes levantaban las manos. Entonces se dirigió a una persona que le lanzó una mitad de naranja que casi le golpea el rostro: “Tu qué traes cabrón? No te hagas pendejo, hace rato te vi que estabas bailando una de La Ley” Luego se dirigió a la parte de la audiencia que participaba de la tocada con ellos; ambas partes eran ajenas al resto de la concurrencia, por ello era mayor la identificación e interactuaban unos con otros, en ese sentido la tocada era de Guillotina, para una fracción de la audiencia... que también era víctima de la agresión, pues mientras cantaban o saltaban con Guillotina más de uno fue empujado... a mí me jalaban el cabello.... Manuel tiró su tradicional choro “me dijeron que a la gente de Tlalnepantla le gusta Luis Miguel y Enrique Iglesias”.... Pero esta vez omitió lo de Rock mata pop. Tocaron la última rola y se fueron, pero antes de bajar Manuel volvió a tomar el micrófono, esta vez dijo: “Vientos por la raza de Tlane... hay que aprender tolerancia” ya se sabe a quien iba dirigido cada uno de los mensajes”

Miércoles 18 de febrero de 1998

¡Muévete! Durito contra la guerra en el Deportivo Azcapozalco.

Organiza: La bola, es decir, UAMeros por la paz, Opex, CEU, biruz, La iguana, jóvenes independientes, los roleristas, grupos participantes y entidades artísticas. Donativo: \$15.00 + 1kilo de grano.

Participaron aproximadamente 27 grupos y solistas. El cartel destaca la participación de grupos como La Maldita Vecindad, Santa Sabina, La Castañeda, Guillotina, La Barranca, Los Estrambóticos y muchos otros. La presentación de los grupos se dividió en bloques de dos o tres grupos y un rolerista y entre cada grupo o rolerista se

escuchaban las transmisiones de radio EZLN con mensajes contra el gobierno y T.V. Azteca e información sobre las comunidades chiapanecas.

La organización era deficiente, con mucha dificultad en el acceso. Sólo había una fila larguísima para entrar al deportivo y después una fila más para comprar el boleto de entrada en alguna de las tres o cuatro ventanillas de un autobús habilitado como taquilla. Una fila más para la revisión que, afortunadamente, era trámite, ya que ante la demanda sólo tocaban las mochilas si llevabas alguna, pues estaba prohibido introducir botellas.

Una vez adentro, a buscar un sitio con pasto, o sin lodo o tierra para sentarse. El escenario estaba detrás del arco de una de las porterías de la cancha de fútbol donde se realizó el concierto... a los costados las graderías que, vacías al principio, se fueron llenando conforme en la zona de cancha la tierra y el lodo dificultaron la estancia, pero la cancha siempre estuvo llena... a ambos lados del escenario había unas pipas que arrojaban agua sobre la acalorada audiencia, de ahí la gran cantidad de lodo que en más de una ocasión se utilizó para bajar a los roleristas del escenario y para apresurar al staff en la instalación del equipo, o simplemente para jugar a la guerrita entre los propios asistentes. Asimismo, los proyectiles de lodo fueron utilizados para acallar la propaganda de XEZLN, pues más que escuchar rollos propagandistas se quería bailar slam y escuchar a las bandas. Aquí también surtía efecto el agua.

La audiencia era itinerante. Si le latía la banda en turno, se acercaba al frente, al slam o a los costados del escenario para brincar y cantar..., si no le gustaba tanto, permanecía atrás o sentada en el pasto, platicando en grupos, de dos a seis personas. Otros más permanecían en la sombra de las gradas.

La mayoría de la concurrencia eran chavos y chavas de entre 16 y 20 años que iban de la escuela, pues el concierto se realizó entre semana. La audiencia era variada, desde los darks hasta los punks, pero sobre todo, skatos... ese día tocaron varias bandas de ska... los diferentes públicos conviven sin mayor dificultad, si les late el grupo participan del relajo, si no, pues lo ignoran. Hay bastante tolerancia hacia los grupos, pero no para los roleristas... Como los grupos se tardan bastante en salir, las transmisiones de radio XEZLN se hacen cada vez más largas : “una señora llamada Colita de la Verga destrozó con su helicóptero la escuela de La Realidad... mejor debería pagar los danos... Nos informan que hemos reunido hasta el momento 30 mil pesos, pero hay muy poco grano, recuerden que hay que traer granos para llevarlos a las comunidades de Chiapas. Cada vez hay un mayor número de desplazados porque la gente tiene miedo ; el ejército y los paramilitares, que están juntos, los tienen atemorizados...” El rollo se hace tan largo que la gente ya ni presta atención, se desesperan y comienzan a gritar o, se desesperan y comienzan a gritar ya cabrones ! y a lanzar bolas de lodo al escenario. Nuevamente XEZLN : “Por favor no lancen lodo al escenario, va a descomponer los amplificadores y se va a suspender el evento. Bailen en lodo, mójense, pero no lancen objetos al escenario”..... Aparece Juguete Rabioso y toca unas cuantas rolas, la gente se desespera, pues este grupo no estaba anunciado y comienza a lanzar bolsas y botellas llenas con tierra al escenario, se van y vuelve la propaganda XEZLN, ahora la emprende contra Zedillo.

Mientras tanto, se barre el escenario y la audiencia caminando de aquí para allá o platicando entre cuates o buscando a los amigos, que seguramente andan por ahí.... XEZLN anuncia “Cálmense ya pronto va a seguir el slam, la siguiente banda los va a hacer saltar, gritar, bailar.... con ustedes Guillotina.” La audiencia, que se fue concentrando hacia

el centro del escenario al escuchar lo anterior, se dispone a seguir en el desmadre. A los que les gusta la banda se van acercando desde los costados del escenario y la parte de atrás...

“Somos Guillotina” dice Manuel y se escucha la música, “Cuando queremos Creer” Comienza el slam... la gente salta y algunos cantan las rolas, especialmente aquéllas que han sido sencillos en la radio y las que se recuerda después de varias tocaditas... El slam aumenta con “Entre una Multitud” y Manuel aprovecha para saltar hacia el público en un par de ocasiones, luego de lo cual afirma : ustedes si son un público chingón” El Manco se anima y salta por el escenario de un lado a otro : cae de rodillas al piso, se levanta, salta del escenario y corre saludando al público. Manuel aprovecha la ocasión para entablar un diálogo con la audiencia :

—Cuando veníamos para acá nos dijeron que a la banda de Azcapozalco le gustaba Mercurio.

Como respuesta recibe silbidos y muestras de repudio

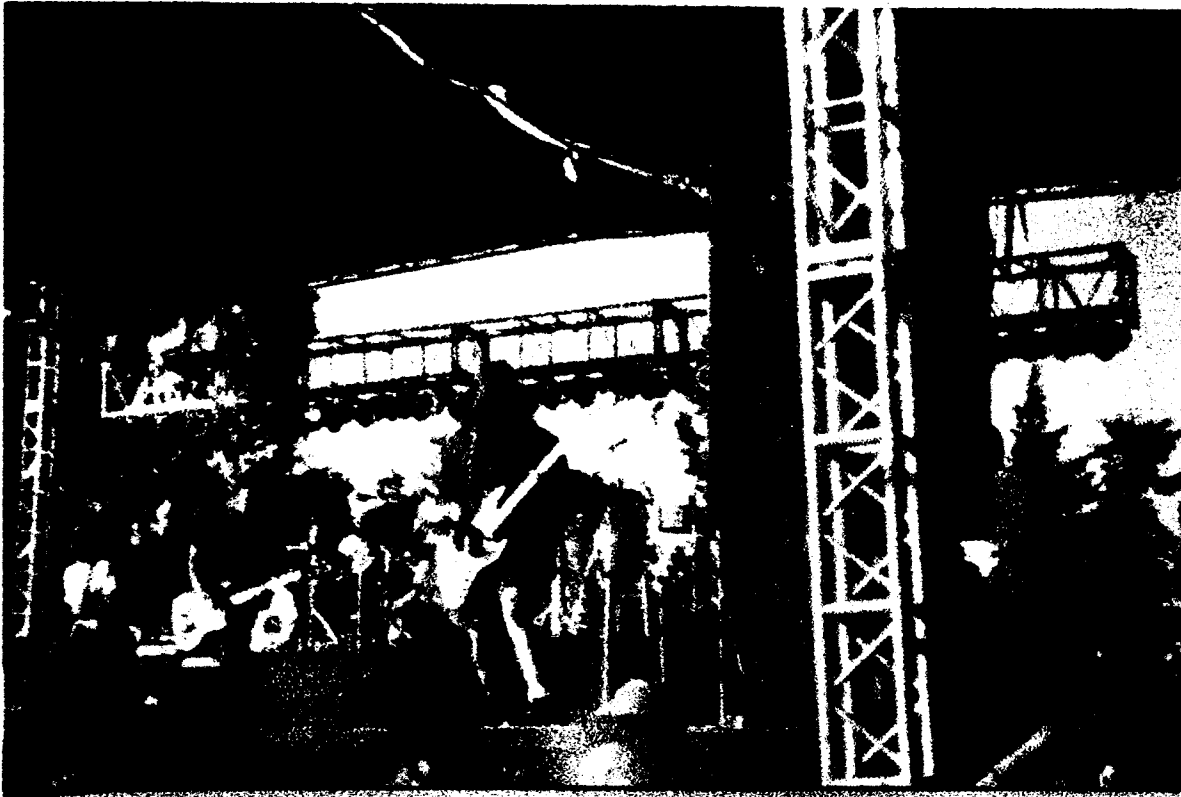
—Que les gustaba Enrique Iglesias, Luis Miguel

Ahora vuelan bolsas con tierra hacia el escenario, que son esquivadas por los guillotinos con no poca dificultad, pero animan al público con ademanes para seguir lanzándolas, una da en el blanco y Manuel ríe.

—Pero no se enojen yo les digo lo que me dijeron... la verdad es que Rock mata pop.

El grupo continúa tocando... la última rola, con esa se despiden : Aquí, la emoción aumenta y Manuel pide a la gente que cante... Algunos chavos piden otra, pero no hay más...”





Concierto en Azcapozalco. Febrero 1998

Sábado 17 de octubre de 1998

Verde, Blanco y Rock: Anrockología de México

Centro Cultural Acatlán. ENEP Acatlán. 16-oct-1998

En este evento se anunció a Guillotina, Riesgo de Contagio, Limbo Zamba, La Concepción de la Luna y Legba. Iniciaría a las 16:00 hs. Con un costo de 35 pesos.

“El auditorio era grande, con butacas bastante cómodas, alfombrado y un escenario grande, bien acondicionado con luces y equipo para presentar un buen espectáculo en la Universidad... como escenografía se colocó la manta de Guillotina, superdetergente. Las luces se apagaron y comenzó a tocar Guillotina, que cerraría el evento. El sonido fallaba un poco, de manera que se escuchaba la guitarra y aunque Manuel cantaba nadie lo escuchaba; la rola era “No importa”; después “Cuando queremos creer”, ya avanzada la canción se solucionó el problema del micrófono y se pudo oír la voz.

El ambiente comenzó a ponerse bien. Manuel pidió al público que se acercaran al frente para el slam, que no hicieran caso a los de seguridad porque ni les iban a hacer nada, la banda no se hizo esperar, entonces les dijo: “Si hay buen slam el Manco se va a tirar” En ese momento comenzó lo mejor de la tocada; se escucharon “Provocando al personal”, “No queda Nada”, “Todo sigue igual”. No fueron pocos los chavos que bajaron y se acercaron frente al escenario, otros más desde sus lugares saltaban y cantaban; los menos permanecían sentados en sus lugares observando.

Entre la gritería, pude escuchar a alguien que les gritó “pinches fresas”, pero la mayoría pedía una rola: “Aquí”... Los guillotinos, bueno, Manuel y El Manco regalaron las

últimas calcomanías de Rock Mata Pop, según dijo Manuel, quien entabló un pequeño diálogo con la audiencia:

—Pero van a cantar?... Aquí (como no hubo respuesta) Pero se trata de que tienen que contestar.... (nuevamente se dirigió al público)... Aquí.

Esta vez si hubo respuesta:

—Aquí no hay nada.

—Aquí

—Aquí no hay nada.

Esta fue una de las rolas más celebradas, aunque no la de mayor slam, ese momento aún estaba por llegar.... El slam ya se había hecho muy grande, los chavos se empujaban unos con otros en el breve espacio que quedaba libre entre la primera fila y el escenario; otros optaron por lo más fácil: permanecer saltando en el propio lugar... También había algunas personas que estaban sentadas observando mientras todo esto ocurría, pero la mayoría estaban de pie participando activa o pasivamente del evento-ritual... tocaron “Entre una multitud” entre el público un chavo voló por el aire, un par más subieron al escenario, pero fueron bajados rápidamente. Después del solo de guitarra, Manuel se preparó para su tradicional salto del escenario hacia el público, a mi lado un chavo gritaba visiblemente emocionado: “ pinche Manuel lo va a hacer... lo hizo, lo hizo, güey”... Manuel repitió la acción a cada lado del escenario, la gritería y el slam era tal, que incluso los chavos de los grupos que ya habían tocado se asomaban desde atrás del escenario para observar.

Una vez que Manuel regresó al escenario se dirigió nuevamente a la audiencia: “Vientos, chido por la banda de Acatlán” ... el concierto terminó con “Nunca”, se despidieron y aunque la gente gritaba y pedía una más, las luces se encendieron y el concierto terminó. Algunos chavos subieron al escenario para pedir autógrafos...”

Sábado 31 de Octubre de 1998

Este día Guillotina se presentó en Centenario... el antro se encuentra en un edificio antiguo, en la entrada hay un anuncio que señala Centenario 1898-1998... dentro, los arcos y puertas del claustro alto dan un toque peculiar... allá arriba se encuentra el escenario... en la parte baja las mesas y el público, no muy numeroso... se puede decir que la audiencia era típica de antro, de esos que “van a chupar y no a ver al grupo”... Hacia la una de la mañana tocó Guillotina. Los presentes, más bien algunos de los presentes, se colocaron frente, ¿o debajo del escenario? Para ¿ver o escuchar al grupo? Yo creo que sólo algunos lo hicieron, a veces, se movían al ritmo de la música, pero la mayoría sólo observaba y platicaban en los grupos que se habían formado... No hubo nada de emoción, los guillotinos en el alto, muy alto escenario tocaban sin mayor motivación, la audiencia no los rechazaba y de vez en vez, entre su charla y la música parecen ponerles atención, al menos aplauden cuando termina la rola y uno que otro eufórico, más por el alcohol que por la banda, grita. Algunos nunca salieron de la barra y algunos de los que estaban en las mesas platicaron todo el tiempo, el grupo era sólo la música de fondo...”

Pese a las posibles diferencias hay situaciones que sólo ocurren cuando toca Guillotina; como la propia actitud de los integrantes en el escenario, de las cuales destaca El Manco quien salta en el escenario, corre de un lado a otro, gesticula, cae de rodillas al piso y se levanta, en ocasiones deja el escenario y se le puede ver tocando el bajo entre el público. Asimismo, el contacto que Manuel entabla con la audiencia; yo recuerdo que en

1996, cuando vi por primera vez a Guillotina, me llamó la atención el hecho de que Manuel prácticamente no hablaba, sólo decía “chido, vientos, poca madre”, pero desde ese entonces hasta ahora, invariablemente, cuando tocan “Entre una multitud” y el ambiente ha sido de slam y gritería y hay suficiente gente para cargarlo, él salta del escenario sobre la audiencia, que no siempre lo deja regresar fácilmente. Durante la gira “rock mata pop” ya había un diálogo con la audiencia:

—Cuando veníamos para acá nos dijeron que a la banda de ...(el lugar donde estén tocando)... le gusta Mercurio

Como respuesta invariable recibe silbidos, gritos de repudio y a veces hasta lanzan objetos al escenario; él continúa, que les gusta Enrique Iglesias..... que les gusta Fey....para terminar afirmando: la verdad es que Rock mata pop.

En lo que corresponde a “Mientras el resto sigue” el diálogo se transformó en “quiero que me ayuden a cantar la siguiente rola; entonces él canta: “Sería normal...” y el público termina la frase, o en la parte del coro, señala: “ahora la van a cantar toda”, lo mismo sucede con “Uno más” generalmente la audiencia responde muy bien.

Guillotina aprovecha la tocada al máximo, pues este lugar de encuentro, de interacción cara a cara con el público, es un genuino espacio de circulación de bienes; en el que acostumbraban repartir postales para que les escribieran al apartado postal, además, en estos eventos se venden sus discos, camisetas y, a veces, regalan calcomanías. Todos estos objetos se convierten en señales de identificación entre los fans del grupo y en las tocadas se les puede distinguir por llevarlos consigo sobre el punto se abundará en el siguiente capítulo.

La tocada es el sitio primordial de contacto, de transmisión de mensajes, de interacción cara a cara entre Guillotina y la audiencia, es el espacio donde el interlocutor deja de estar en un espacio y tiempo distinto al del emisor, el receptor se hace presente y la interacción se convierte en una fiesta en la cual participa activa o pasivamente, en todo caso, la respuesta es visible.

Algunas tocadas o eventos tienen nombre; ¿será que lo anónimo se vuelve propio a través de una operación de nominación? Un intento por construir lazos objetivables que les permitan recordar a los presentes quienes son, de modo que el espacio de la tocada ya sea en una escuela, antro o centro de espectáculos, se transforma, momentáneamente en Vive Latino, Muévete!, Anrockología de México, es decir, en lugar para el rock o encuentro entre rockeros. No es casualidad que una vez que entre aquéllos que han escuchado a Guillotina y les gusta, se busque estar en una tocada, pues es en la emotividad ritual de cada uno de estos eventos donde se establecen los vínculos afectivos entre la audiencia y la banda y relaciones amistosas entre los fans.

En las descripciones del diario de campo presenté situaciones y públicos diferentes, en ellas se muestran sentimientos de aceptación, rechazo, o indiferencia tanto a los mensajes como a las actitudes de los músicos y de sus fans. Estos factores influyen en la elaboración discursiva de la audiencia posterior al evento(*supra*)

De los medios a las significaciones

Los medios no son solo lugar de circulación, enlace con el consumo, sino también de producción de sentido. Desde el momento mismo en que los bienes se transmiten se

continúa el proceso en el cual se les atribuyen sentidos a los mensajes producidos por otros. Los bienes no agotan su significación en la producción, devienen mensajes/discursos desde el momento mismo en que son transmitidos, mostrados, puestos a disposición de otros. Difundiéndose lo que otros producen, se produce sentido; en la circulación se generan múltiples usos y significaciones, puesto que un texto comunica no sólo lo que explícitamente transmite el emisor, sino también lo que en su desarrollo y circulación va produciendo como sentido añadido.

Cuando pienso en la circulación como productora de significación, pienso en cómo se presenta a Guillotina en los medios. Los mensajes son tomados por las organizaciones de los medios e incorporados en nuevos mensajes, este proceso es llamado por Thompson mediación extendida. La mediación extendida sería difícil sin un previo proceso de elaboración discursiva del mensaje, en el cual, los receptores (los mediadores son también receptores) discuten los mensajes en el curso de sus vidas. Los mensajes mediatizados adquieren así una interpretación por los receptores principales o primarios y ésta es la que será transmitida y asimilada por un público adicional, que no ha participado en la primera interacción; tal es el caso de los chavos que recomiendan a Guillotina a sus amigos o lo que se dice de Guillotina en los medios. Desde sus inicios, a Guillotina se le ha “etiquetado” como grunge o alternativo:

“Aquel primer álbum, titulado simplemente Guillotina (94) plasmó la contundencia de un rock sin concesiones, lleno de actitud, un precedente directo de lo que ahora se da en llamar ‘rock alternativo nacional’...” (Nuestro Rock año 4 núm. 33 Mayo, 1997)

“Guillotina, una de las nuevas y mejores bandas de rock alternativo y subterráneo...(con) un sonido característico que me atrevería a catalogar como grunge en español...” (Juan Ramón Palacios. CD Crítica 1996)

No por casualidad se les califica de grunge o alternativo, pero no sólo por la música o las temáticas de sus rolas, también porque se le asocia con Jack Endino. No hay un sólo artículo de prensa o entrevista en radio donde se hable de los discos de Guillotina sin que se mencione al célebre productor de Seattle “uno de los patriarcas del grunge washingtoniano”(Nuestro Rock año 4 núm. 33 Mayo, 1997) y se alabe el trabajo del grupo en cada una de sus producciones discográficas:

“Guillotina/Guillotina/WEA-Rockotitlán... Sin duda una de las mejores bandas de habla hispana que en estos momentos rulan por este negocio. Son tan mexicanos como universales, y tan brillantes como sencillos. Su música es pura energía, melodía y sentimiento, con una fantástica habilidad para conjugar unas letras soberbias con unos riffs totalmente geniales e innovadores... ¿En qué creer? la que me tiene cautivado, con una melodía de guitarra y voz a cargo de Manuel Suárez impresionante, así como el excelente punteo a base de ‘wha-wha’ de Jack Endino... ‘Entre una multitud’, ‘Nunca’, ‘Todo sigue igual’ y ‘Seguimos haciéndonos daño’ son otras joyas que completan esta maravilla de disco de esta maravilla de banda; como al principio decía, una de las mejores de todo el mundo de habla hispana...” (Pablo Navas, Kerrang Núm. 12. Oct. 1994)

“Guillotina/Rock mata pop/Warner... De Guillotina no se podía esperar un cambio muy brusco de un disco a otro, tanto a nivel musical, de composición y de creación, por lo mismo, al escuchar su nueva grabación, encontramos mucha semejanza con su álbum debut y en esto mucho tuvo que ver que la producción nuevamente fuera realizada por Jack Endino... en Rock mata pop encontramos trazos musicales de un nivel muy alto, menos no se podía esperar, bien reconocida es la calidad como instrumentistas de sus integrantes... 'Estoy harto' es el tema estrella de todo el CD y es el que mejor define la música de Guillotina, en esta canción Jack Endino mete el solo de guitarra. Un trabajo respetable que bien pudo ser un clásico si Manuel se hubiera superado en su labor de cantante, se nota que le cuesta trabajo darle más vida a los temas, algunos impecablemente bien ejecutados y que merecían una voz que los convirtiera en himnos. Guillotina volvió a dar muestras de su buen estado de salud. Aunque por la calidad de sus integrantes esperábamos una obra más completa...”(Juan Carlos Castillo. Códice Rock núm. 13 1997)

Guillotina/Mientras el resto sigue/ Sum records... “Tercera producción de esta banda y sin lugar a dudas, la mejor de su historia. El grupo ha evolucionado su grunge de antaño logrando un gran disco de rock duro sonando a lo más prendido de Pearl Jam... Cabe destacar el trabajo de la guitarra de Aram, con unos solos espectaculares principalmente en temas como 'Este país' y un rolón llamado 'Nacimos muertos' con la guitarra del productor Jack Endino, sin menospreciar la consolidación de Manolo, Alex y El Manco en sus respectivas labores. Una clara muestra de evolución que merece la atención de los medios y escuchas...”(cd o no cd. Switch, Marzo, 1999)

Por elaboración discursiva y mediación extendida los mensajes mediatizados se adaptan y dispersan hacia un número cada vez mayor de receptores secundarios, que de esta forma adquieren información. Tal es el caso de lo que se dice de Guillotina en las revistas, en la radio o la televisión e incluso entre los amigos que recomiendan a sus amigos que escuchen a la banda.

Con respecto a las notas publicadas sobre el grupo, parece que el reconocimiento les viniera en función de su trabajo con alguien que de antemano es valorado positivamente, o por que ya alguien los ha valorado, al respecto Gerardo Vázquez, locutor de órbita, comentó con los integrantes de Guillotina durante una entrevista realizada el 11 de noviembre de 1998:

“... de repente como que, empieza... a trabajar la gente del rock nacional en otros lugares en el extranjero y es curioso que muchas veces allá los valoran más que aquí mismo... que pasa como con todos... los artistas en general... siempre como que aquí no les hacen mucha fiesta... pero después de que ponen dos exposiciones en Nueva York dicen 'no si es bueno... si, no, si en Nueva York ya le dijeron que si, entonces si vale la pena...”

Este es el caso de las notas publicadas en España, que en México son comentadas por **Código Rock**:

“Candil de la calle obscuridad de tu casa... Mientras en México los medios de comunicación menosprecian a los buenos grupos de rock... en Europa, la biblia del heavyrock en su edición española... le otorga el máximo calificativo al disco de Guillotina...” (Código Rock No. 5)

En cuanto a los conciertos, éstos presentan la peculiaridad de todo espectáculo: es una acción compleja con diversos códigos de significación funcionando heterogénea y simultáneamente de forma organizada y no acumulativa en dos dimensiones perceptivas, la visual y la auditiva; que además es irrepetible, cada presentación es distinta (Tordera Saéz; 1987) Un concierto es un espacio en el que se realiza una nueva codificación de la música plasmada en un disco bajo condiciones específicas.

En un concierto importa la ejecución musical, pero también el gesto, los movimientos, la ropa, el peinado, el maquillaje, la iluminación, el sonido, el espacio, etc. Estos elementos se vuelven significativos tan sólo al estar presentes o ausentes y ser percibidos por la audiencia. La situación influirá en la percepción de lo que suceda.

El espacio impone condiciones de significación tanto por la cantidad de público que se puede reunir, como por el costo de admisión o la dificultad de acceso. También en tanto define la ubicación del público una vez que inicia el concierto.

Cuando Guillotina toca en un antro, suele no haber mucha gente; con excepción de las tardeadas y eventos especiales. Como hay sillas, mesas, barra; en esos espacios se colocan quienes ni se enteran de qué banda es la que toca. Es generalmente pequeño y es posible acercarse al escenario, pero no hay demasiadas facilidades para el slam, si es que hay. La iluminación suele ser poca, predomina la oscuridad lo cual permite mayor intimidad, que es tal vez uno de los motivos por los que el grupo no es tan relevante.

En un masivo, al aire libre, suele haber más gente y es donde se reúnen mayor cantidad de fans y gente que conoce a la banda. Es grande la posibilidad de bailar slam con mayor violencia. Resulta bastante difícil acercarse al escenario para ver al grupo. Más que ver, se trata de escuchar y formar parte del ambiente festivo. En los eventos masivos suele haber un gran flujo de personas. La audiencia cambia constantemente de ubicación, además de renovarse constantemente, pues durante el evento llegan unos y se van otros. Los fans de Guillotina acostumbra llegar tarde, calculando la hora en que se presentará la banda y las demás bandas de su interés, que suelen ser de las que cierran este tipo de eventos.

El sonido empleado en la tocada contribuye a que se escuchen bien o no se escuchen las rolas y los mensajes de quienes están en el escenario. La ubicación de los músicos, se relaciona con la ubicación de sus fans. Los fans de Guillotina se ubican hacia la izquierda del escenario, si les gusta El Manco y hacia la derecha si prefieren a Aram. Al frente si les gusta Manuel o Alejandro. Los fans hacia cualquiera de las partes o en el slam; que generalmente se forma frente al escenario, justo detrás de las personas que se colocan frente al escenario (un diagrama sobre la ubicación de los fans en una tocada puede revisarse en el siguiente capítulo). Las actitudes y movimientos, mientras el grupo se encuentra tocando aumentan la carga emotiva del concierto. Destaca El Manco con sus

movimientos de cabeza y sus saltos y carreras por el escenario y Manuel cuando salta hacia el público o establece un diálogo con la audiencia.

El momento emotivo que se crea determina el sentido que se atribuye a la rola que se canta y a los mensajes que a la audiencia se dirijan. Por ejemplo; si se trata de un concierto a beneficio de Chiapas, los mensajes suelen ser en torno al conflicto indígena y contra el gobierno; las canciones seleccionadas para la presentación son las más populares del grupo o bien las que se prestan para el slam. Además, las rolas con marcado contenido social, en caso de que alguien ponga atención a la letra, involucran a las pocas personas que asisten con la intención de ayudar a los indígenas. Del mismo modo, si se trata de un antro en la selección de canciones se incluyen aquéllas que forman parte del disco que para el momento sea más reciente y los mensajes varían. Otro aspecto que se destaca son las fallas en la ejecución de las canciones o del sonido, que pueden causar molestia, risa o comentarios de los asistentes; aunque no son percibidos por toda la audiencia.

La imagen del grupo, su vestimenta, peinado y accesorios facilitan la identificación o rechazo con algunos de los sectores de la audiencia, pues su aspecto suele ser tomando en cuenta, especialmente entre las mujeres. Es importante aclarar que muchas de ellas se convierten en seguidoras de la banda después de haberlos visto, pero también hay que decir, que no son pocas las que escucharon a la banda y les gustaba aun antes de haberlos visto. Para un grupo como Guillotina, la tocada es importante no sólo por ser el lugar privilegiado de interacción cara a cara con la audiencia, sino también, porque sirve como enlace con los fans. Se ha mostrado ya cómo la mayoría de sus seguidores se convierten en fans después de ir a un concierto.

Todos estos aspectos influyen, tanto a la banda, como a la audiencia; pues la respuesta del público es prevista, aunque no previsible, es decir, el público juzga la tocada desde un código de interpretación que ordena la significación en un momento definido y para un grupo determinado, se espera provocar cierta reacción, la cual puede ocurrir o no. Es también relevante el hecho de que estos factores influyen en el mismo instante, pero también lo hacen mediante la elaboración discursiva posterior al evento; agregando más significación a la forma primaria que reciben.

En la circulación, una rola, grabada en un disco, se transforma en bien que se introduce al mercado, es también, el material de trabajo para una estación de radio, su vida dura tres meses y un disco de tres a cuatro sencillos podrá permanecer en radio durante un año; lo mismo sucede con un video en televisión. Estos bienes forman parte de un negocio de disqueras, televisoras, estaciones de radio, pero gracias a la posibilidad de producir sentido, estas mercancías son, además, bienes/formas simbólicas; con más usos de los que la mercadotecnia les reserva.

Guillotina es un grupo de rock, pero en los medios es un grupo grunge, aquí está una de las significaciones que en la circulación se ha agregado a la banda. Otras más se encuentran en la tocada, donde el grupo es parte de la fiesta, donde la audiencia forma parte de una comunidad que, al menos por ese momento, tiene un nombre específico y que le permite compartir, con chavos de filiación similar momentos de disfrute o reconocimiento. Compartir gustos e ideas implica, en algunos casos, que están de acuerdo

con los temas que trata la banda y que han sido descritos en el capítulo anterior. En el correo es el interlocutor distante en espacio y tiempo, pero que responde directamente a un sujeto.

Hasta aquí hemos presentado los bienes, los mensajes y los medios por los cuales circulan o son transmitidos de un emisor a un receptor, pero es el momento de conocer a los interlocutores, a quienes producen y reciben los bienes: los productores y los consumidores, es decir, la audiencia de Guillotina y el grupo.

CAPITULO 3

EL CONSUMO

Sí, sí soy fan del grupo...el consumo inicia donde termina el mercado.

La primera vez que vi a Emma, ella estaba sentada en la banqueta afuera del Gimnasio Juan de la Barrera. Iba a haber una tocada donde la mayoría de los grupos y asistentes eran skatos. Ella se veía diferente porque no era tan jovencita y además no vestía pantalones muy por debajo de la cadera, su blusa no era ni corta ni ajustada y tampoco tenía una docena de ligas o prendedores de colores en la cabeza ni iba con, al menos, cinco amigos acompañándola. Su cabello era largo y lo llevaba recogido en una cola por detrás de la nuca. Sus pantalones eran de mezclilla, azules, llevaba una camiseta negra y botas cafés. Definitivamente no era skata, así que pensé que tal vez le gustaría Guillotina y no me equivoqué.

Emma tiene 23 años, vive en Culhuacán, estudia Filosofía en la UNAM. Vive con sus papás y no tiene hermanos. Le gusta ir a los museos, el teatro, leer y siempre que puede va al cinematógrafo del Chopo. Ve poca televisión, le gustan los documentales y las películas "viejitas" desde un western con John Wayne hasta un drama con Pedro Infante o Jorge Negrete; y aunque no lo confiesa abiertamente, ve otras cosas; ella dice que para poder criticarlas, pero yo creo que le gustan, especialmente las caricaturas.

A veces escucha el radio, Órbita es su estación favorita, también escuchaba Oxido, pero ya no existe. Le gusta el rock y sus grupos favoritos son Nirvana, Pearl Jam, Colective Soul y Soundgarden; de los nacionales prefiere a Santa Sabina, La Cuca y El Clan. Odia el hip hop porque dice que es la peor porquería del mundo, tampoco le gusta el ska.... Y es fan de Guillotina desde 1997, pero los conoce desde el 95, cuando escuchó por primera vez "Seguimos haciéndonos daño" Una vez le pregunte si era fan de Guillotina y ella me dijo:

"Sí, sí soy fan del grupo porque me encanta, porque cada vez que puedo ir a verlos, pues voy, porque me gusta oír sus rolas, porque son los únicos por los que me he metido al slam, me han caído encima, porque... pues, sí, me gusta escucharlos, me laten sus rolas"¹

Emma es un consumidor individual de lo que oferta el mercado de rock nacional, y de la forma como en éste los mensajes son mediatizados ya sea por la radio y la televisión o directamente entre los seguidores del género; es alguien que está ejerciendo una actividad racional, cultural, emotiva, en la que describe a sí misma a través de su elección en el consumo.

Si bien es cierto que los bienes que se adquieren en el mercado son necesarios para la subsistencia también lo son para hacer visibles y estables las categorías de una cultura, ya que "el consumo inicia donde termina el mercado."(Douglas e Isherwood;1990:71)

¹ Entrevista realizada el 10-dic-1998

Una definición antropológica del consumo, desarrollada por Douglas e Isherwood señala que es “aquella área de las relaciones sociales donde las transacciones son libremente realizadas mediante la libre elección de los participantes, cuya percepción de sus propias intenciones es la única restricción, más allá de la ley y el comercio” (1990:156), es decir, el consumidor ejerce una elección soberana que puede hacerlo aparecer como irracional, supersticioso, tradicionalista o experimentador; en todo caso está efectuando una actividad cuya función esencial es su capacidad para dar sentido. Según esta idea, *las mercancías sirven para pensar* pues se trata de un medio no verbal de la facultad creativa del género humano.

Para Douglas, la sociedad dispone de formas convencionales para seleccionar y fijar significados producto de un elemental acuerdo. En este sentido, ve al ritual como una convención que saca a la luz las definiciones públicas. A decir de Douglas, los rituales más eficaces son aquellos que utilizan objetos materiales, y en tanto más costosos sean los instrumentos rituales, más persistente será la intención de fijar los significados. En esta perspectiva, “los bienes son accesorios rituales; el consumo es un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos” (1990:80)

De lo anterior se desprende que es la propia racionalidad la que lleva a los seres humanos a dar sentido al medio ambiente en que se desenvuelven, de modo que el objetivo más general del consumidor es la construcción de un mundo inteligible con las mercancías que elige, esto es, en el consumo se utiliza a las mercancías para hacer firme y visible una serie de juicios en los cambiantes procesos de clasificación de las personas y los acontecimientos. Douglas piensa que la idoneidad de la elección se logra con la contribución de los compañeros que asisten al ritual del individuo y lo invitan a los suyos. De esta forma, el individuo utiliza el consumo para decir algo sobre sí mismo, su familia, su localidad; y el tipo de declaraciones que emite se relaciona con la clase de universo en que está inserto. (1990:83)

Pese a que esta definición del consumo presenta una cara del consumidor que está más allá de la visión trivializada de los gustos y la manipulación publicitaria; vale decir que no descarta ni la moda ni el cambio en los gustos. Sólo que los ve a la luz de la periodicidad del uso y en relación con el rango social. En una sociedad estratificada la periodicidad del consumo utiliza jerarquías marcadas y crea mercancías de calidad en las que es muy probable que los artículos de lujo del hombre común sean los artículos básicos de la vida cotidiana en las clases altas; por lo que las mercancías también sirven para establecer diferencias entre las diversas clases de personas. El proceso de poner o pasar de moda depende de los cambios en la división del trabajo al interior y más allá del hogar, así como del efecto en el cambio de precio de un servicio sobre la demanda del otro.(1990:139) Los gustos cambian hasta integrarse al modelo general de periodicidades que sincronizan la producción doméstica con la disponibilidad personal en un determinado nivel de tecnología del consumidor.

Continuando con la idea de que el consumo sirve para pensar, García Canclini da a los estudios sobre consumo un enfoque más cercano a la comunicación y las formas de ejercicio de la ciudadanía en un mundo globalizado y multicultural. Propone partir de la definición de consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”(1995:42) el consumo es comprendido más allá de

su racionalidad económica, en su racionalidad sociopolítica en que interactúan reglas de distinción entre los grupos, expansión educacional, innovaciones tecnológicas, moda.

Cuando un consumidor selecciona un bien y se apropia de él define lo que considera públicamente valioso, las maneras de integrarse y distinguirse de otros grupos en la sociedad y combina lo pragmático con lo disfrutable. Así, el consumo se presenta como un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo.

García Canclini señala que, en la ciudad, los contextos familiares, de barrio y de trabajo controlan la homogeneidad del consumo, las desviaciones en los gustos y en los gastos y que en la actualidad la heterogeneidad y las segmentaciones dentro de cada nación así como las comunicaciones fluidas con los órdenes transnacionales de la información, de la moda y del saber permiten encontrar códigos que posibilitan el entendimiento más allá de la clase, la etnia o la nación formando comunidades internacionales de consumidores (como los jóvenes en torno al rock o los televidentes de las series gringas).

El consumo, según Bourdieu, es también lugar de distinción y diferenciación entre los grupos. En esta perspectiva, se destacan los aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad consumidora. En buena medida, las relaciones sociales se construyen no en la lucha por los medios de producción y la satisfacción de necesidades materiales, sino en la apropiación de los medios de distinción simbólica. La lógica que rige los bienes en tanto objetos de distinción no es la de la satisfacción de necesidades, sino la imposibilidad de que otros tengan bienes que son escasos.

Cuando un bien llega a los consumidores se inserta en un sistema de habitus, es decir, por "sistemas de disposiciones durables y transponibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes"(Bourdieu; 1980:88) los habitus sistematizan el conjunto de las prácticas de cada persona y grupo y garantizan la coherencia con el desarrollo social, son construidos, en su mayoría, desde la infancia y no por influencias ocasionales. Los habitus programan el consumo de los individuos y las clases, es decir, lo que van a sentir como necesario.

Sin embargo, las prácticas no son meras ejecuciones de los habitus producidos por la educación familiar, escolar y la interiorización de reglas sociales y el capital económico; en las prácticas sólo se actualizan aquellas disposiciones del habitus que encuentran condiciones propicias para ser ejercidas.

Todos los enfoques o acercamientos al consumo destacan que éste constituye una parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad y aunque está limitado por condiciones sociales, económicas y culturales, no deja de ser un ejercicio libre y racional de los individuos; que al comprar las mercancías, selecciona los bienes por medio de los cuales habla de sí mismo y de sus grupos de pertenencia con las personas que lo rodean. "Comprar objetos, colgárselos en el cuerpo o distribuirlos por la casa, asignarles un lugar en un orden, atribuirles funciones en la comunicación con los otros, son los recursos para pensar el propio cuerpo, el inestable orden social y las interacciones inciertas con los demás. Consumir es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora"(García Canclini;1995:48)

Ahora, lo interesante es saber cómo son los consumidores de las música de Guillotina. Primero, hay que decir los bienes simbólicos de los que se trata son música, discos, ya hemos visto, se transmiten o difunden por medios de comunicación meso y macro, lo cual significa una audiencia potencial bastante considerable. Sin embargo, el

principal acercamiento se hizo, básicamente en la tocada, es decir, entre el público especializado (en género rock).

Caracterizando a la audiencia como consumidores

La música de Guillotina no sólo es accesible a sus seguidores, como Emma. También es disponible a un gran número de receptores que constituyen la audiencia nada arbitraria del rock nacional. Existen varios tipos de públicos, los cuales son condicionados por determinantes como: el capital cultural (adquirido principalmente en la familia y la escuela) y el capital económico correspondiente a los ingresos personales y familiares; asimismo, la edad y el género influyen en las preferencias por el tipo de bienes simbólicos que se seleccionan, para el caso, el tipo de música que se prefiere.

Para conocer a los consumidores que conforman la audiencia de Guillotina se presentarán los perfiles educativos, zonas de residencia, edad, género y las preferencias relacionadas con el rock. Para facilitar la caracterización, la audiencia se ha dividido en dos:

- a) ocasional: aquéllas personas que les gusta o no el grupo, pero que van a un evento en el cual participa; relacionándolos con el tipo de tocada.
- b) los fans: personas que van expresamente a la tocada a ver a Guillotina y que además tienen objetos relativos al grupo y otras características que los hacen ser seguidores frecuentes de la banda. (Comparten gustos y/habitus)

La audiencia ocasional

Es importante señalar que el acercamiento metodológico se realizó, para el caso de la audiencia ocasional, principalmente por cuestionarios con preguntas abiertas en las tocadadas; y en el caso de los fans hubo un contacto más cercano y se realizaron entrevistas.

Durante la realización del trabajo de campo asistí a un total de veinte conciertos de todo tipo: en escuelas, antros, tardeadas, masivos, etc. En prácticamente todos los eventos, la mayoría de la audiencia se conformó de jóvenes, hombres y mujeres de entre 17 y 23 años, prácticamente todos estudiantes; principalmente de escuelas públicas.

Es posible señalar algunas diferencias relativas al horario de los eventos; esto es, los vespertinos (masivos, tardeadas, escuelas) y los nocturnos (antros). En cuanto al género, es mayor la cantidad de hombres que van a las tocadadas, pero no abrumadoramente (40% mujeres, 60% hombres). No obstante, es claro que cuando los eventos son vespertinos aumenta el porcentaje de mujeres en la audiencia, que en eventos nocturnos disminuye notablemente (80% hombres, 20% mujeres); pero esto también se aplica a la audiencia en general, ya que los eventos nocturnos suelen tener un menor número de público. Es común llegar en grupos de tres a cinco personas o en parejas, difícilmente se llega sólo (lo cual es más común en un antro), pero de ser así, generalmente se encuentra o hace un amigo en el lugar.

En eventos vespertinos, la mayoría de la audiencia estudia la preparatoria o equivalente, mientras que en las tocadadas nocturnas es más universitario, consecuentemente, las edades de la audiencia vespertina fluctúan entre los 17 y 18 años, mientras que la

nocturna es más veinteañera. Esto se explica, no sólo por la restricción en el acceso a los menores de edad en los antros, en muchos de los cuales se puede entrar siendo menor de edad, sino también, porque al ser un público mayoritariamente estudiantil y juvenil, depende económicamente de sus padres (todas las personas con las que tuve contacto vivían con sus padres) de modo que sus ingresos son restringidos, es común escuchar entre los chavos que van a las tocadas decir: “No fui porque no tenía varo para el taxi” o “Voy si me prestan el carro porque un taxi a esa hora si sale muy caro”.

Hay una diferenciación muy clara entre el público que asiste a los eventos masivos y en escuelas y el que asiste a los antros en cuestión económica; los que van a los antros son más de clase media, lo cual se aprecia no sólo por el gasto que implica pagar un boleto que cuesta más de \$50.00 y el taxi, sino también por el tipo de ropa que se utiliza en estos lugares, los accesorios, los peinados, etc. suelen ser más a la última moda, especialmente entre las mujeres. En este tipo de audiencia ‘antrera’ no hay que descartar a los que no les causa ningún problema asistir en su propio auto con sus amigos y tampoco representa ningún problema absorber el costo de \$140.00 en un antro, pero éstos, generalmente desconocen al grupo y van al antro sólo a socializar.

En los eventos masivos y en escuelas donde el costo del boleto es de entre \$15.00 y \$20.00 y se llega en el transporte público, la ropa es más a la moda callejera y es mucho más marcado el uso de tatuajes, body piercing, playeras con logotipo de los grupos predilectos (principalmente nacionales). Aunque también hay presencia de clasemedieros, la mayoría de la audiencia no parece serlo. El nivel varía hacia arriba o hacia abajo si la tocada es en escuela pública o privada.

En ambos casos, se trata de públicos consolidados que habitualmente asisten a eventos del grupo(s) y género(s) de preferencia y lo hacen desde casi cualquier parte de la ciudad y su zona conurbada, principalmente de las periferias, sin importar las distancias que haya que recorrer, sobre todo si se trata de un evento masivo. Los que prefieren los antros acostumbran ser asiduos del lugar más que del género o grupo que toca.

En eventos vespertinos hay una gran diversidad de públicos; pues generalmente se presentan varios grupos, a veces de distintos géneros musicales (sobre todo en masivos) por lo que se puede encontrar un dark vestido todo de negro, con falda larga si es mujer y maquillaje oscuro muy a lo vampiro, un urbano con pantalones ajustados y una camiseta del Tri, un skato o hip hopero con pantalones muy flojos, tenis, camisetas deportivas, en el caso de los chavos y las mujeres utilizan pantalones muy flojos con camisetas cortas y muy pegadas, tenis y muchos adornos en el cabello, que generalmente es corto. Es muy visible el body piercing y el tatuaje. Dependiendo de los grupos que se presentan la audiencia de cada género será más o menos numerosa.

En cuanto al comportamiento durante el concierto, en los eventos masivos, pese a que se reúnen públicos seguidores de distintos géneros, es difícil que se presente un rechazo generalizado y que a algún grupo se le baje del escenario, más bien los ignoran, salvo algunas excepciones. Lo más común es el flujo de la audiencia, como se trata de conciertos que duran hasta diez horas, constantemente entra y sale gente del lugar, se permanece expectante, se camina, se sienta, se platica con los amigos, generalmente hay varios chavos de la misma escuela y los grupos son muy numerosos. Cuando se presenta alguna banda de interés se acercan al escenario y comienzan el slam. En eventos realizados en antros, sucede algo similar, si se trata de festivales que reúnen a varios grupos, si es uno

sólo y no interesa demasiado, simplemente es como parte de la música de fondo que se escucha toda la noche, de lo contrario se le escucha con atención y a veces hasta hay un poco de slam.

De la audiencia ocasional se puede decir que es un público de consumidores; por una parte, de clase popular, que ven televisión abierta, pero los canales 11, 22, 13 ó 7 (es claramente visible el desprestigio y el desprecio por televisa). Escuchan, principalmente música en español. Ocasionalmente leen una revista o libro que compran, al igual que los discos en el Tianguis del Chopo. Sus discos no siempre son originales, tener una copia de algo original es significativo. El Chopo desempeña un papel importante no sólo para los discos que se poseen, sino porque ahí también se adquiere ropa de segunda, se hacen tatuajes y piercing en la calle y no en un estudio profesional. En este lugar es posible tener acceso a un capital cultural determinado mediante un capital económico menor.

Otra parte, es un público clasemediero, que va con menos frecuencia al Chopo, compra sus discos en Mixup y ve televisión por cable, principalmente MTV. No usa ropa de segunda, se tatúa y perfora en estudios profesionales. Existen también los intermedios: ni totalmente popular, ni totalmente clase media.

Es importante destacar que la mediación extendida es fundamental al momento de conformar la audiencia de rock, especialmente si se declara que para llegar a uno de estos eventos la publicidad es muy poca, se trata principalmente de boca en boca.

Prácticamente todo el público conoce al menos una rola de Guillotina; sea por interacción cara a cara y mediación extendida, es decir, porque los ha visto en algún evento similar o porque a algún amigo le gusta (y es cada vez mayor el número de personas que van a una tocada colectiva porque, dentro del conjunto de grupos que conforman el cartel se encuentra Guillotina); aquí opera fundamentalmente la cuasiinteracción mediada, esto es, la difusión en radio de rolas como "Aquí", "Otra Vez" y "Todo sigue igual" o de los videos. Gracias a la cuasiinteracción mediada es cada vez más numerosa la fracción de la audiencia que corean las canciones del grupo que han sido sencillos en radio, incluso en los antros, donde buena parte de la audiencia o no conoce al grupo o sólo lo conoce de nombre.

En este tipo de audiencia, aquellos a quienes les gusta Guillotina, generalmente prefieren el rock, grunge, metal y dark y grupos como La Cuca, La Castañeda o Santa Sabina; y tienen el disco **Rock Mata Pop** y los chavos arman un slam bastante grande, lo suficiente como para que Manuel salte al público y tarde varios minutos en regresar; momento propicio para que también las chavas se acerquen y traten de tocarlo, de no ser así, permanecen cerca del escenario y pasan todo el concierto gritando: Manco! Manuel! y haciendo señales de apoyo con el pulgar o saludando si les parece que alguno de los guillotinos las ve. Si no les gusta Guillotina prefieren el ska y el hip hop y grupos como Los Fabulosos Cadillacs, Panteón Rococo, Molotov o Plastilina Mosh. En las tocaditas permanecen lejos del escenario o parados en su sitio platicando con los amigos.

Los Fans

Para un rockero es un tanto despreciable el calificativo de 'fan' pues generalmente se asocia con las niñas que gritan en el colmo de un clímax casi orgásmico, esperando a su estrella en el aeropuerto con grandes carteles de bienvenida. De modo que, aunque son fans, no siempre lo asumen de esa manera. Una vez, Alejandro me dijo "yo no soy así fan,

fan de Guillotina pero si me gusta mucho, tengo **Rock Mata Pop** y voy a comprar el nuevo y los veo cada vez que puedo”² y Mabel me comentó: “No soy fan de nadie, pero si pudiera decirse que soy fan de alguien sería de Guillotina”³ Hasta su club de fans se llama “La Banda Seguidora”. Un fan no es sino un seguidor entusiasta de alguien destacado en alguna actividad; todo lo demás no necesariamente ocurre, ni se es fan con el mismo grado de entusiasmo y, aunque para algunos sea desagradable, cuando a alguien le gusta bastante un grupo y lo sigue con regularidad se le llama fan.

Hay, al menos, unas 100 personas inscritas en “La Banda seguidora” y un buen número más que se asume como fan, sin ningún problema: aquéllos que acostumbran decir: “Ya hace mucho que no veo a Guillotina, como que ya hace falta...” aunque los hayan visto hace un mes o quince días, o “Hace un mes que no los veo, tu sabes que eso es mucho para un fan”. “Mis discos de Guillotina, los escucho diario... si todos los días”. “No puedo decir cada cuando los oigo, pero si es muy seguido, cada vez que puedo, en el carro siempre hay un cassette de ellos...” Todos ellos cantan, gritan, ‘slamean’ en los conciertos. Piden autógrafos, pegan calcomanías en lugares visibles como sus mochilas, cuadernos y carteras. Tienen recortes de revistas, fanzines, fotografías. Graban programas de radio y T.V. Escriben al apartado postal o mandan E-mails. Saludan a los guillotinos y hablan con ellos siempre que pueden, el contacto es bastante familiar, muy entre amigos. Contrariamente a lo que opinan las personas que no son fans ellos piensan que los guillotinos son muy accesibles.

¿Los fans de Guillotina son grungies? Es posible. De ellos se puede decir que visten con cualquier zapato, botas, tenis, chamarras y pantalones de mezclilla, bermudas, camisetas y gorras con logos de Guillotina, pero sólo los chavos. Las mujeres no llevan camisetas con logos y a diferencia de las skatas, darks y urbanas usan poco o ningún maquillaje, pantalones, blusas, camisetas, botas, tenis, zapatos de tacón, flat, en algo interviene la moda, aunque no muy abiertamente. En ambos géneros pueden tener o no piercing y tatuajes, pero no es tan común como entre los dark y los skatos. El cabello, tanto para hombres como para mujeres, es predominantemente largo, también es poco común que tiñan mechones de algún color. Su apariencia es informal, cómoda. Lo que importa de la apariencia es que parezca que la apariencia no importa (muy a lo grunge).

La edad promedio de un fan de Guillotina es de 20 años, pero entre sus seguidores puede haber chavos desde 16 hasta 25 años. Aunque en eventos de rock es siempre mayoría el número de hombres que asisten, no son pocas las mujeres que son fans del grupo. Es fácil ubicarlas en las tocadas, pues se colocan hacia la izquierda o derecha, muy cerca del escenario, pero lo suficientemente lejos como para no ser golpeadas en caso de slam. También en este caso se aplica la disminución de audiencia nocturna, sin embargo, es notable el esfuerzo que algunos fans, principalmente las chavas, realizan para ver al grupo en este tipo de tocadas.

Como buenos seguidores, van a cualquier lugar a ver al grupo: masivos, escuelas, antros, conferencias, promociones, etc. siempre y cuando se enteren del evento, pues, al no haber demasiada publicidad, salvo algunos carteles y ocasionales menciones por radio, la convocatoria se transmite, sobre todo, de un amigo a otro. Sin importarles las distancias que haya que recorrer (hay chavos que van desde Tlalnepantla hasta Xochimilco o desde

² Entrevista realizada el 28-nov.-1998

³ Entrevista realizada el 8-oct.-1998

Magdalena Contreras hasta Ojo de Agua) los fans son capaces de recorrer toda la ciudad para ver al grupo. Las zonas de residencia pueden ubicarse en cualquier parte de la ciudad, preferentemente en el Norte (Tlalnepantla, Ecatepec, G.A.M), Oriente(Iztapalapa) y un poco menos en el Sur (Coyoacán, Tlalpan, M. Contreras).

El número de fans del grupo ha ido creciendo, ya se ha dicho que en relación estrecha con la difusión en radio y televisión. Especialmente durante el ciclo de vida de la producción **Rock Mata Pop**. Sin duda, una gran cantidad de la audiencia de fans del grupo se formó y consolidó en el periodo que corresponde a este disco y a la gira "Pa' que te' duques" realizada en varias universidades y escuelas del D.F. durante 1997, incluso fue en esta gira cuando se formó su club de fans. Pablo, quien es uno de los iniciadores de "La Banda seguidora" (así se llama el club de fans) comenta:

"... formar el club de fans fue una idea mía y de dos amigos: Levi y Selegna, porque conocíamos a la chava que llevaba el club de Los Lagartos, entonces dijimos por qué no formamos uno, yo les dije, pues uno de Guillotina, a mí me gusta mucho, a mí amigo Levi también le gusta mucho, en el concierto de la gira Pa' que te' duques dos... fue en la Universidad de Martell, hablé con Manuel y con El Manco y dijeron que sí. Ya de ahí seguí mi proyecto y el club, ya bien formado fue en el concierto del Colegio Madrid, también de esa gira, ahí fue cuando hablé con el manager... pero fue en los conciertos que íbamos llevábamos una lista y le preguntábamos a cada quien 'te gusta Guillotina, te gusta Guillotina' y ya los apuntábamos y después les hablábamos por teléfono, hicimos dos juntas...."⁴

No obstante, hay que señalar que el club de fans no funciona como los clubs de fans tradicionales. No se tienen credenciales, ni se realizan actividades de ningún tipo. Sólo son chavos que comparten su gusto por Guillotina y se hablan en los conciertos o por teléfono para enterarse de las presentaciones del grupo.

Es de destacar que el comportamiento de los fans se relaciona con los ciclos de vida de cada disco. Cuando la rotación en radio y las presentaciones correspondientes a **Rock Mata Pop** fueron disminuyendo, también los fans asistieron con menor frecuencia a las tocadas. Cuando apareció **Mientras el Resto Sigue** muchos de los fans que hacia tiempo no veían al grupo volvieron a concurrir regularmente a sus presentaciones. Asimismo, hay una especie de renovación de fans; con cada producción hay nuevos fans y los anteriores se van alejando un poco del grupo. El periodo de tiempo que llevan siendo fans se relaciona con la frecuencia de su presencia en las tocadas. Los 'viejos' fans son un poco menos asiduos mientras que los 'nuevos' fans tratan de no perderse ni una sola tocada. Al respecto Denisse, quien es fan del grupo desde hace cuatro años, pasó aproximadamente un año sin estar en una tocada de Guillotina, ella recuerda:

"Antes si iba más seguido, una vez fui a tres tocadas en un mismo día, me paraba frente al escenario y gritaba, pero ya no; si me sigue gustando y soy fan, pero ya no tan fan, fan"⁵

⁴ Entrevista realizada el 6-nov.-1998

⁵ Comentario hecho en una tocada el 22 de mayo de 1999

Sin embargo, ya sean viejos o nuevos fans, tratan de estar presentes en eventos importantes, como la presentación del disco 'Mientras el resto sigue' en la cual se reunieron fans que no habían visto al grupo desde hacía mucho tiempo:

“... la última vez que los había visto fue en una masivo en UAM Xochimilco, eso creo que fue en... 97, pero ahora que ya salió el nuevo disco y que ya empiecen a tener presentaciones pues voy a tratar de verlos más.”⁶ (Daniel)

El hecho de que su presencia no sea tan constante no significa que no sigan las actividades del grupo, generalmente tratan de estar informados de lo que pasa con la banda, siguen guardando recortes de revistas o viendo programas de televisión, escuchando entrevistas en radio. En cuanto a su comportamiento en las tocadás, a diferencia de los nuevos fans, suelen no estar muy cerca del escenario, difícilmente se ubican en primera fila. Corean las rolas del grupo, gritan y bailan slam.

Los fans de Guillotina son muy tolerantes; es común que los fans defiendan con ahínco a su grupo cuando a alguien no le gusta y en ocasiones pueden ser agresivos con los fans de otros grupos durante los conciertos. Ellos simplemente ignoran a los que no les gusta el grupo, aun cuando ellos mismos sean agredidos. Hablan muy bien del grupo, lo recomiendan, corren cintas e invitan a sus amigos a las tocadás, y no son agresivos.



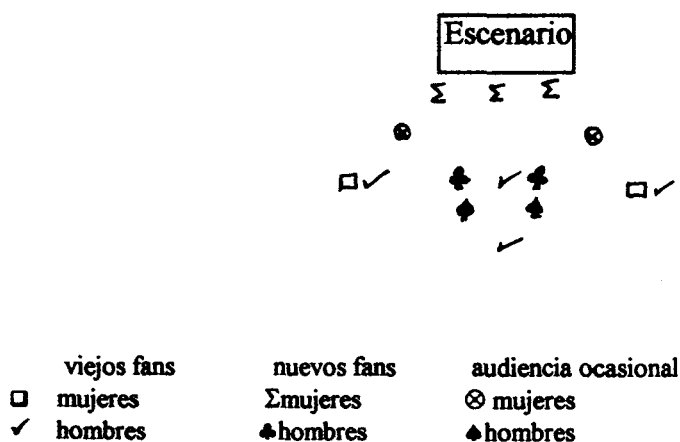
Concierto en el museo del Chopo. Septiembre 1997

⁶ Entrevista realizada el 17- nov.-1998

La mayoría de los fans de Guillotina son parte de la audiencia que no es ni tan popular como para no poder pagar un boleto de \$60.00 y un taxi, o con una mamá o hermano que pase por ellos; ni tan clase media, como para poder hacerlo cada fin de semana. Compran discos originales y piratas, lo mismo en el Chopo que en Mixup. Ven poca televisión, lo mismo abierta que por cable, desprecian a Televisa y en menor medida a T.V. Azteca. Les agrada ir al cine, a los museos. Escuchan Órbita, pero también Radioactivo. Les gustan grupos nacionales, pero también los que cantan en inglés. En general, tienen costumbres, bienes y recursos parte popular, parte clase media.

Así son los consumidores que eligen los bienes rockanroleros para agruparse y distinguirse del resto de la población juvenil urbana del D.F., pero también de los distintos géneros al interior del rock. Esto significa formar parte de un ambiente que se debate entre la legitimidad underground y la poca autenticidad asociada con lo comercial. Significa tratar de ganar espacios en los medios masivos sin comprometer la honestidad. No es gratis eso de "Rock mata pop", esta forma de pensar es parte de la lucha que los jóvenes mantienen en el rock para apropiarse los bienes culturales y legitimar y distinguir lo propio, pues la divulgación devalúa y la rareza del consumo y de los bienes les da más 'clase.'

A continuación se muestra un diagrama con la ubicación de la audiencia de Guillotina en los conciertos. En él se aprecia los lugares que prefieren los fans nuevos y viejos, la audiencia ocasional, así mismo las diferencias de género.



Lo que sigue es tratar de analizar cómo son recibidos los mensajes transmitidos en las formas simbólicas o cuál es el sentido atribuido y cómo son apropiados estos bienes por los receptores.

La recepción y la apropiación de los mensajes (mass)mediados

Hablar de recepción implica hablar de un proceso en el que los bienes, las formas simbólicas una vez que las hacemos parte de nuestro entorno se encuentran entre nosotros en las diversas formas en que las hacemos parte de nuestra vida cotidiana. En el caso de los fans de Guillotina esto se hace evidente desde el momento en que pegan una calcomanía en su mochila, llevan una camiseta de Guillotina a las tocadas y los diversos objetos que tienen del grupo ocupan un lugar especial en sus recamaras.

Los bienes no son sólo objetos de reconocimiento y distinción, sino también mensajes que influyen en la forma de ser y asumir la vida:

“... en esas épocas... se me hacía como bastante estúpido ir a misa los domingos, porque mis papás son de esas personas de las que los domingos tempranito antes de nada ir a misa: ‘que cámbiense porque, o sea, ya llegué’ y ‘yo por qué’, o sea, y de repente llegó la rola (“En qué creer”) y bueno, ‘por qué diablos tengo que ir’... y ya de ahí una vez que la puse en mi casa: ‘Sacrilégio qué es eso, cómo que no existe Dios, qué te pasa’. No sé, también fue como... escudo un ratito esa rola, porque sí, antes no, no era muy así como soy ahora. De que conocí a Guillotina sí, te digo, sí cambié radicalmente, ya el pelo largo, aretes y todo eso ya fue después, a raíz de Guillotina... Sí, sí, para mí Guillotina ha sido... Guillotina y Nirvana porque fueron los dos por ahí más o menos... sí porque no sé, llegué a escuchar a Metallica y pus que ponchado, pero así como para cambiar de plano. Por mi casa se oía a Luis Miguel, a Armando Manzanero y todo eso. Yo a veces ahí, soportándolo, llegaba a oír música cuando no había nadie, que nada más estaba mi hermano, pero, pues así, te digo, nadie de por ahí por mí... nadie de mi cuadra le gusta el rock, que yo conozca. Entonces básicamente influencias, pues yo las empecé a tomar solo desde chavito... ya en la secundaria... ahí conocí a un cuate que sí era bastante, tenía cuates mayores que sí eran bastante rockanroleros... cosas por el estilo Poison, Skid Row, Mötley Crüe, todas esas cosas. Si me gustaban, pero ‘está chido ¿no?’, pero hasta ahí ¿no? Hasta que oí a Nirvana dije: guau!, órale! Qué es esto! Y traducción de las rolas ¿no? Ya sabes que te interesa algo y buscas, empecé a traducir y me parecieron bastante interesantes y sí cambié un poco de mi forma de pensar, pero no lo demostraba tanto, ya cuando escuché a Guillotina como que sí dije: ‘... uta, ca.... Puf!?’ sí, sí, o sea para mí sí... cambié bastante.... No sé, tal vez porque... me identificaba mucho con sus rolas. Mucho de lo que querías decir y a veces no te salía lo encontrabas ya escrito y bien plasmado en un ritmo que te gustaba, igual por eso”⁷ (Ernesto)

Los productos (mass)mediados (Guillotina), no son sólo bienes que deben ser consumidos, son también mensajes recibidos por individuos y grupos situados en contextos culturales específicos que emplean los recursos de que disponen (convenciones interpretativas, medios técnicos y económicos) para entenderlos y apropiárselos.

⁷ Entrevista realizada el 17-dic. 1998

La apropiación “es el proceso de ‘hacer propiedad de uno’ algo que es nuevo, ajeno o extraño”(Thompson;1990:350). Este proceso debe ser entendido en relación con los individuos particulares que en el curso de su vida cotidiana reciben los mensajes mediados, hablan acerca de ellos y por elaboración discursiva los integran a sus vidas.

En cualquier texto o mensaje coexisten, potencialmente, varias interpretaciones que pueden ser actualizadas por diversas audiencias, pues éstas:

“tienen la capacidad de asignar su propio sentido a los medios de comunicación y, además, en el proceso de recepción los medios satisfacen una gama de intereses y placeres legítimos de la audiencia...las audiencias se apropian el significado y lo transforman para sus fines particulares” (Bruhn; 1992:97).

Un mismo discurso o mensaje puede producir efectos de sentido diferentes en diferentes contextos históricos y aun en diferentes ‘zonas’ de la sociedad.

La recepción es un proceso activo y potencialmente crítico a través del cual, los individuos participan en un esfuerzo por comprender, entender y evaluar los mensajes que reciben y de relacionarse con ellos y compartirlos con los demás o excluir a quienes no los poseen o no los entienden.

Para analizar la recepción de Guillotina se han considerado aspectos como: los modos típicos de apropiación de los productos (mass)mediados, las características sociohistóricas de los contextos de la recepción, la naturaleza y la importancia de las actividades de recepción, el significado de los mensajes según lo interpretan los receptores, la elaboración discursiva de los mensajes mediados, las formas de interacción en la apropiación.

1.Modos típicos de apropiación de los productos (mass)mediados.

En la esfera de la recepción existe una región principal dentro de la cual ocurre la recepción y regiones periféricas que se excluyen de ésta. La región principal se sitúa en un lugar físico, que puede ser la habitación, la sala, etc. Las regiones periféricas pueden corresponder con la mediación extendida. La región principal es, también, escenario para la cuasiinteracción mediada; un marco interactivo para los individuos que pueden realizar otra actividad o interactuar con otros individuos mientras participan en el proceso de recepción. Como Emma, cuando estaba leyendo mientras escuchaba su radio.

Los modos de apropiación se vinculan con la naturaleza del medio técnico de transmisión. Como Guillotina es una banda de rock, los medios técnicos son discos, radio, televisión, prensa escrita, presentaciones; es decir, para apropiarse de los mensajes transmitidos por Guillotina, se requiere de una cinta, un reproductor de cintas, un radio o una televisión, pero también y esto es más importante, ser parte de la fauna rockanrolera nacional. Saber en qué espacios se puede tener acceso a estos bienes: lugares de venta o presentaciones, horarios de los programas, nombres de las revistas, poder distinguir entre una banda de hip hop y una de ska y a éstas de una de rock. Saber si Guillotina es grunge, rock, metal; en otras palabras ser competente en el campo de acción para interactuar con los semejantes.

Esto implica compartir las convencionalidades y marcos referenciales en los cuales cobran sentido las bandas de rock y particularmente Guillotina. Por otra parte, las

condiciones de recepción influyen directamente en el sentido que adquiere cada uno de los mensajes; a veces se capta la música, otras, la letra, y de éstas algunos detalles. En algunas ocasiones se puede sentir melancolía o rabia y calificar de esa forma a la canción, otras lo contrario, también influye si se escucha sólo o en compañía, en la casa o en una tocada.

2. Características sociohistóricas de los contextos de recepción.

La recepción y apropiación son prácticas situadas, es decir, los mensajes mediados son recibidos por individuos o grupos en contextos sociohistóricos particulares (es decir en México con situaciones de globalización y desarrollo regional, problemas económicos y políticos, desde las clases media y popular, siendo estudiantes que viven con sus padres, consumidores de rock y seguidores del rock nacional underground, que pueden ser grungies de la generación x); en tiempos y espacios particulares (entiéndase: escuela, casa, tocada) ya sea aislado o en compañía de otros.

La frecuencia con que se escucha a Guillotina entre los receptores ocasionales depende de la programación en radio o T.V. En radio es de una o dos veces por día durante tres o cuatro meses. En tocadas es de una o dos veces al año. Entre los fans los discos se escuchan diario o al menos una vez por semana.

“...diario, diario pongo mis discos de Guillotina...cuando ando cansadona, llegando de la escuela pongo ahí mis discos...”⁸ (Selegna)

Se va a las presentaciones una o dos veces al mes, esto depende del número de presentaciones del grupo en la ciudad y de la difusión de los eventos; así como de la capacidad económica, las actividades escolares, y el género. Al respecto, es de destacar que las chavas se encuentran sujetas a poder conseguir la compañía de alguien para ir a las tocadas, especialmente si son de noche.

Los patrones temporales de la actividad receptiva se sujetan a horarios de programación, gustos y preferencias del receptor, organización temporal de los aspectos rutinarios de su vida, relaciones de poder. Para el caso de los fans de Guillotina; que son principalmente chavos de entre 16 y 20 años, tienen que cumplir con ciertas normas establecidas por sus padres; la escuela es una de ellas. Como su principal actividad es el estudio, la organización del tiempo gira en torno a ésta. La mayoría de los chavos pasan una gran parte del tiempo entre semana en la escuela o realizando actividades con sus compañeros; generalmente llevan walkman y escuchan cassettes con sus bandas preferidas o el radio y por la noche o tarde ven un poco de televisión. No es de extrañar que los programas de televisión sobre rock generalmente se transmitan en horario nocturno o vespertino y que los eventos en antros se realicen en fin de semana y que para asistir a un evento entre semana, la mayoría de ellos decida no ir a clase ese día.

Los eventos relacionados con el rock y con Guillotina son especiales dentro de la vida de estos jóvenes. Escuchar un disco o ir a una tocada implica acceder a un momento que les resulta propio, es decir, estar en espacio y tiempo donde pueden abstraerse de la condición subordinada de hijos, estudiantes, trabajadores y en general jóvenes.

⁸ Entrevista realizada el 7-mar.-1998

3. La naturaleza y la importancia de las actividades de recepción.

En principio, las actividades receptivas ponen en juego la aplicación de conocimientos ya adquiridos, que van desde conocer el lenguaje de la banda rockanrolera, los términos utilizados por la crítica, el comportamiento en una tocada, etc. los cuales se enlazan con las actividades de la organización rutinaria de la vida; aquí tiene un papel importante el grado de atención con que se reciben los mensajes. Se escucha a Guillotina en casa con la amiga mientras se platica, o en el antro mientras se establecen relaciones amistosas con otros chavos de gustos similares, también cuando se está solo o cansado para relajarse, mientras se hace la tarea. En todo caso, es preciso señalar que, con excepción de aquéllos a quienes no les gusta, tarde o temprano se pone atención a las letras; los primeros suelen decir frases como: “no los he escuchado bien” “no les he puesto atención” “sólo los escucho como música de fondo” y entre los fans es clara una identificación.

Cuando se inicia la actividad de recepción es importante destacar la competencia de los sujetos pues de ello depende la calificación que se dará al grupo, ya sea como fresa, ruidoso, sangrón...y todo ello contribuye a definir los usos posteriores que los mensajes tengan.

Así, las formas de recibir los mensajes en la vida cotidiana varían y devienen formas de actuar muy significativas para el receptor. Pueden ser maneras de relajarse, de compartir experiencias con los demás o de escapar temporalmente de las presiones de la cotidianidad.

4. El significado de los mensajes según lo interpretan los receptores.

Al recibir los mensajes, los individuos toman y emplean convenciones de diversos tipos que les permiten decodificar y entender los mensajes que en este proceso son evaluados, aceptados o rechazados y se toma posición frente a ellos. Como Javier, alguien en la audiencia ocasional cuando señala:

“... su música es fresa y a las letras no les he puesto atención. Ellos dicen ‘Rock mata pop’ pero son pop, su música se me hace pop... rock es Santa Sabina, La Castañeda y las letras si se me hacen profundas... además me cae gordo El Manco, se me hace que es muy altanero”⁹

Por otra parte están aquellos que sin ser fans si les gusta el grupo; como Jonás: “... me gusta como tocan, tienen power y las letras son buenas”¹⁰ sin embargo, regaló su disco **Rock Mata Pop** en una fiesta, según me dijo estaba medio pedo y se lo dio a una amiga.

En ambos casos se están poniendo de manifiesto las nociones que con respecto a la buena música se tienen. Implícitamente se manejan los conceptos de lo que se considera rock, fresa, bueno o malo y en el caso de Javier, la importancia de la actitud de los integrantes de los grupos; muy en el estilo de que en el rock todos son banda y no hay discriminaciones. También está en juego la idea de “el rock es para hacerte pensar”, que

⁹ Entrevista realizada el 18- feb.-1998

¹⁰ Entrevista realizada el 28- nov.-1998

más que música es una actitud, casualmente muy en el estilo del rollo manejado por Guillotina cuando dice rock mata pop.

En cuanto a los fans, éstos destacan la música, pero sobre todo las letras y la actitud del grupo:

“Me gustan las letras, creo que es de los pocos grupos que son congruentes con lo que hablan, eso me gusta. No son como los de Molotov que, según ellos manejan un rollo popular, pero viven en el Desierto de los Leones... Ellos no, son accesibles y me gusta como piensan, al menos cuando los he escuchado en las entrevistas en el radio si se ve que piensan bien... me gustan sus letras, son congruentes con lo que piensan y hacen”¹¹ (Alejandro)

De las letras también destacan el hecho de que, en su momento, fueron algo muy diferente a lo que se escuchaba en esa época, “que no sean tontas y que hacen pensar en lo que está pasando”, “realistas, para darse cuenta de lo que es la vida de a de veras”, “no tan radicales como para hacerte cambiar, pero si suficientemente agresivas como para que te des cuenta de lo que es la vida”, “dirigidas hacia a la gente que quiere cambiar”.

Para conocer la percepción que sobre la música de Guillotina se tiene en general, se realizó un grupo de enfoque en el que participaron seis personas, todos ellos universitarios de entre 20 y 25 años. Cuatro mujeres y dos hombres, de los cuales tres conocían a Guillotina por algún amigo o evento y los otros tres no conocían al grupo.

Las opiniones fueron extremas, por una parte aquellos que señalaron que les había gustado la música y que las letras eran muy fatalistas, destacaron que algunas eran como experiencias personales y otras manejaban un rollo más social y reflejaban un entorno y una actitud pasadista: “quieres cambiar, pero nunca cambias” o “no sé qué hacer, no puedo hacer nada, no quiero hacer nada” “sus preguntas son afirmaciones”.

Este tipo de música les parece adecuado como para relajarse y escapar de las tensiones de la vida:

“... cuando yo me siento mal pongo esas canciones, ese tipo de música, me pongo a gritar en mi casa, muevo la greña y ya se me quita...”¹² (Alfonso)

Señalaron también que volverían a escuchar a Guillotina, pero no comprarían un disco de ellos, a menos que fuera pirata porque no es de su total gusto o porque no consideran su música suficientemente original, la calificaron de metal y parecida a Metallica.

A quienes no les gustó el grupo, indicaron que sus letras eran deprimentes, que sólo hablaban de cosas negativas; incluso se dijo que no tenían un mensaje social: “si alguien está deprimido y lo pones a escuchar a Guillotina terminas de darle en la eme”. No comprarían un disco de Guillotina porque les parece que no vale la pena.

En general coincidieron en calificar la propuesta y la imagen del grupo como metalera y acorde con el estereotipo del rockanrolero de cabello largo y con respecto a Manuel:

“se ve bien, la imagen está padre... o sea, el pelón... lo puedes apreciar mejor que el que tiene pelo...”¹³ (Adriana)

¹¹ Entrevista realizada el 28- nov.-1998

¹² Grupo de enfoque realizado el 12- feb.-1999

Como lo muestran las opiniones vertidas con respecto a las rolas de Guillotina, el significado de los mensajes no es fijo, se renueva y transforma en el proceso de la apropiación. La estructura del mensaje no varía, como se mostró en el análisis estructural, hay en las letras de Guillotina un tono pesimista, que puede ser interpretado literalmente o buscar en el discurso general del grupo los mensajes implícitos y atribuir las propias significaciones, como Omán quien dice de las letras de la banda que:

“Son letras generalmente positivas que invitan a la superación, se escucha bastante idiota, casi Televisa mi comentario, pero de eso tratan”¹⁴

Con respecto a los fanzines, debido a su distribución por correo, éstos sólo son conocidos entre los fans de Guillotina. Difícilmente alguien que no es seguidor de un grupo se toma el tiempo necesario para escribir una carta y llevarla al correo. En general, a todos los fans les gusta leer el fanzine, porque es una forma de conocer más sobre el grupo, lo que hacen, lo que piensan.

“las cosas que escriben cada uno... no sé, los datos que daban de que su alfombra estaba quemada o rota o... o sea, me parece una muy buena forma de ver al grupo de otra, desde la perspectiva de ellos”¹⁵ (Denisse)

“... me gusta su crítica, bueno más que nada Manuel, me gusta que pongan las cartas de los chavos que escriben, conocer lo que piensan los seguidores... Lo que no me gusta es que ponen sus ofertas de discos, playeras, bermudas y todo eso... como que no va para un fanzine eso.”¹⁶ (Pablo)

En general están de acuerdo con las opiniones vertidas con respecto a lo que es el rock y reafirman lo que piensan con respecto a las letras: te hacen pensar y asumir una postura frente a la realidad, a la vida. Esto es algo que se evidencia en algunas de las participaciones de los seguidores de Guillotina en el fanzine, el siguiente comentario es alusivo a la frase Rock mata pop.

“Es la música que nos deja sentir y pensar nuestros errores, es una bofetada para corregir nuestra intolerancia y no sólo escuchar música para saltar” (Enrique: Fanzine 5 junio, 1997)

No son pocos los seguidores del grupo que escriben al apartado postal, lo cual es de destacarse, pues en la actualidad no mucha gente gusta de escribir; sin embargo, los fans del grupo lo hacen como respuesta no sólo a la invitación que el grupo les hace al repartir postales, sino porque piensan que ellos si les van a contestar porque son muy accesibles, como efectivamente sucede:

“... les escribí porque se me hace el tipo de grupo que si te contesta, no es como... incluso una vez lo dijeron en una entrevista... por eso lo hacían porque a ellos no

¹³ Grupo de enfoque realizado el 12-feb.-1999

¹⁴ Entrevista realizada el 13-feb.1999

¹⁵ Entrevista realizada el 27-oct.-1998

¹⁶ Entrevista realizada el 6-nov.-1998

les gustaba nada que mandaban sus cartas a los artistas que admiraban y no les contestaban, se me hace el tipo de grupo que es muy accesible, que puedes... no sé, hablar con ellos de cualquier cosa, acercárteles sin pensar que ni te van a pelar o algo así.”¹⁷ (Denisse)

Por otra parte, los mensajes también se pueden encontrar en las actitudes y en la imagen que el grupo presenta ante la audiencia. Ya se ha señalado que ésta varía hacia dos extremos: por una parte la de calificar al grupo como, pop, fresa y a sus integrantes como arrogantes y mamones o bien como accesibles y honestos. Entre los fans esta muy arraigada la idea de que así como son suben al escenario, que no buscan el glamour de rock star.

En cuanto al aspecto y la imagen, al ver a Guillotina, lo primero que llama la atención, son los propios integrantes del grupo:

“... a mi de entrada que los vi, yo mucho, mucho, no veía tipos en bermudas de mezclilla, de los primeros que yo vi fue a Manuel, otro que me llamó la atención fue El Manco con sus pantalones todos rotos y pans abajo, Charpenell no te puedo decir que me causó mucha impresión porque atrás en la bataca, pus no lo veía mucho y, pus Jorge, siempre muy calladito, muy... se veía medio fresón, medio tonto hasta eso...y aparte la primera vez creo que es general, cuando ves al grupo en vivo los que más llaman la atención son Manuel y El Manco, más El Manco por toda su locura que imprime en el escenario, vas sobre ellos dos.”¹⁸ (Ernesto)

Entre las chavas esta impresión es, además, atracción hacia alguno de los integrantes del grupo:

“La primera vez que los vi me llamó mucho la atención El Manco y Jorge Vilchis, yo creo que fue por el contraste en la actitud, El Manco saltando y corriendo de un lado al otro del escenario y Vilchis ahí paradito, sin moverse; además del atractivo visual, pero eso es aparte, o sea, Guillotina toca chido, y me gustan mucho las rolas, pero además no están feos, eso es ganancia ¿no?”¹⁹ (Emma)

Es digno de tomar en cuenta que, aunque todas las fans hablan del atractivo físico de ‘los guillotinos’, siempre aclaran que el grupo no les gusta por ese motivo y señalan que el grupo les gustaba antes de que los vieran:

“... me gustó mucho como escribían, o sea, las letras... si porque, incluso, ahora si que dijeras, los vi y me gustó uno, no. Porque pasaron, no sé, dos años antes de que los viera a ellos”²⁰ (Denisse)

¹⁷ Entrevista realizada el 27-oct.-1998

¹⁸ Entrevista realizada el 17-dic.-1998

¹⁹ Entrevista realizada el 10-dic.-1998

²⁰ Entrevista realizada el 27-oct.-1998

Estos comentarios son como una forma de distinguirse de las chavas que siguen la música plástica o pop y que les gusta un cantante más que nada por su apariencia. No obstante, es innegable que los músicos se constituyen como bienes de consumo; con lo cual se generan procesos de empatía, identificación y proyección, visibles en rasgos como copiar algunas frases, actitudes, ideas o elementos del aspecto de los integrantes de Guillotina, especialmente entre los chavos, y entre las chavas, además, proporcionando material para sus fantasías. En ambos casos los músicos se convierten en alguien especial, lo suficientemente especial como para que asistir a un concierto se convierta en un acontecimiento especial.

5. Elaboración discursiva de los mensajes mediados.

Los mensajes transmitidos por los medios técnicos, no sólo son recibidos por individuos particulares en contextos particulares, también son discutidos por los receptores durante o después de la recepción, es decir, son elaborados de manera discursiva y son compartidos por un círculo cada vez más amplio de individuos, de modo que la apropiación de los mensajes mediados no necesariamente coincide con la recepción inicial de los mensajes. Como cuando a Ernesto un amigo le prestó un cassette donde estaba grabada "No importa" y a él le pareció que era una banda fresona, que seguramente tocaba puras baladitas. Después, habló con su amigo quien le dijo "No maestro, escúchalo, todo el disco", se lo prestó y cuando lo escuchó se convirtió en fan de Guillotina.

La elaboración discursiva ofrece el marco narrativo en el que los fans de Guillotina refieren aspectos de sus propias vidas relacionando experiencias personales con la renarración de los mensajes, esto influye en la manera en que los evalúan y comprenden. Es por elaboración discursiva que se identifican con las rolas o con algunas partes:

"algunas rolas son... como que... ahí están contando las propias desgracias que me pasan a mí en la vida... o que te quedas así como con la intención de decir no yo no soy así o no quiero seguir así"²¹ (Emma)

También se incrementa el número de receptores, no sólo por hablar con gente a la que le gusta el grupo y correr sus cintas, sino también por mediación extendida ya sea en radio, prensa o televisión.

Para los fans de Guillotina, el grupo representa, en distintas medidas el medio a partir del cual muestran a los demás un aspecto de la postura que han asumido frente a su entorno. A veces como catarsis, otras como motivación al cambio, en última instancia, como un suceso digno de estar en las paredes de su cuarto y de ser escuchado cada vez que es posible. Se trata de un encuentro esperado entre lo que dice el grupo y lo que la gente desea escuchar, porque en ese mensaje está descrito lo que piensa, lo que siente y lo que espera escuchar, de no ser así, este encuentro no sería posible.

Las temáticas desarrolladas por Guillotina (se ha señalado en el capítulo 1) son recurrentes; este carácter iterativo, permite a los consumidores satisfacer las expectativas creadas en torno a la banda, y de no cumplirse habría una desilusión y alejamiento de los fans. Esta situación influye, también en los músicos.

²¹ Entrevista realizada el 10-dic.-1998

La interacción puede ocurrir de varias formas:

- a) entre los receptores en una tocada o escuchando un disco o viendo un video con los amigos en la región primaria de recepción.
- b) entre receptores y no receptores dentro de la región de recepción primaria en el curso de la elaboración discursiva subsecuente a la recepción, cuando se recomienda a alguien que escuche a Guillotina, cuando entre fans hablan de cuales son las canciones que les gustan más o en el caso de las chavas cuando hablan de quien es el más guapo de los guillotinos o el que les gusta más.
- c) entre los receptores y los individuos involucrados en la producción de mensajes mediados o representados en la construcción de éstos, es decir, cuasiinteracción mediada entre Guillotina y sus audiencias.

Estas formas de relacionarse influyen en la comprensión y evaluación de los mensajes. Asimismo, en la continuidad de la recepción, la aceptación o el rechazo hacia la banda. Destaca el hecho de que, al ser un grupo entre el underground y los medios masivos, en gran parte su popularidad se debe a la circulación de boca en boca. En la interacción los fans propician la circulación y crecimiento de la banda.

En la apropiación cotidiana de los mensajes mediados las audiencias se establecen como una comunidad virtual de receptores que pueden interactuar directamente o indirectamente o no hacerlo, en todo caso, reciben los mismos mensajes y conforman una colectividad extendida que en sí misma puede ser parte del placer y la importancia que para los chavos tiene la recepción de los mensajes y a través de ésta se pueden asumir como rockanrolero en general y en particular como fan de Guillotina, lo cual se aprecia cuando piden rolas en radio y televisión, asisten a eventos, escriben cartas, etc.

Sí, son mis camisetas de Guillotina: los usos de los bienes

Cuando le pregunté a Denisse que objetos tenía de Guillotina ella comenzó a enumerar una larga lista: calcomanías, playeras, gorras, discos, fotografías, autógrafos, cartas, gorras, playeras.... Todo esto lo tiene en su cuarto: "las calcomanías están pegadas por todos lados, desde el locker del trabajo hasta en mi casa en todos lados donde yo las pueda ver regularmente... Ah! De veras! Se me había olvidado mi poster del Chopo, **es también parte de mi cuarto.**"²²

Efectivamente, al entrar al cuarto de Denisse lo primero que se ve es un cartel en tonos lilas en el que hay una foto del grupo y en grandes letras moradas se puede leer: En el Museo del Chopo Guillotina en concierto. Las paredes blancas son decoradas por recortes de sus grupos favoritos de rock: Alice in Chains, Nine Inch Nails, Axl Rose, Kurt Cobain. Hay también un poster de la película The Crow. Como su habitación es pequeña sólo hay algunos muebles de madera. Una cama individual, un escritorio en el cual está su computadora, un pequeño armario y un librero donde están sus libros sobre vampiros, cuentos de terror y cosas extrañas, como ella las llama. Sobre los muebles hay algunos portarretratos con fotografías de Eddie Veder y Kurt Cobain y figuras de diablillos y

²² Entrevista realizada el 27- oct.-1998

vampiros; cosa extraña, también hay algunos peluches, que a juzgar por su apariencia son recuerdos de su niñez.

También, como parte de su cuarto hay calcomanías de Guillotina en las paredes, en su guitarra, la cual está en el piso recargada junto al armario, en sus cuadernos que están sobre el escritorio. Un poster en el que se lee 'Rock mata pop'. Pero más que nada, al entrar a su cuarto llaman la atención dos fotografías tamaño poster que están pegadas en la pared junto a su cama; una es de Manuel y la otra del Manco. Ella las tomó en el Chopo y después su mamá las mandó amplificar. Las tamaño postal están autografiadas y las guarda en un álbum con otras fotos de Guillotina. También le pregunté si usaba sus playeras en las tocadas y me dijo: que para ir a los conciertos se las ponía muy seguido, ya no porque ya están desgastadas, ahora las usa cualquier día. Le pregunté si eran importantes y me contestó categóricamente: "Sí... son mis camisetas de Guillotina"

Como Denisse, los fans de Guillotina tienen los bienes relacionados con el grupo en un lugar preponderante de sus espacio cotidianos. Las calcomanías, discos, fotografías, autógrafos, fanzines, cartas, posters, playeras, gorras, bermudas, recortes y artículos de revistas, periódicos, boletos de los conciertos, postales, las camisetas que Manuel se quita y lanza al público en las tocadas, plumillas, baquetas, programas de radio y televisión donde aparezca el grupo; cualquier cosa relacionada con Guillotina ocupa un lugar en sus habitaciones, ya sea junto a su cama, en la puerta o en un lugar destinado especialmente para ellas, como "una caja que se hace llamar la caja Guillotina" o "en una caja especialmente para Guillotina..." sus cuadernos y sus vidas. Creando en cada una de sus habitaciones pequeños museos cotidianos con las imágenes que les seducen, tomadas de los ámbitos en que se desenvuelven y que se renuevan según fluye la vida, pero en los que al menos por este momento, Guillotina es parte de la obra principal en exhibición.

Con respecto a la percepción que de Guillotina tiene el público, se puede señalar que, además de la música y las letras; la imagen y la actitud del grupo son muy relevantes al momento de valorar simbólicamente los bienes en función de esta valoración son elogiados o despreciados. Cuando no les gusta señalan que no les han puesto atención a las letras, que su música y ellos son "fresas" y que alguno les desagrada. De manera contraria, cuando si les gusta Guillotina, generalmente se refieren a la música y a las letras agudas y concretas, a la forma no tan directa de decir las cosas, pesimistas pero que te sirven para reflexionar y se considera a los guillotinos accesibles y honestos.

Existe una percepción general de Guillotina en la audiencia del rock nacional: es una banda bastante reconocida, aunque no muy popular (esto viene, en parte, por la significación y calificación de la banda en los medios de comunicación) Pero también, entre los fans se crea o desarrolla una percepción común, a partir de la cual pueden reconocerse y formar no sólo una comunidad virtual con aquellos que se establece una cuasiinteracción mediada, sino también, una comunidad real y emotiva con quienes se encuentran en una tocada, forman parte de un club de fans, o simplemente se extienden las redes amicales.

El gusto por Guillotina, especialmente entre sus fans, debe ser descrito como un acto de armonía en el cual se encuentran productores y consumidores a través de los bienes. Bourdieu describe los gustos como:

"el conjunto de prácticas y propiedades de una persona o grupo, son producto de una confluencia (de una armonía preestablecida entre ciertos bienes y un gusto..."

entre estos bienes debemos incluir... todo lo que es objeto de elección, de una afinidad electiva, como los objetos de simpatía, de amistad o de amor” (1984a:182)

Los gustos implican una afinidad electiva entre sujeto y objeto, en este caso entre productor y consumidor; son, dice Bourdieu, el producto del encuentro de dos historias una en estado objetivado y la otra en estado incorporado que quedan objetivamente acordes:

“descubrir una cosa a su gusto es descubrirse a sí mismo, descubrir lo que uno quiere (esto es exactamente lo que yo quería) lo que uno tenía que decir y no sabía cómo, y que, por consecuencia, uno no sabía.” (1984a:182)

como conjuntos de elecciones, los gustos son producto del encuentro entre el gusto objetivado del productor y el gusto del consumidor. los gustos se generan en la confluencia entre una oferta y una demanda, entre objetos clasificados y sistemas de clasificación.

Los fans de la banda ponderan su originalidad, el carácter de genuino rock and roll y rechazan la circulación del grupo en medios masivos, pues la divulgación devalúa los productos. Entre las diversas estrategias que se manejan para defender la ‘rareza’ de los bienes que han elegido para distinguirse del resto de los jóvenes rockeros, destaca el carácter un tanto underground de la banda, como parte de la lucha por restringir el acceso a su capital cultural.

Es gracias al proceso de recepción y consumo que los bienes pueden convertirse en objetos de reconocimiento, de identificación, diferenciación entre las audiencias de Guillotina. Cada uno de los chavos y chavas se apropian de forma colectiva e individual de los bienes generados a partir de la banda. Si bien es cierto que se trata sólo de una parte de sus vidas, también lo es que, como jóvenes, bajo condiciones socioculturales como la, cada vez más larga escolaridad obligatoria, el retraso en la incorporación a las actividades económicas, el incremento de la dependencia familiar y en general una sensación de precariedad; también lo es que la música, actitudes y formas de ser del grupo del cual son fans, les da, mediante situaciones emocionales y racionales, elementos de identificación a partir de los cuales pueden formar una identidad colectiva e individual.

Sin embargo, la recepción es sólo uno de los puntos de vista desde los cuales los bienes cobran sentido; el otro es la producción. Como productos significantes, los discursos mantienen relaciones con sus condiciones de generación y sus efectos; pero la distancia entre producción y reconocimiento es variable existe una indeterminación entre producción y reconocimiento; que pasa por la circulación masiva en un proceso que se influye en sus distintas fases. Ahora corresponde analizar la producción.

CAPITULO 4

LA PRODUCCION

Los músicos que son a través de mi punto de vista

Manuel estaba sentado en un sillón. Todo vestido de negro con sus bermudas, nada ajustadas que permitían ver su ropa interior, unos boxers también negros que en el resorte tenían grabada con letras blancas la marca del diseñador: Calvin Klein. Su camiseta sin mangas, me permitió observar su nada envidiable musculatura. Acababa de terminar un concierto. Había varios chavos y chavas observando, a veces se acercaban para pedirle un autógrafo y tratar de platicar con él. Manuel es vocalista y guitarrista de Guillotina y en sus propias palabras:

“Guillotina es lo que es... ¿no? O sea, cuatro chavos ¿no? que se levantan en la mañana, uno crudo, otro, este, sin ganas de levantarse, con dolor de cabeza, van al cajón se ponen lo primero que encuentran, salen a la calle y hacen sus vidas... No sé, se juntan para tocar, tocan. Eso es Guillotina”¹

Guillotina se formó a fines de 1992 y según información que ellos mismos manejan en su fanzine, nadie sabe por qué la banda lleva ese nombre. Desde el primer ensayo los integrantes fueron Manuel Alejandro, Jorge y El Manco, al menos hasta noviembre de 1996, cuando Jorge dejó al grupo y en su lugar llegó Aram. Guillotina no fue el primer grupo en el que sus integrantes habían tocado juntos. Es importante saber cómo ellos mismos describen la formación del grupo:

“... conocí a Alejandro... eh, dentro de una banda que se llamaba Pactum, que era una banda de trash progresista, así del ‘supermegaunderground’ del rock nacional, eh, y luego Alejandro se salió, yo toqué una vez más con Pactum, me salí yo. Yo quería tocar con Alejandro, Alejandro quería tocar conmigo... Y desde entonces, empezamos a tocar, hicimos varios... varios intentos, o sea, varios nombres, varios estilos... finalmente formamos Signos Vitales. Después de varios cambios, eh, de bajistas y de vocalistas, entró Bernardo Ibarra y entró El Manco y luego, este, grabamos el disco de Signos Vitales, el grupo duró... un año máximo y ya cuando estaba tronando Signos Vitales, este, el vocalero estaba metido en rollos existenciales propios, se salió... yo dije voy a cantar me vale madres... lo que opinen los demás yo voy a cantar, porque era más fácil yo cantar que conseguir otro vocalista... empecé a cantar. Al principio era bastante malo, luego fui mejorando... creo... espero... empecé a cantar yo y dijimos, vamos a conseguir otro guitarrista... esa parte de Signos Vitales cuando empieza a tronar es como... cuando medio empieza... Guillotina. Las rolas... comenzaron a ser más pesadonas, pero como que de alguna manera nos sentíamos retraídos porque decíamos no, pus, somos una banda medio de pop, medio ochentera, pero estamos tocando cosas así

¹ Entrevista realizada el 17-marzo-1999

como que... como que no estábamos o sea, íbamos hacia algo, pero no sabíamos qué era. Finalmente tronó Signos Vitales; uno o dos meses después, este, pus, hablamos Alejandro y yo “Oye, los integrantes que estamos, todos estamos chidos ¿no? vamos a hacer otra banda ¿no? que, que sea distinta no vamos a cambiarnos el nombre no... vamos a hacer otra banda diferente, pus órale. Empezamos a ensayar, empezamos a sacar rolas, empezamos a hacer cosas muy chidas, muy distintas a todo lo que estaba sonando de rock nacional, eh, como pesadón, medio punketo sin serlo, medio metalero sin serlo, pero con melodías... no sé como que era diferente a todo lo demás... fue cuando salió el nombre de Guillotina, empezamos a repartir calcomanías como locos... creo que hicimos como dos mil calcomanías, las repartimos en todas las tocadas. Cuando fue la primera tocada en febrero en el D.F.... la primera fue en Cuernavaca, perdón fue la primera en el D.F., que fue al día siguiente, 21 de febrero, creo,... este, ya había... había mucha gente que estaba... pus, entusiasmada por saber qué era Guillotina. Porque Guillotina lo veías por todas partes, calcomanías por todas partes de Guillotina, entonces, pus resultó la tocada que estaba hasta la madre... y, entonces, en ese momento nos empezaron a decir: no pus, suenan a Peral Jam, no pus, suenan a Nirvana, no pus, tal y tal cosa... entonces, dices, a ver, a ver, ‘perense de qué están hablando’ Apenas empezaban a sonar estas bandas... Pus, evidentemente, días después, empiezo a oír a Nirvana, Pearl Jam, dices, puta, pus, si tiene que ver conmigo... nos clavamos también en ese rollo porque, pus, un rollo que era muy parecido a nosotros sin, sin haber estado planeado sin haber oído a esas bandas... entonces estuvo muy chido porque como que en dos lugares distintos se estaban haciendo... estaban haciendo cosas parecidas... fueron los inicios de Guillotina”² (Manuel)

El nacimiento de Guillotina de forma totalmente independiente al movimiento grunge, es como el mito de origen y originalidad de la banda. Esto es muy importante, especialmente si se piensa que en la música como cualquier expresión artística, la originalidad es uno de los valores que se exaltan con mayor frecuencia; para el caso del grupo es parte de lo que le da validez a su trabajo, además de que su propuesta musical no es cien por ciento grunge, pues tiene líneas melódicas que se acercan bastante al hard o heavy rock. No obstante, esta semejanza, primero inconsciente y después asumida es punto de crítica. Por eso ellos siempre que son cuestionados al respecto señalan:

“... Guillotina surgió en el momento en que el grunge estaba... en su apogeo, de hecho, surgió un poquito antes Guillotina... antes de conocer a Nirvana a Pearl Jam, a todas esas bandas ya estábamos tocando un rollo que era realmente diferente a lo que estábamos haciendo antes... sonaba medio alternativo y ahí fue donde alguien nos dijo que sonábamos como a Nirvana... pero neta nosotros no conocíamos el movimiento... en el momento en que empezamos a oír a todas esas bandas nos sentimos identificados y claro que empezaron a ser una influencia para nosotros... pero una cosa es ser influenciado y otra cosa es ser una copia... una

² Entrevista realizada el 17-marzo-1999

cosa es hacer los mismos riffs de guitarra, con las mismas melodías de la voz y otra cosa es hacer rolas que tienen que ver una cosa con la otra.”³ (Manuel)

El grupo es etiquetado como grunge y es, a partir del consumo, de los comentarios de la audiencia que ellos adoptan, con reservas, el calificativo de grunge, pero siempre defendiendo la originalidad de su propuesta como algo parecido de origen simultáneo.

Poco tiempo después de su primera presentación se interesaron en firmar un contrato con ellos dos compañías discográficas: Rockotitlán y Culebra. Optaron por discos Rockotitlán, que tenía un contrato de distribución con Warner y comenzaron la grabación de su primer disco en agosto de 1993, bajo la producción de Jack Endino. Siete meses después salió a la venta. Manuel dice que ese proceso no fue fácil, pero si muy rápido:

“... Guillotina al principio creció muy rápido, o sea, de no ser nada, como que se empezó a hablar mucho de Guillotina... se interesaron Rockotitlán y se interesó Culebra.... Fue un rollo así de que dos, tres tocadas y ya estaban interesados en nosotros... estábamos viendo si con esta o con la otra; dos, tres llamadas por teléfono estaba Jack ya apalabrado, tres meses después estábamos grabando, esa parte no fue difícil, lo difícil fue después, una vez que salió el disco, ahora que se hace con el disco, hay que tocar, hay que llevarlo, hay que enseñarlo... esa es la parte difícil... ya donde inicia la trayectoria”⁴

Efectivamente, la parte difícil llegó un año después. Justo cuando el grupo tenía más presentaciones y cada vez más gente iba a sus conciertos, entre discos Rockotitlán y Warner surgieron problemas y se paró la distribución del disco. Warner se interesó en firmarlos, pero en Rockotitlán no querían darles su liberación y cuando la obtuvieron los directivos de Warner eran otros; por lo que tuvieron que hablar con los nuevos directivos hasta llegar a un acuerdo para firmar un contrato con una disquera grande, lo que resulta bastante prometedor para cualquier grupo. Dos años después apareció **Rock Mata Pop**. Sin embargo, las expectativas con respecto a firmar con una transnacional no se cumplieron, a la disquera parecía no interesarle demasiado el grupo. Transcurrieron un par de años más para que Guillotina tuviera a la venta un nuevo disco. Varios retrasos en la fecha de grabación llevaron a la banda a rescindir su contrato con Warner. A fines de 1998 presentan **Mientras el Resto Sigue**, una coproducción del propio grupo y Jack Endino, ahora en Sum Records, una disquera independiente, cuyo primer lanzamiento nacional es precisamente Guillotina.

Los tres discos de Guillotina han sido producidos por Jack Endino; y aunque parece difícil para un grupo que va a grabar por primera vez hacerlo con alguien tan reconocido como Jack, para Guillotina fue fácil:

“En 1993 recibí en mi correo una grabación, inesperadamente, se trataba de una banda de la Ciudad de México llamada Guillotina. Para mi gran sorpresa era un excelente heavy rock, no exactamente parecido a nada que hubiera escuchado antes y supe que tenía que grabarlo. Produje y grabé sus dos primeros álbums, **Guillotina**

³ Conferencia en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM el 3-abril-1998

⁴ Entrevista realizada el 17-marzo-1999

(1993) y **Rock Mata Pop** (1995). Recientemente regresé de mi tercer viaje a la Ciudad de México donde hice su nuevo álbum, **Mientras el Resto Sigue**. La banda sigue mejorando y disfruto inmensamente trabajar con ellos.”⁵ (Jack Endino)

Producir discos

La producción puede ser entendida como “el acto o resultado de la transformación socialmente organizada de las materias primas en una forma nueva pero previamente determinada.” (O’Sullivan; 1995:x). La principal producción de un grupo de rock son los discos. Existen presentaciones, entrevistas, objetos alusivos y muchas cosas en torno, pero tener un disco es una de las primeras metas. Entre los músicos y el oyente final median, no sólo los procesos tecnológicos que transfieren el sonido a cintas, sino también los procesos económicos que preparan y venden el producto resultante.

La industria discográfica requiere de un amplio mercado para acumular capital y obtener ganancias. Si bien es cierto que lo hace comercializando música y ésta no es la finalidad de la música, si lo es de una disquera y esto es especialmente cierto si se trata de música pop, que cuenta con el público más amplio del negocio. El rock es parte de la cultura pop y además se produce como mercancía. Sin embargo, ya se ha señalado que en el caso del mercado nacional, las ventas y la difusión de los grupos nacionales no siempre alcanzan grandes niveles. No obstante, eso también es parte de un negocio, que a decir del sociólogo Simon Frith: “no sólo convierte a la música en bienes de consumo, como discos, sino que también convierte a los músicos en bienes de consumo como estrellas” (1980: 138), esto facilita el trabajo de las disqueras pues una estrella no sólo vende discos, sino objetos alusivos, lo que el público quiere se convierte en una cualidad fija y al menos por un tiempo hay ventas casi aseguradas, pues las ventas dependen de mecanismos de marketing, que no puede ser controlado en su totalidad por la disquera y como ya se ha señalado, en el consumo hay racionalidad y libertad de elección, por lo cual no hay garantía.

En lo que se refiere a las ganancias Frith señala que los ingresos de una superestrella son el resultado de un gran número de ganancias relativamente pequeñas en discos y entradas de conciertos. El resto de los músicos de rock, especialmente las bandas locales, que son la mayoría, ganan muy poco. Apenas el mínimo necesario para poder sobrevivir e invertir en mejorar sus equipos. Este es el caso de Guillotina, que es una banda local de música grunge y sus ganancias en nada se comparan con las de los grupos de Seattle. Aquí las compañías independientes juegan un papel importante en la distribución y creación de nuevas bandas.

Para que un disco esté en el mercado, se echa a andar una maquinaria que incluye a músicos, manager, directores artísticos editores, productores, manufactura, promoción, elementos más o elementos menos dependiendo si se trata de una disquera transnacional o una independiente. En todo caso, lo que interesa resaltar es el hecho de que el rock se comercializa como mercancía y para vender se requiere grabar, distribuir y promocionar un disco. Aunque Guillotina ha estado tanto en una compañía transnacional como en una independiente, la promoción ha sido prácticamente igual. Actualmente está en Sum records

⁵ Nota en Jack Endino’s Home Page. Octubre, 1998

y, aunque el presupuesto en una indy es menor; a decir de Jack Endino el equipo de la banda es decente y aunque en 'La Cocina' no se tiene todo lo que necesita, lo que hace falta se pide prestado o se renta. Además, hay videos, radio, prensa, un poco de televisión y mejor distribución. Por lo que Manuel comentó en una entrevista realizada durante la presentación de **Mientras el Resto Sigue**:

“Este es el disco más barato, costó una décima parte de lo que el anterior, pero es sin lugar a dudas, el que suena mejor... Otra vez vino Jack, pero ahora lo produjimos nosotros... Es una muestra de que las cosas se pueden hacer... está quien tiene que estar: Jack, la gente de Guillotina, los fans de Guillotina...”⁶

Los discos tienen una vida activa definida y limitada por las listas de ventas, programación radial, videos y promoción en general (incluidas las presentaciones del grupo en vivo). Para Guillotina este periodo no debe ser mayor de un año y medio, por eso decidieron dejar a Warner y firmar con Sum records, pues dicen: ellos creen en la continuidad de la banda.

Al hablar de Guillotina, no sólo se habla de los músicos se trata de un equipo en el que también forman parte en cuanto a organización y producción, su manager Enric Rodamilans y Alicia Dávila 'Beba', quien fue stage manager, diseñador gráfico y parte del grupo hasta noviembre de 1998. Ella se encargaba de organizar el fanzine y preparar el material para vender: playeras, gorras, bermudas, etc. además de contestar el correo, al respecto ella señala:

“las cartas que van dirigidas personalmente las contestan personalmente, las que van dirigidas al grupo las contesto yo, obviamente basada totalmente en las opiniones del grupo en general y si hay preguntas muy concretas o muy específicas, pues, hacérselas al grupo o al que sea necesario y contestarlas”⁷

Actualmente, Aram se encarga de la correspondencia y Manuel de responder los E-mails. Tanto Beba como Enric tomaban parte de la aportación de ideas en lo referente a la organización y promoción de la banda. Alicia comenta:

“ Guillotina es un grupo que trabaja muy democráticamente, todo se hacía en juntas, todo se hablaba, se discutía entre todos... era muy complicado porque, bueno, ponerse de acuerdo dos personas es difícil, pero para ponerse de acuerdo seis personas... pero era padre, porque era un trabajo realmente en equipo... después el grupo ya no era tan democrático, dejaron de hacerse juntas o ya no eran tan seguidos.”⁸

En realidad el grupo opera de una manera muy 'familiar': Ellos ensayan en un cuarto que se encuentra en los estudios de grabación 'La cocina', propiedad de Marc Rodamilans, hermano de Enric. También en esos estudios se han grabado los dos más recientes discos de la banda. No obstante la democracia, se puede señalar que hay liderazgo de Manuel y Alejandro y, además, prácticamente todo lo que se refiere a organización y producción de la banda gira en torno o sucede en buena medida a partir de su relación con Enric

⁶ Entrevista transmitida en Espacio Alternativo de Telehit el 29-nov.-1998

⁷ Entrevista realizada el 29-ene.-1999

⁸ Entrevista realizada el 29-ene-1999

Rodamilans; quien también es 'ejecutivo' de Sum records en México, no es casual que la banda haya firmado con esa disquera. En lo que toca a la composición de las rolas, Enric contribuye en las letras de algunos temas de los dos primeros discos de la banda, su participación en esto ha disminuido gradualmente hasta no contar con letras en el tercer disco.



Guillotina 1995

Seguir siendo auténticos ante la comercialización del rock

El idealismo artístico y la realidad comercial plantean a nivel de creación una disyuntiva para el músico. Disyuntiva que en el caso del rock no debería ser muy conflictiva, pues su origen es comercial y su integridad artística no debería afectarse por las ventas. No obstante, para muchos músicos de rock, grabar es sólo una forma de hacer que su música llegue a un mayor número de fans en potencia, ya que las actuaciones en vivo son la base de su desempeño; muchos de ellos están en contra de las disqueras. En el caso de Guillotina se hace evidente desde el momento en que cada uno de sus discos ha aparecido en una disquera diferente. Al respecto Manuel comenta:

“Siempre nos hemos querido salir nosotros de las disqueras. Llegamos a la conclusión de que nos cagan las disqueras.... Todas... son un negocio... y nosotros

no vemos la música como un negocio... la vemos como algo que nos late, tiene su parte de negocio, pero no es nada más negocio, no nada más se trata de ganar dinero, se trata de más cosas... las compañías disqueras no piensan así, entonces, hemos tratado de buscar la compañía disquera que, una de dos, o piense como nosotros, que eso no lo hemos encontrado todavía y creo que no lo vamos a encontrar, o que dé la infraestructura para que el grupo llegue a niveles más canijos... con cualquiera de las dos nos conformamos, ninguna de las dos la hemos encontrado, pero mientras el grupo sigue...(en Sum) se acerca más a la primera opción... pensar un poco más en el rollo de hay que crecer, hay que invertir... pero no al grado en que a nosotros nos gustaría, ni modo, las cosas son así, la gente ve la vida como un negocio y... hay que entrarle a ese juego a veces”⁹

Tal vez por ello han preferido una disquera independiente, por que según dicen, trabajan con personas preocupadas por las personas, además de tener más libertad para hacer los discos cuando quieren, como quieren y con quien quieren... al respecto Alejandro señala:

“en una compañía independiente tú eres lo más importante para la compañía y la compañía está siempre pendiente de estar, estar trabajando juntos y eso es lo que lamentablemente no tiene una disquera grande... por eso estamos más contentos en una independiente”¹⁰

Hay una especie de ambivalencia en la que el músico se debate entre su relación con la industria y su relación con la audiencia; por lo que se maneja una negociación constante entre grupo y disqueras, es decir, entre los creadores y los productores materiales de los bienes. En buena medida esto se debe a que hay toda una ideología dentro del rock; cuyos principios son: la autenticidad, la honradez, la sinceridad y lo anticomercial. Guillotina no es la excepción. En parte eso explica la lucha entre quienes se ocupan de lo económico y quienes se interesan por buscar formas de expresión a través de la música.

Esta ideología se encuentra detrás de lo que consideran rock o verdadero rocanrol, es decir, que no se combina ni con salsa ni con otros géneros. Esta forma de pensar se expresa desde sus canciones y actitudes y, de forma muy evidente en los nombres de sus discos: **Rock Mata Pop** porque según dicen, a diferencia del pop, que sólo quiere enamorar chavitas, el rock trata de cambiar mentes, abrir espacios, mientras que el pop sólo crea modas y no es coherente con lo que dice y hace. Y **Mientras el Resto Sigue**; que tiene que ver con el momento que vive el rock nacional en el que la mayoría de grupos están en el ska y el hip hop, que tampoco son rock. Esta actitud suele ser interpretada como de arrogancia, al respecto Manuel señala:

“...nosotros no, no pretendemos dar ni hacer más de lo que somos... Estamos conscientes de lo que es Guillotina, de los límites que, que tiene aunque los intentemos romper de repente, este, y con eso estamos contentos, con eso estamos chambeando y con eso nos sentimos bien, pero, entonces, en el momento en el que le ponemos el título a un disco no es una cuestión de decir: ah es que todo lo que

⁹ Entrevista realizada el 17-mar.-1999

¹⁰ Entrevista realizada el 7-mar.-1999

están haciendo los demás no sirve... Rock mata pop es una cuestión general... hablamos por todas las bandas de rock and roll netas, yo creo que... bandas que están haciendo rock and roll y que no, que no hacen fusiones, que no hacen... igual, no sé si estén bien o no las fusiones no me importa, pero no, no es rock, punto. Eh... y abarca esas bandas porque yo siento una superioridad en cuestión de lo que se dice, en cuestión de lo que se hace y en cuestión de lo que, de lo que se piensa, sobre todo de los productos plásticos que existen en el mercado, eso es lo que, o sea, no es un rollo de... ah el rock vende más que el pop, o el rock es más famoso, simplemente rock mata pop porque el rock es de a de veras, el rock and roll es honesto, el rock and roll es un movimiento que ha cambiado al mundo, socialmente. El pop no, el pop es una moda, el pop es, este un rollo de hacer sentir bien a la gente, el rock and roll es más real... nosotros no tratamos de hacer que la gente se olvide de sus problemas, digo, si se olvida en las tocadas de sus problemas que chido no? o sea, lograr eso, pero... pero no estamos por ese rollo, no estamos por que nos idolatren, no estamos por, porque, por salir en un poster encuerados así todos mamados, no se trata de eso, se trata de... decir, cantar, tocar y ser honestos al respecto, por eso rock mata pop, no por nada más. Mientras el resto sigue... yo veo en el rock, en el movimiento rock nacional, un este, un creciente número de grupos que se va hacia, hacia el hip hop, hacia rollos con marimbitas, hacia rollos con Tex Mex, este, cumbieros, rancheros, pus, órale, cámara, que lo hagan, mientras ellos están haciendo eso, nosotros estamos haciendo.... No estamos siguiendo esa línea, nosotros... estamos en nuestro rollo, que es un rollo propio, pero tampoco quiere decir que seamos la neta no? o sea, no, no, no somos dioses ni queremos serlo, simplemente... los vemos a ellos y decimos, pus órale, si te late, cámara, pero yo no voy a caer en ese jueguito... la misma, el mismo ritmo de ta, ta, ta, ta... pus que güeva, ya lo oí veinte veces, más bien dos mil...”¹¹

Está es una forma de defender, mediante un discurso ortodoxo, el capital cultural que ubica al grupo dentro del rock y de conservar la posición de legitimidad que ellos mismos y sus seguidores consideran tener. Se ha visto ya, como otros sectores dentro del rock defienden lo propio y rechazan a Guillotina (tocada en Tlalnepantla).

Todos y cada uno de los miembros de Guillotina señalan la honestidad del grupo. Nunca hacen o dicen algo en lo que no crean, esto involucra su participación en diversos conciertos a beneficio y en forma individual, en asociaciones civiles o apoyando al movimiento de Chiapas; que es el caso de Manuel y El Manco.

Tal vez por ello Guillotina mismo es quien se encarga de buena parte de su comercialización y tiene un tipo de organización en la que la mayoría de las personas que intervienen son amigos cercanos. Con este tipo de organización y trabajo suplen lo que no hace la disquera, en cuanto a promoción. Por otra parte, su poca participación en medios electrónicos, también responde a la relación distante con ciertos aspectos de la industria de la música que se salen de los valores de honestidad que pondera el rock, y Guillotina, incluso entre la audiencia de rock hay bastante desprecio contra lo comercial y la aparición de sus grupos en algunos medios suele no ser bien recibida, pues defienden la ‘rareza’ de

¹¹ Entrevista realizada el 17- mar.-1999

los bienes que eligen y de su forma de consumo (*infra*); esto también es considerado por el grupo:

“... yo creo que lo que Guillotina tiene que decir podría abarcar más gente de la que ha abarcado... y, pus, en la industria de la música, transmitir eso se logra precisamente a través de los medios, o a través de carreras muy largas de quince, veinte años, comienza corriendo de voz en voz y luego, de repente ya no tienes hacer nada... o sea, el grupo existe y es lo que es, esto, pero todo hay que saberlo, todo, todo, entra dentro de un rango... dentro de un cierto parámetro, este, hay cosas en las que no, no te puedes hacer porque es como estarte vendiendo a algo en lo que estás en contra... salir en Siempre en Domingo, bueno ya no existe, pero Al fin de semana o, este, salir con Paco Stanley haciendo el gallinazo, ese tipo de cosas ya si son, son cosas que no hacemos porque no creemos en ellas... porque no estamos en un nivel donde seamos unos, unas putas ¿no? sino que somos un grupo y que aceptamos cualquier tipo de cosa... aceptamos los medios de comunicación siempre y cuando respeten lo que es Guillotina, lo que es un grupo extremadamente serio... o sea, nada, en Guillotina no hay jueguitos, no hay jueguitos de... vamos a cantar groserías, vamos a hacer una cumbia, vamos a hacer un pasito, o sea, es un grupo de rock and roll serio y no nos vamos a salir de eso porque no nos vamos a vender haciendo payasadas... vamos, si vamos a vender al grupo lo vamos a vender siendo lo que es y siendo honestos al respecto.”¹²
(Manuel)

Los mensajes, la imagen y su actitud; la forma en que se manejan con respecto a la industria musical es congruente con esta ideología (casi llevada al extremo) y con la forma de ser de los integrantes de la banda.

Por otra parte, la relación que mantienen o intentan mantener con la audiencia es siempre cercana. Manifiestan un gran interés por entablar comunicación con la gente más allá de una tocada; por ello tienen un apartado postal y publicaban un fanzine; para buscar una retroalimentación que no se termine cuando acaba un concierto. Al respecto Manuel señala:

“sentíamos, desde el principio, que una de las cosas que nunca hacían las bandas en México, era estar en contacto con la gente que seguía a las bandas, o sea, como que era un rollo de... la banda toca, la gente escucha y ahí se acabó la relación y... pus a nosotros nos parecía absurdo... finalmente, pus, tocas en una banda, estás diciendo cosas con las que la gente se está identificando, este, que la gente te está retroalimentando, por qué, si hay una retroalimentación cuando estás tocando en vivo... o sea, grupo, público... por qué no puede haber una retroalimentación abajo del escenario, o sea, por qué no platicar con la gente que va a las tocaditas... o sea, estar en contacto por correo, o sea, por qué no contarles más de lo que está pasando con Guillotina, si es que les interesa, a través de un fanzine... es algo que siempre nos ha latido desde el principio, estar en contacto con la gente, porque, pus, finalmente, el grupo sin público es un grupo con el que no pasa nada, o sea, yo...

¹² Manuel Suárez, entrevista realizada el 17-mar-1999

no creo en el rollo de que, de que la gente hace al grupo, pus, el grupo es el grupo y punto ¿no? son ciertos integrantes y ya, pero lo que si es que la capacidad de un grupo para decir cosas y transmitir las se basa en que haya, no nada más un transmisor, sino ciertos receptores... eh, entonces, tu no nada más estás transmitiendo a través de... de la música, sino a través de hablar y de platicar y de escribir...¹³

No obstante, el fanzine no se ha publicado desde junio de 1997, ya que han aumentado los compromisos del grupo, tanto presentaciones como entrevistas, aunque se piensa continuar publicándolo. En cuanto a la correspondencia, ésta es considerada como la forma más personal y directa de mantener comunicación con la gente a la que le interesa el grupo.

De lo anterior se puede poner en claro, cómo en el proceso de producción, circulación y consumo los tres niveles se influyen entre sí. La producción, aun siendo generadora del proceso, no se separa del consumo y circulación potenciales. Manuel dice que el grupo es el grupo y que cuando escriben una rola el público no influye. Sin embargo, aun de forma inconsciente, el posible receptor (aquél a quien se dirige el mensaje y se espera lo reciba) está presente, lo está también en la búsqueda de retroalimentación... a fin de cuentas ellos mismos también forman parte de la comunidad virtual de receptores.

Las significaciones en la producción

Guillotina ofrece una producción material, discos que requieren de todo un conjunto de elementos para salir al mercado, pero no hay que olvidar, que en toda producción material hay también una serie de elementos ideales activos. Al escribir una canción, grabar un disco, tocar en vivo, etc. el grupo está poniendo mensajes a disposición de una audiencia, con lo cual queda inmerso en un proceso de comunicación.

En la producción de comunicación se crea, transforma o reproduce algo, un bien de carácter material o simbólico. No se trata de un punto de arranque, sino de un elemento de un proceso en el cual la producción tiende a ser respuesta a una situación determinada. La producción de comunicación es definida por Rossana Reguillo como:

“el conjunto de operaciones de naturaleza cognitiva y simbólica que los actores realizan sirviéndose de unas formas de estructuración y unos códigos fijos convencionales siempre desde un lugar social, es decir, unas condiciones tanto sociales como materiales que existen previamente al acto de producción”
(1991:46)

Para Thompson “la producción de formas simbólicas implica el uso de los recursos disponibles y la puesta en práctica de reglas y esquemas de diversos tipos, por parte de los individuos situados en una posición o posiciones dentro de un campo o institución” (1990:168). Este proceso se lleva a cabo en circunstancias sociohistóricas específicas. De manera que las formas simbólicas son más que la expresión de un sujeto y por ello llevan en sí las huellas sociales de su producción. En el caso de Guillotina, estas reglas serían las relativas a la composición de música rock, a la construcción de oraciones y rimas de las

¹³ Entrevista realizada el 17-mar-1999

letras, la adecuación de éstas con la música; pero también, a las reglas de los contextos sociales de la producción de rock como el estilo underground en el que sobrevive el rock nacional, las disqueras independientes, el hecho de tener o no tener difusión por parte de la disquera, los retrasos en la grabación de los discos, aparecer o no en los medios electrónicos, las posibilidades económicas, así mismo, la circulación y el consumo posteriores a la producción, factores de poder o lucha por controlar el capital económico y cultural dentro del rock nacional.

Las formas simbólicas contienen en sí las huellas sociales de su producción; pero también contienen las huellas de su productor. Las formas simbólicas, mensajes o discursos son expresiones de un sujeto producidas para un sujeto (al producir se considera a los posibles receptores). El productor persigue ciertos propósitos, que busca expresar mediante la forma simbólica, la cual es percibida por los posibles receptores como un mensaje que debe ser comprendido. Este es uno más de los factores que influyen en el significado que a la postre tendrá la forma simbólica y es precisamente el que corresponde analizar en este punto.

En principio, para Guillotina la música no es un negocio, es comunicación, expresión, satisfacción personal, arte, trabajo y diversión. Además, en cuestión lírica como en los artículos de los fanzines y sus actitudes; la propuesta del grupo es buscar la cosas malas en cada uno para tratar de cambiarlas:

“... muchas de las letras... reflejan un poco de inconformidad con lo que está a nuestro alrededor o con nosotros mismos que, no sabemos como cambiarlo exactamente, pero de alguna manera hay que cambiarlo.”¹⁴ (Alejandro)

Aunque Guillotina es un grupo y como tal componen las canciones, la mayoría son de Manuel y algunas de Alejandro. Y aunque podrían parecer pesimistas, en ningún momento lo hacen en un sentido dark y conforme ha evolucionado la banda han tomado un tono un poco menos pesimista. Pero siempre tratan de transmitir un mensaje social que consideran está bien, pues:

“ de alguna manera pensamos que la gente, los chavos al oírlo, van a decir tienen razón, está bien vamos hacia ese rollo, pero no se trata de convencer a nadie de que deje de creer en Dios o que deje de pensar que tal cosa es x ó y no? y por otro lado se trata de... de que suponemos... que hay cosas que nosotros pensamos que muchos chavos también piensan... como que estamos de acuerdo sin habernos puesto de acuerdo...y a esos chavos les gusta oír eso porque... les gusta oír que alguien esté diciendo lo que ellos también piensan... ellos al estarlo pensando y al estar acudiendo a las tocadas de Guillotina... refuerzan lo que tu estás diciendo, entonces, te das cuenta que no lo estás diciendo tu solo que lo están diciendo un chingo de gente más... y viceversa, ellos se dan cuenta que no nada más eres tu, sino que una banda de rock and roll que se formó también lo está pensando, entonces, ese es el rollo de identificarte con la gente, no es un rollo de que la gente se identifique con nosotros, nosotros también nos identificamos con la gente,

¹⁴ Entrevista realizada el 7-mar-1999

también aprendemos a veces, a veces nos dicen ah pus es que no mamen que la chingada ese rollo no es así, pus si, tienes razón, o al revés...”¹⁵ (Manuel)

El interés que manifiesta el grupo por transmitir un mensaje social se hace patente en las temáticas que suelen ser: contra el fanatismo (generalmente aparece como fanatismo religioso, pero que en realidad es contra cualquier forma de fanatismo), contra la violencia y la guerra, buscar las cosas, que el individuo vaya y busque el cambio, e incluso hay situaciones más personales.

Es importante señalar que, aun cuando el mensaje es que las personas busquen el cambio porque creen que en la sociedad organizada está el poder del cambio. Siempre bajo el supuesto de que cada quien es responsable de lo que escucha y de lo que hace, aclarando que “no es que se trate de cambiar a la gente, ni de decirles que lo que piensan no es válido, pero si de intercambiar puntos de vista y llegar a un acuerdo, y que cada quien decida lo qué es lo que está bien y que lo que está mal.” (Guillotina, Fanzine No. 2/ Diciembre 1994). Es una mezcla de esa ideología en la cual el rock es capaz de lograr muchas cosas en diversos niveles con la tolerancia, el dejar ser y la honestidad:

“... yo creo que así como los rocanroleros, los que hacemos la música tenemos que ser honestos o tendríamos que ser honestos, creo que la gente también debería estar buscando eso... no hay que excluir de la responsabilidad a la gente, yo creo que a lo mejor es más importante la responsabilidad que tendríamos cada quien a la hora de estar escuchando una canción que diga estupideces...”¹⁶ (Manco)

Es importante destacar la estructura iterativa de los mensajes del grupo, aunque hay una evolución sigue siendo Guillotina, sin faltar a lo que los receptores esperan escuchar. La identificación y retroalimentación reafirma opiniones mutuamente; gracias al encuentro entre gustos similares y a que la persuasión opera sólo entre quienes son susceptibles de ser persuadidos. El consumidor influye en el productor a través de la circulación, ya que todo el proceso es un flujo de significaciones en todas las direcciones.

La intencionalidad de los autores en la composición de las rolas

A lo largo de los seis años de existencia de Guillotina, la composición de sus canciones ha variado. El grupo ha evolucionado, no sólo en el aspecto musical, sino también en la lírica. En los primeros discos el sonido de la banda era más crudo, más parecido a como suenan en vivo, el segundo disco mantiene ese estilo, pero para el tercero, las canciones de la banda tienden a ser más melódicas. En opinión de los integrantes de la banda **Mientras el Resto Sigue** es el mejor disco de Guillotina:

“yo siento que este disco está como más explorado... desde el aspecto... digamos tímbrico, armónico y composición... también en la hora de la grabación como que se exploraron más alternativas...”¹⁷ (Aram)

¹⁵ Entrevista realizada el 17-mar-1999

¹⁶ Entrevista en Orbita 105.7 F.M. transmitida el 11-nov-1998

¹⁷ Entrevista en Orbita 105.7 F.M. transmitida el 11-nov-1998

Efectivamente, es más experimentado, sigue siendo Guillotina, pero hay elementos que antes ni se podrían pensar en una canción del grupo, como la utilización de un cello en 'No es fácil'. Su tercer disco es más variado hay rolas lentas, rápidas, más pesadas, melódicas. Según indica Alejandro esto se debe a que la composición varió:

“En el primer disco la composición era más cruda, de lo que salía de un riff de guitarra íbamos montando un ritmo en la batería, le poníamos el bajo y se armaba la rola. En el segundo disco continuamos un poco con esa manera de componer, que probablemente en muchos de los casos tratábamos de mantener pero tratando de dar un cambio dentro de nuestro estilo. Para esta tercera producción... la composición fue muy diferente, porque en vez de empezar con un riff de guitarra lo hicimos de una melodía de la voz, se iba montando una letra y luego de eso se ponía la música, lo que te da una manera muy distinta de componer y que a final de cuentas dio un disco diferente y más melódico.” (Extremos. Año 2 Núm. 15 Marzo 1999).

Hay que destacar que la composición de las canciones es trabajo en equipo:

“hay rolas que, por ejemplo, de hecho en el disco dice música Manuel y Charpenell, que Manuel las empezó a tocar en la sala de su casa y que se juntó con Charpenell a ensayar un día y que luego fuimos El Manco y yo y le metimos lo que nos salió y otras así en el cuarto de ensayo, que es a ver yo tengo este riff de guitarra... o como un todo, todo el sonido ya junto”¹⁸ (Aram)

No todos los integrantes de Guillotina escriben letras, por lo que manejan una especie de control de calidad, que no es muy estricto, pero en el que no pasa una letra que no tenga nada que ver con el grupo y aunque eran la última parte que se componía de la canción, siempre han sido importantes. La forma en que las hacen también ha cambiado, si bien expresan las mismas preocupaciones se han ocupado de hablar de las mismas cosas en formas diferentes utilizando rimas distintas, palabras nuevas, pues a fin de cuentas, como señala Manuel: “tienes preocupaciones o te cagan las mismas cosas, porque nunca cambian las cosas que te cagan”, como podrían ser el gobierno y el fanatismo religioso y eso es lo que tratan de expresar. Una constante es el uso de términos absolutos como parte del radicalismo de su propia personalidad.

¹⁸ Entrevista realizada el 7-mar-1999

CONCLUSION

No hay lo que no quiero saber

La música comienza... unos segundos después se escucha también la letra de la rola: "Ella no está más en la verdad, se fugó a otro lugar..." El tono en re menor la hace una canción triste, que al combinarse con la figura armónica menor provoca un sentimiento de melancolía.

Guillotina ha producido significación a partir de su trabajo, de la manipulación de materia prima preexistente. Con sonidos, palabras, experiencias vitales; ha creado una canción, una propuesta textual que al circular en conciertos o como disco, en radio y en los medios de comunicación en general, es recibido por críticos, locutores, gente que trabaja sobre una materia prima de segundo orden. Lo llaman grunge, alternativo, rock. La canción se convierte en texto interpretado y esa interpretación llega a los receptores; quienes al escucharla, escuchan la propuesta textual y el texto interpretado, generando su propia interpretación y apropiándose la rola en diversas formas. Pero la canción sólo será entendida totalmente al ponerse en relación con el resto de textos de su universo de significación, es decir, con aspectos convencionales y referenciales y contextuales que van desde el idioma hasta la música y la producción de Guillotina, el rock nacional, el grunge.

Todo esto sucede en tanto se va añadiendo significación a los bienes en cada una de las fases del proceso que va desde su producción hasta el consumo. Las canciones de Guillotina adquieren sentido completo en tanto son puestas en relación con otras rolas del grupo y con el contexto. En la circulación se transforman en discos, en mercancía para las disqueras y la radio, en bien simbólico valorado positiva o negativamente por los receptores, en factor de interacción en tiempo y espacio, en material de trabajo para críticos y locutores.

En el consumo, para los fans, Guillotina se convierte en objeto de reconocimiento, identificación... en algo valioso, digno de representar el momento mágico que constituye el encontrar en el objeto aquello que buscábamos sin saberlo y que descubrimos sólo al estar frente a él.

No está lo que no quiero sentir

A lo largo de la etnografía se han mostrado diversos puntos de vista: el de los fans de Guillotina, de los integrantes de la banda y de quienes desde los medios de comunicación contribuyen a la difusión del grupo. Todos ellos son a la vez productores y receptores de una práctica significante.

Al hablar de práctica significante es necesario referirse a la relación que el autor mantiene con la obra y con el lector, es decir, a la relación que Guillotina mantiene con su música y con la audiencia. Autor y lector operan simultáneamente, pues son producidos por el mismo discurso; de forma que el autor mantiene con la obra una doble relación: como autor y como receptor crítico. El papel crítico de la función receptor que asume Guillotina depende del sentido y valor que atribuye a la realidad así como del tipo de discurso

elegido ; es decir, el rock, el grunge, el alternativo, asimismo, las temáticas seleccionadas en las letras de las canciones, los eventos en los que participa, las opiniones que emite, todas ellas descritas con anterioridad.

Una vez que se emite el discurso, comienza una retroalimentación ; la cual será positiva si el receptor (audiencia) reforma en sentido productivo los estímulos comunicativos-significativos del emisor (Guillotina) ; y será negativa cuando los reforme en sentido restrictivo. La retroalimentación es variable y es en parte por ello, que el trabajo artístico resulta en cada caso un producto particular.

La relación autor/lector para ser productiva debe promover la capacidad crítica de la recepción del discurso. La finalidad y la capacidad del receptor para producir significación a partir de un discurso dado es permitir la apropiación de dicho discurso para hacerlo productivo realmente por cada receptor individualizado y concreto en el nivel también concreto e individualizado de su vida cotidiana ; como lo hacen Ernesto, Denisse, Emma y Pablo con las canciones de Guillotina.

No se debe olvidar que la capacidad de producir significación implica la posesión de códigos sociales. Si bien es cierto que se trata de individualidades, también lo es que se trata de una práctica social. Desde un punto de vista semiótico, los fenómenos sociales son procesos de producción de sentido. Toda producción de sentido tiene una manifestación material, ya sea un texto, imagen, sonido... y sin importar cuál sea el soporte material el discurso (fenómeno social, bien, mensaje, forma simbólica) es una configuración espacio-temporal de sentido. Para Eliseo Verón, analizar los efectos de sentido implica analizar los sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de producción y sus efectos. Es importante destacar los siguientes aspectos: la distancia entre producción y reconocimiento y la interdiscursividad:

a) "las condiciones de producción de un conjunto significativo no son nunca las mismas que las del reconocimiento. La distancia entre producción y reconocimiento es extremadamente variable"(1987:129). Un mismo texto puede producir efectos diferentes en contextos históricos diferentes y en diferentes 'zonas' de una sociedad. Entre producción y reconocimiento hay un desfase no se pueden inferir los efectos a partir de las condiciones de producción pues el efecto jamás es uno, es un campo de efectos... este desfase es del observador y no del actor, para el primero ningún intercambio de comunicación es transparente.

b) Las condiciones de producción de un texto se forman con otros textos, de modo que la producción de un texto es en sí un fenómeno de reconocimiento, lo contrario también es cierto, es decir, un conjunto de efectos de sentido se manifiesta bajo la forma de textos producidos (Verón; 1987:130)

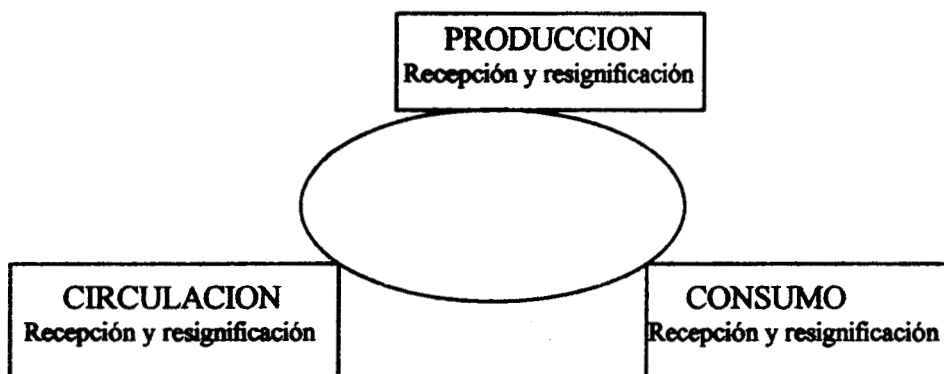
A lo largo del presente trabajo se han presentado las condiciones sociales de productores y receptores y los sentidos atribuidos por unos y otros a los bienes/formas/discursos. Se ha mostrado cómo, efectivamente, un discurso lleva en sí las huellas sociales de su producción, pero también cómo el sentido es construido en las fases del proceso de producción y recepción. La circulación de mercancía simbólica constituye una fase más en la que también se produce sentido. Aunque como proceso de producción de sentido tanto la circulación como la materia significativa son sólo referenciales, materialmente existen y como parte del proceso de producción y consumo de bienes

contribuyen a la formación de sentido, se convierten en nuevos textos de la interdiscursividad.

En este caso el sentido del discurso que transmite Guillotina principalmente en sus canciones y que se refuerza en los fanzines, la imagen y actitud del grupo, es permeado por las condiciones de comercialización del rock nacional, incluida su ideología. Y aunque el grupo no está peleado con las ventas y el aparecer en medios electrónicos siempre y cuando se respete su esencia, esto no son sino parte de los textos y gramáticas que operan cuando Guillotina hace y transmite su discurso.

El campo de efectos de sentido en la recepción, como se ha visto, no puede ser inferido por la producción, aunque en algunos casos el efecto de sentido coincide con el de producción, que sería el caso de los fans, hay muchos efectos más; que se relacionan con las condiciones de reconocimiento tanto sociales como individuales.

Tanto la producción como la circulación y la recepción operan en una red de relaciones que los determinan, no obstante la distancia entre uno y otro. En las tres fases del proceso hay producción y recepción de sentidos, yo los concibo como un flujo constante de significación hacia las tres direcciones:



En el sentido atribuido al discurso, no deben olvidarse aspectos como la intencionalidad del creador, pues es en ésta donde se conforman las características del mensaje y aun cuando el efecto de sentido no coincida, siempre guarda relación con el mensaje que se recibe. Las canciones de Guillotina pretenden, desde sus creadores, que el individuo se de cuenta de ciertas condiciones que busque el cambio, estar contra la violencia y la guerra, en general buscar las cosas y luchar por ellas para mejorar; lo hacen diciendo que Dios no existe, que no les importa nada, de una forma nihilista que busca despertar conciencia, puede recibirse de esa forma o de la contraria, es decir, como incitación a no hacer nada y pensar que la vida no vale la pena; formas diversas de atribuir sentido a partir de una estructura dada.

Es importante destacar que cada una de las partes y procesos que se han destacado influyen en la forma en que Guillotina y sus audiencias se encuentran y permiten que los bienes se tornen significativos, puedan ser apropiados y usados en la vida cotidiana, la cual no puede ser abstraída del contexto social, de las relaciones, negociaciones y formas de legitimar los bienes como parte de un capital que se considera valioso y al cual no se puede tener acceso fácilmente.

La significación hace posible la apropiación. El contexto condiciona la significación de los sujetos consumidores, que en su vida cotidiana, consciente o inconscientemente, se apropian o deshechan los mensajes. La elección de los bienes a partir de los cuales los receptores se relacionan con los demás y hablan de sí mismos; muestran parte de quienes son. Todas estas frases describen en parte, el proceso de producción, circulación y consumo de bienes culturales.

Las canciones, fanzines, objetos y los propios músicos han sido presentados como bienes para los consumidores, como formas simbólicas para los receptores, como mensajes transmitidos por los medios y como textos o discursos en la significación. Todas ellas formas diferentes de nombrar lo mismo, pero también de destacar distintos aspectos de un mismo proceso: el proceso en el cual Manuel, Alejandro, El Manco, Jorge y después Aram, forman una banda de rock y comienzan la historia de Guillotina; Emma los escucha en la radio, Pablo y Denisse se convierten en fans y Ernesto cambia su forma de pensar, es decir, el proceso de producción, circulación y consumo, significación y apropiación de bienes simbólicos. Un proceso en el que los bienes, además de ser mercancías, son elegidos por los consumidores y mediante esta elección los convierten en parte de sus vidas.

Para Guillotina, tal vez sólo sea una forma de expresar cosas que consideran valiosas, retroalimentarse y ser lo que es “ cuatro chavos que se levantan en la mañana... salen a la calle y hacen sus vidas... se juntan para tocar, tocan...” Pero sin duda, es mucho más que eso.

BIBLIOGRAFIA

- Anónimo. "Synchronario" **Pulse!** Núm. 134. Feb. 1995.
- Anónimo. "Contundente como una filosa guillotina" **Nuestro Rock**. Año 4 Núm. 33 México, Mayo, 1997.
- Anónimo. "Mientras el resto sigue" **Extremos**. Año 2 Núm. 15. México, marzo, 1999.
- Anónimo. "cd o no cd" **Switch**, Marzo, 1999.
- Bagge, Peter "Grunge" en *The Alternative page*. www.alternative rock world.com
- Bourdieu, Pierre.(1980) **Le sens pratique**. Minuit, Paris.
- (1984) "Algunas propiedades de los campos" **Sociología y cultura**. México, Grijalbo, pp.135-141
- .(1984a) "La metamorfosis de los gustos" en **Sociología y cultura**. Grijalbo, México, pp 181-191
- Bruhn Jensen, Klaus.(1992) "La política del multisignificado" en Guillermo Orozco (comp.) **Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países**. UIA México.
- Castillo, Juan Carlos. "El templo de Euterpe" **Códice Rock**. Núm. 13
- Douglas Mary y Baron Isherwood. (1990) **El Mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo**. México, Grijalbo.
- Eco, Umberto. (1972)**Tratado de semiótica general**. Barcelona, Lumen.
- Frith, Simon.(1980) **La Sociología del rock**. Ediciones Júcar, Madrid.
- García Canclini, Néstor.(1986) **Desigualdad cultural y poder simbólico**. México, ENAH,
- (1987) "De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular? En **Comunicaciones y culturas populares en Latinoamérica**. FELAFACS-Gustavo Gili. México.
- (1993) **Transforming Modernity: popular culture in México**. University of Texas Press Austin.
- (1995) **Consumidores y Ciudadanos**. México, Grijalbo.
- (1996) "Políticas culturales e integración norteamericana en la perspectiva desde México" en García Canclini (coord.) **Culturas en Globalización. América Latina-Europa-E.E.U.U.** Libre comercio e integración. Venezuela, Nueva Sociedad.
- Gubern, Román.(1998) **Mensajes icónicos en la cultura de masas**. Editorial Lumen, Barcelona. (Palabra en el tiempo núm. 103)
- Guillotina. Fanzine No. 1 Ago.1994
- Guillotina. Fanzine No. 2 Diciembre 1994
- Guillotina. Fanzine No. 3 Noviembre 1995
- Guillotina. Fanzine No. 4 Noviembre 1996
- Guillotina. Fanzine No. 5 Junio 1997

- Martín Barbero, Jesús.(1987) "Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales" en **Comunicación y culturas populares en América Latina**. Gustavo Gili, México.
- (1987a) **De los medios a las mediaciones. comunicación, cultura y hegemonía**. Gustavo Gili, México.
- Messham-Muir, Kit. "Grunge art: mass culture, contemporary practice and criticism".1996
[http:// www.bee.net/Vykorn](http://www.bee.net/Vykorn)
- Navas, Pablo. Sin título. En Kerrang, Núm. 12. Madrid, octubre de 1994.
- Nielsen, David. "The Death of grunge" en *The Brunching Shutecocks Homepage*
www.brunchingshutecocks.com
- Nivón, Eduardo y Ana María Rosas.(1991) "Los públicos populares: rock, salones de baile y Alameda Central" en **Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la Ciudad de México**. UAM-Iztapalapa. México.
- Ortíz, Renato.(1997) **Mundialización y Cultura**. Argentina, alianza editorial.
- O'Sullivan, Tim et.al.(1995) **Conceptos clave en comunicación y estudios culturales**. Amorrutu Editores, Buenos Aires.
- Palacios, Juan Ramón. "Rock mata pop" CD crítica. México, 1996.
www.intercable.net/desvelados/guillotina.html
- Reguillo, Rossana.(1991) **En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación**. ITESO, México.
- Romo, Pablo. "Muévete! Gira por la libertad" **Códice Rock**. Núm. 15
- Ruiz, Salvador. "Verbo mata carita, dinero mata verbo, rock mata pop" **Códice Rock** Núm. 13
- Talens, Jenaro.(1987) "Practica artística y producción significativa" en **Elementos para una semiótica del texto artístico**. Ediciones Cátedra, Madrid. pp. 16-60
- (1987a) " Teoría y técnica del análisis poético" en **Elementos para una semiótica del texto artístico**. Ediciones cátedra, Madrid. pp. 64-109
- Thompson, John. **Ideología y cultura moderna**. México, UAM-X. 1990
- Tordera Saéz,(1987) Antonio. "Teoría y técnica del análisis teatral" en Talens, Jenaro. **Elementos para una semiótica del texto artístico**. Ediciones Cátedra, Madrid.
- Urteaga, Maritza. (1997) "Identidad y jóvenes urbanos" en **Estudios recientes en Antropología urbana**. México, Plaza y Verdad.
- Verón, Eliseo.(1987) **La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad**. Gedisa, Buenos Aires.

ANEXOS

CRONOLOGÍA DE GUILLOTINA*

1992

noviembre: formación de la banda.

1993

febrero: empiezan las primeras presentaciones del grupo.

agosto-septiembre: graban su primer disco titulado **Guillotina** bajo la producción de Jack Endino.

1994

marzo: la banda se presenta por primera vez en el festival "South by South West" en Texas.

abril: sale a la venta el disco debut, y se programa en radio la canción "Todo sigue igual", de la cual se filmó un video.

mayo-junio: gira en Europa con un total de doce conciertos en diferentes clubes de Suiza y Madrid, Vigo, Barcelona y Bilbao en España.

junio-diciembre: gira de Guillotina en las principales ciudades del país. Algunos de los más importantes son: Guadalajara, en el Teatro Roxy, alternando con el grupo inglés Radiohead y el Festival Juárez en Ciudad Juárez.

1995

marzo: Festival Tijuana y presentación en el prestigiado club "The Police" en Los Angeles.

mayo: se edita en España el disco y se organiza una gira de once conciertos que culminan en el legendario club "Revolver" en Madrid, donde alternan con la banda danesa D.A.D.

junio: participan en el festival "Nuestro Rock" en el Palacio de los Deportes

1996

marzo: presentación en el festival "South by South West" por segunda ocasión.

abril: participación en el festival "Camaleón" en el cine Opera.

mayo: forman parte de la gira "Wateke" de MTV en las ciudades de Guadalajara, Aguascalientes y San Luis Potosí.

mayo-junio: grabación y mezcla del segundo disco de la banda.

noviembre: lanzamiento del sencillo "Aquí" y del álbum **Rock Mata Pop**.

1997

enero: presentación del disco **Rock Mata Pop** en el Teatro del Pueblo.

febrero: conciertos en varias ciudades incluyendo Houston, Texas.

marzo: gira "Pa' que t'eduques" en universidades y preparatorias del D.F.

abril: son el grupo abridor del concierto de Def Leppard en el Palacio de los Deportes.

mayo-agosto: serie de conciertos en diferentes ciudades.

* Los datos de esta cronología fueron tomados de una hoja promocional distribuida por WEA y fueron complementados con algunos hechos recientes. Únicamente fueron considerados los datos que se consideraron de mayor significación en la historia de Guillotina.

1998

enero-mayo: serie de conciertos en diferentes ciudades

julio-agosto: preparan las canciones de su tercer disco.

septiembre: participan con el tema "Pobres de los niños" en el disco *Tri-buto un homenaje a El Tri*.

noviembre: sale a la venta **Mientras el Resto Sigue**, tercer disco de la banda. El grupo inicia una serie de presentaciones que comienzan con la presentación del álbum en el *Hard Rock Live* y culminan el 28 de noviembre en el festival "Vive Latino" en el Foro Sol del Autódromo Hnos. Rodríguez, junto a lo mejor del rock nacional, español y sudamericano.

GUILLOTINA

NO SE PUEDE CEDER

Letra: Manuel Suárez

¿Quién dijo que se podía dormir?
teniendo una sombra detrás de tí.
No se puede ceder gloria al enemigo.
No se puede ceder.
¿Quién dijo que importaba la gente
inocente?
Que no tiene por qué morir.
Al fin y al cabo hay que dominar,
siempre al enemigo hay que conquistar.
¿Quién dijo que todo es más fácil?
Si aniquilamos lo que no viene bien.
Al fin y al cabo hay que dominar,
siempre al enemigo hay que conquistar.

TODO SIGUE IGUAL

Letra: Manuel Suárez

Dices que quieres cambiar,
Inmóvil todo sigue igual.
Te buscas en los demás.
¿Qué es lo que puedes imitar?
Todo sigue igual.
Todo es igual.
Dices que buscas otro lugar,
aquí no quieres vivir.
No estás conforme con lo que dicen de tí,
pero sigues sin hablar.
Dices que al mundo vas a cambiar.
¿Qué es lo que piensas hacer?
Crees que todo va a estar muy bien,
pero no sabes por qué.

PROVOCANDO AL PERSONAL

Letra: Manuel Suárez

Si pudiera decidir entre las opciones que
hay,
No estaríamos aquí entre tanta necedad.
Y si es así es porque quieres que sea así
Y si es así.

No habría razón para sólo discutir.

Te toca a tí.

Si pudiera entender cada uno a los demás;
no estaríamos aquí rezando por la paz.
No estaríamos aquí si no fuera porque a tí
y a mí
nos gusta mentir a los demás, provocar.

SEGUIMOS HACIENDONOS DAÑO

Letra: Enric Rodamilans, Manuel Suárez

El pasado se olvidó esta vez,
el futuro no existe en tu mente.
No hay luz, no hay mal tu controlas el sol.
No hay razones para creer lo que no hay.
Ah! Seguimos haciéndonos daño.
Las palabras en contra de una pared que
terminan
por ser deshechas.
De qué sirvió mi buena voluntad
Me escondo, me aparto, me retiro.
Necesito verte otra vez! Necesito verte
otra vez.

COMO AYER

Letra: Manuel Suárez

Como ayer no hubo amanecer.
Sólo vi peleas por poder.
Yo quiero saber lo que está bien
que puede ser lo que no es igual como en
aquel
cuento;
no había mal, no había lágrimas.
Como ayer, hoy no se pone el sol arderá
lo que no
debe arder.

CUANDO TENGAS QUE MORIR

Letra: Alejandro Charpenell

Tu cuerpo encierra los pecados del cielo.
Careces de sensaciones y de tentaciones,
y mueres en el hielo,

encuentras las palabras abandonadas en
los
sueños
Cuando tengas que morir nadie gritará.
Deseos que salen de los muros de
concreto.
Estallan las opciones de escapar del arma.
Almas que hundieron, inocentes en el
fuego.
Cuando tengas que morir nadie gritará.
Nadie murmurará.

NUNCA

Letra: Manuel Suárez

Ella no está más en la verdad,
se fugó a otro lugar.
No quiso salir a la realidad,
ella no quiere estar aquí.
Y no quiere salir.
No se ha querido ir.
Ella no encontró nada bueno aquí.
¿Regresar? Nunca más.
Y buscar una realidad que no,
nadie pueda explicar.
Ella en un altar de su mundo irreal,
donde no hay nadie más.
Para qué olvidar la soledad si ahí está la
verdad.

¿EN QUE CREER?

Letra: Manuel Suárez

Las cosas no marchan tan bien,
has ido a refugiarte al templo aquél.
¿Y qué pasó? No estaba Dios.
Buscabas la fama, tan fácil que es
siempre te hincaste ante El
¿Y qué pasó? No era Dios.
Cambiamos mil veces de religión.
Creemos fielmente en la redención
¿Y qué pasó? ¿Y qué pasó? ¿Qué pasó?
No existe Dios.

DEMASIADO

Letra: Manuel Suárez, Enric Rodamilans

Ya sé que he dicho demasiado hoy,
de cosas que nunca entenderán.
Tal vez con el paso del tiempo
un día me lleguen a escuchar.
Las cosas siguen siendo igual que ayer,
y cuando cambian, cambian para mal
sería bueno imaginar alguna vez,
a donde iremos a parar.
Si lo que pretendes para convencerme,
es que el tiempo está en tu poder,
en cualquier minuto destruiremos
una parte de nuestra humanidad.
Cada hora que pasa destruimos
una parte de nuestra humanidad.
Podríamos todos saber la verdad,
parece tan fácil entrar.
Cada quien es lo que quiere creer
un día veremos quien estaba bien.

ENTRE UNA MULTITUD

Letra: Manuel Suárez, Enric Rodamilans,
Esteban Levin

Soy un hombre en una multitud.
No sé nada sobre muchas cosas.
Sigo y hago lo que los demás.
Si estoy solo no puedo gritar.
Me preocupo por mi actitud,
mi apariencia es inmaculada.
Sólo escucho lo que los demás.
Para qué ponerme a protestar.
De las cosas que yo quiero hacer.
De las cosas que no pueden ser.
Soy un hombre en una multitud.
Me han dicho que debo creer,
hacer todo lo que los demás,
sólo odiar, matar, aniquilar.
A las cosas que yo quiero hacer.
A las cosas que no pueden ser.

NO IMPORTA

Letra: Enric Rodamilans, Manuel Suárez

Si piensas que ya no importa dar más,
y no imaginas, no hay fantasías,
por qué no te sales rompes la verdad,
tal vez encuentres otra realidad.

Toda la música compuesta por Guillotina

ROCK MATA POP

NO QUEDA NADA

Letra: Manuel Suárez

Atacamos nuestros propios pensamientos.
Agredimos nuestros propios sueños.

No queda nada,
ya no queda nada,
nada que puedas ver
nada que hacer
no queda nada,
nada en que creer.

Destruimos todo lo que hemos creído.
Destrozamos a lo que somos tan fieles..

Así, no puede ser.
Así, no es.

¿CUANTOS VAN?

Letra: Manuel Suárez

Ya no entiendes a tu vida,
lo que haces no es lo que decías.
Estás todo confundido
en esencias, con creencias.

Ya no más.

No hay nadie ya que entienda,
vas buscando alguien como tu.
Al final del día siguiente
estás solo como siempre.

Ya no más.

¿Ya sabes cuántos van?
¿Ya sabes cuántos son?
Tu sabes cuantos ya no están

Ya no sabes lo que quieres,
no entiendes lo que sientes.
Todo lo que habías propuesto
hoy se ha convertido en muertos

Ya no más.

No sabemos lo que hacemos
Nos escondemos de lo que creemos.

Todos aguardamos turno
mientras morimos de uno en uno.

Ya no más.

NO DA IGUAL

Letra: Manuel Suárez, Enric Rodamilans

Lo que hay no está mal.
Lo que dejas atrás ya no está.
Si te vas, al final,
lo que esperas allá no estará.

No da igual lo que hay,
lo que tienes aquí, en ningún lugar.
Y te vas sin pensar.
¿Si no crees tu en tí, quién creará?

No da igual.
No da igual.
Al final, no da igual.

Si te vas de este lugar,
nadie nunca se va a lamentar.
Al final, sin cambiar,
cada intento que haces se va.

CUANDO QUEREMOS CREER

Letra: Alejandro Charpenell, Manuel Suárez

¿Quién es más fuerte,
quien es quien controla y tiene el poder?
¿Cuándo vamos a lograr olvidarnos de
esta ansiedad?
¿Quién es más débil, quién es a quien
vamos a ordenar?
Andamos sin rumbo y sin ver hacia donde
vamos a dar.

Quando queremos creer que todo hemos
visto...

Quando queremos creer que todo hemos
visto...

Estamos a punto de decidir demasiado tarde

¿Cuándo vamos a lograr ocultarnos de esta necesidad?

¿Porqué soportamos ver que crece un niño que ha visto matar?

¿Cuándo vamos a lograr olvidarnos de esta crueldad?

TANTAS MENTIRAS

Letra: Manuel Suárez

Tantas mentiras que a diario tengo que tragar,

tanta impotencia, tanta imbecilidad.

Tantas promesas que a diario tengo que romper,

tantos amigos que nunca voy a volver a ver.

Cuántos propósitos que nunca voy a lograr

cuanta basura, cuanta inutilidad.

Cuántas ideas que tenemos que callar, por miedo a la crítica de los demás.

Ocultar lo que creemos esté bien o mal.

Aprender, que lo que queremos no podemos hacer.

Tantas personas que quisiera hoy asesinar, tantas personas que quisiera no tener que soportar.

Tal vez sea hora de salir e irlos a cazar tantos temores, tanta mediocridad.

AQUÍ

Letra: Manuel Suárez

No hay

lo que no quiero tener,

lo que no quiero saber,

si no lo quiero en mí.

No está

lo que no quiero oír,
lo que no quiero sentir,
si no lo quiero aquí.

Aquí no hay nada

No está

lo que no quiero ya ver,
si nunca voy a volver,
no tengo porqué mentir.

¿Qué hay

que podamos resolver?

No queda nada que hacer
mejor me iré ya de aquí.

Aquí no hay nada.

No espero nada.

No tengo nada que esperar.

No doy nada.

No tengo nada que dar.

UN MINUTO DE SILENCIO

(Dedicada a K.C.)

Letra: Manuel Suárez

Una forma de acabar
con presiones, decepciones.
Un papel y un pensamiento
en el último momento.

Una forma de explicar
lo que nadie entenderá.
Un minuto de silencio,
un estallido para el tiempo.

Y no vas a saber por qué.

DIAS DE PAZ

Letra: Manuel Suárez

Días de paz,
si creemos en la igualdad,
parémonos de acribillar.

Y escuchemos lo que los demás
tienen que hablar.

Días de paz,
es hora ya de despertar,
pretender democratizar,
no paramos de hablar y hablar,

... de hablar y hablar.

Nos quedamos a ver los cadáveres,
el del enemigo siempre huele bien.
Vemos la felicidad
a través de los ojos de alguien más.

¿POR QUE PEDIR PERDÓN?

Letra: Manuel Suárez

Todo va a acabar.
¿Para qué tenemos fe?
Al final, lo que va mal acaba igual.

No hay porqué pedir perdón

Un día no estaré
¿Para qué pensar en lo que no hice bien?
A veces no creo en mi.
Nunca voy a creer en ti.

No hay porqué pedir perdón.

OPULENCIA

Letra: Alejandro Charpenell

Todos siempre enfermos de riqueza
sin saber aprovechar.
Corrupción, bien manejada
para poder engañar

Tratan de decirnos la verdad.
Tratan de decirnos la verdad.
Y nadie se puede equivocar.
Sólo están diciendo la verdad.

Las sotas que ondean diciendo

lo que es bien y lo que es mal.
¿Cómo hacer entender,
que no es esa opción y nada más?

ESTOY HARTO

Letra Manuel Suárez.

Ya estoy harto de tener que fingir
que me agrada la gente que está aquí.
No me importa si quieres hoy morir.
Suicidate si te parece bien.

No va a importar.
¿Qué importa ya?
Nada va a pasar.

Y si hablar bien, y si no también.
Piensas hoy luchar, o sólo protestar.
¿Qué hay detrás de ti? ¿Porqué estás aquí?
¿Qué piensas cambiar? ¿Qué quieres
ganar?

EL TIEMPO ES NUESTRO

Letra: Manuel Suárez

Nada por que suplicar.
Nada que puedas odiar.
El tiempo es nuestro.

Nadie por quien implorar.
Nada que quieras matar.
El tiempo es nuestro.

Nada por que protestar.
Nada por que suspirar.

Nada que pueda estar mal.
Todo en el justo lugar.
El tiempo es nuestro.

Toda la música compuesta por Guillotina

MIENTRAS EL RESTO SIGUE

YA QUE

Letra: Manuel Suárez

Música: Manuel S. Alejandro Ch. y Manco

No tenemos que perder.
Nada es nuestro.
Todo está en su poder.

Vivir callando a los demás
es fácil
cuando no tienes que decir.

Luchamos sin darnos cuenta
y perdemos el control.
Quedarnos a ver los restos
de nuestra decepción:
Nuestra diversión.

Las muertes nos hacen reír,
nuestras vidas
sólo causan dolor.

El tiempo se ha estancado,
nos ha burlado,
todo siempre es igual.

ESTE PAÍS

Letra: Manuel Suárez

Música: Guillotina

Alguien me dijo que iba a decidir por mí,
que iba a acabar con mis problemas.
A cambio sólo de sacrificar,
de hacer a un lado mis creencias.

Eso es nuestra justicia:
ser aniquilado.
Eso es nuestra nación:
es sólo un engaño.

Alguien me dijo que todo iba a cambiar,
que olvidara el malestar pasado.

Ahora no puedo reconocer.
¿Qué acaso todo estaba mejor ayer?

Eso es nuestra justicia:
ser ridiculizado.

Eso es nuestra moral:
ser extorsionado.

Eso es nuestra justicia:
ser aniquilado.
Eso es ser gobernado ser olvidado.

Eso es este país...

OTRA VEZ

Letra y Música: Manuel Suárez y Alejandro Charpenell

Sería normal verte caer
con los mismos defectos de ayer.
Perfecto es el día en que
dejaran de mencionarte sólo una vez.

Sería normal, verte llorar
olvidando la memoria que ya no está.
Perfecto es el día en que
dejaran de presionarte hasta no ver.

Aquí vas otra vez,
arriesgando lo que no puedes perder.
Aquí vas otra vez,
acabando con lo que podrías tener.

Sería capaz de tirar
todo para volverlo a intentar.
Con quien se fue el tiempo
que no nos dejó saber quién era quien.

Sería capaz de tirar
todo para volverlo a intentar.
Muy poco es vivir otra vez
si no podemos saber quién es quien.

RIDÍCULO

Letra: Manuel Suárez

Música: Manuel S. y Alejandro Ch.

Viéndolo bien prefiero huir,
ya estuve ahí, sólo sufrí.
Veo hacia atrás, te veo mentir.

Verme en tí es dejar de existir,
busco el aire para no asfixiarme.
Me da igual no respirar.

Dar más es ridículo,
esperar no tiene sentido.
Dar más es ridículo,
ya nada voy a dar.

Siempre esperé algo para mí,
mi ansiedad me la llevo de aquí.
Lo demás te lo dejo a tí.

MIENTRAS EL RESTO SIGUE

Letra: Manuel Suárez

Música: Manuel S. Alejandro Ch. y
Aram H.

Sin hablar, sin mentir
busca otro camino.
Sin pensar, sin fingir
busca otro destino.

Estás cansado, ya estás harto
de fingirlo todo.
Estás vencido, derrotado
no eres tú.

Mientras el resto sigue
detente a pensar.
Mientras el resto sigue
encuentra la verdad.

Nada para, todo cambia,
tienes que cambiar.
Nada es fácil, todo cuesta,
nos tenemos que arriesgar.

¿QUE HAS HECHO HOY?

Letra: Alejandro Charpenell.

Música: Alejandro Ch. Y Manuel S.

Podría yo pensar
mis huesos aniquilar.
Quisiera yo intentar
todos tus restos pisar.

Podría yo hablar
de cosas extrañas.
Quisiera yo intentar
culpar a los demás.

El daño que has hecho hoy
jamás se borrará.
El daño que has hecho hoy
no lo puedes cambiar.

Tu quieres acabar
con los lazos que hay hasta acá.
Entre el cielo y tú,
entre tú y lo que fue.

NACIMOS MUERTOS

Letra: Manuel Suárez.

Música: Guillotina

Hay sólo un final,
no hay ninguna forma de escapar.
No siempre hay solución,
siempre hay una forma de empezar.

No puedes evitar
nacer sin vida, expectativas.
Qué puedes esperar,
sólo hay una forma de empezar.

Nacimos muertos.
Vivimos muertos.
Nada es incierto.
Todo está hecho.
Nacimos muertos.

Existe la razón
sólo cuando está en tu contra.
La desinformación
no es la única contradicción.

NO ES FÁCIL

Letra: Manuel Suárez
Música: Guillotina

Por qué te ves así,
qué es lo que has visto hoy.
Qué hay atrás
o qué es lo que esperabas encontrar.
¿Acaso la verdad?
La puedes aceptar,
no es fácil aceptar.

¿Qué has hecho para estar así?
¿Qué has hecho y no quieres decir?

Qué había ahí,
qué es lo que has escondido.
Qué quieres proteger,
que no debo saber.
¿Acaso la verdad?
La puedo aceptar,
no es fácil aceptar.

¿A cuántos muertos viste?
¿Cuántas vueltas diste?

Acaso te enteraste,
viste la verdad.
No es fácil aceptar,
la debes aceptar.

UNO MAS

Letra: Manuel Suárez
Música: Guillotina

No importa que me agredan,
las heridas sanan.
No importa que no me hablen,
sólo puedo imaginar.
No soporto esperar pero esperaré.

Aguanto que me ignoren,
que no me volteen a ver.
Aguanto si me gritan,
puedo hacerme enmudecer.

No soporto esperar pero espero.
No soporto esperar pero esperaré.

Nada más para nadie,
uno más para mí.

Todo lo que quiero
que no me han querido dar,
espero que lo tengas
para ver como se va.

ENTONCES

Letra: Manuel Suárez
Música: Manuel S. y Alejandro Ch.

Se reclamaban más palabras falsas.
Se suplicaban por discursos de bondad.
Una oración que alejara la aflicción.
Una razón para explicar el mundo.

Se contemplaba una suerte incierta.
Siglos pendientes de imprudencia y
suciedad.
la conmoción por falta de dirección,
devastación de las ideas de un tiempo.

Por eso me inventaron
cuando nada podía ser peor.
Por eso rezas tanto,
por eso tanta obsesión.

¿Quién más ha dado tanta generosidad?
¿Quién cuida tanto de la humanidad?
Te he dado el don de la destrucción.
Tienes el don de muerte y separación.

**TU Y TODO LO QUE DIGAS ME
IMPORTA TANTO COMO YO A TI**

Letra: Manuel Suárez

Música: Manuel S. y Alejandro Ch.

Odio lo que tengo,
le temo a lo que siento.
Odio estar contento
mientras sé que están mintiendo.

No quiero escucharlos más.
No voy a adorarlos.
Prefiero suicidarme
a una vida esclavizante.

No quiero verte más.
No quiero reglas.
No quiero bienestar.
No me interesa.

Tengo poco en que pensar,
poco me han dejado.
Estoy cansado de fingir
que nunca me han dañado.

Odio tener que decir
que no puedo.
Hoy es tiempo de empezar
a escupirle al miedo.

HUIR

Letra: Alejandro Charpenell

Música: Guillotina

Si nos vamos a quien dejarás encargado
lo que arrastraste hasta acá.
Por cuantos más voy a tener que hablar
para decir cuanto voy a resistir.

Si nos vamos a quién mancharás
con la culpa de que nunca supo como dar.
Para dejar de envenenar tratas de decir
que todos estuvimos mal.

Nos quieres ya callar,

si quieres engañar,
vete a otro lugar,
trata de aceptar que hay que huir.

Si nos vamos a quién le dirás
todas tus mentiras, como lo hacías.
Pongo en evidencia a los demás,
a todos los que han dejado su vida atrás.

VETE

Letra: Manuel Suárez y Alejandro
Charpenell

Música: Guillotina

¿Qué no tienes nada que hacer?
¿Qué no tienes a quien proteger?
Nos molesta tu insistencia,
nos da asco tu presencia.

¿A quien vas a maltratar?
¿Qué sueño toca hoy destrozar?
Nos disturba tu inconsciencia,
nos repugna tu indiferencia.

Vete ya no esperes,
vete ya no pares,
vete ya no mientas,
vete con lo que murió.

Si no tienes nada que decir
¿por qué todos tienen que acudir?
Nos molesta tu impaciencia,
nos da asco tu presencia.

Ya no trates más de seguir así.
Ya no trates más de mentir aquí.
Nos disturba tu inconsciencia,
nos repugna tu indiferencia.

POR SI USTED NO LO SABE....*

Banda es una palabra con varias acepciones; puede ser el personal asistente a la tocada, una actitud de vida del rockero mexicano, ser banda es ser raza, ser neto y también el grupo que interpreta las rolas.

Dark, darkista, darkie, etc. es lo relacionado con los también llamados góticos u oscuros. El origen de este movimiento se relaciona con bandas como Bauhaus, Theatre of Hate y Killing Joke. El gótico se desarrolló a partir de lo que hacia 1978 se catalogó como escuela post punk de introspección lúgubre. El nombre surgió a partir de una broma en la que se referían a Andy, miembro de la banda Sex Gang Children, a quien llamaron duende gótico por su forma de vestir. Se trata de una música y estilo de vida introspectivo; generalmente relacionado con fumar, hablar de ser murciélagos, vestir de negro, usar accesorios plateados, verse delgados y pálidos, evitar lo comercial, compartir las penas, leer a Bram Stoker, Anne Rice y Lovecraft y hablar del fin del mundo. Los verdaderos góticos toman con humor estas apreciaciones, que en varios casos son ciertas, pero se aplican a los góticos apócrifos.

Hip- hop es un estilo de música cuyo origen se ubica en el reggae de Jamaica y el rapeo en las canciones. Los cuatro elementos que definen al Hip- hop son: el M. C'ing (rapear), el D. J'ing (samplear con cintas pregrabadas), el B-boying (baile conocido como break dance) y los tags (hacer rayones y grafitear en paredes o superficies vacías para embellecerlas).

Indy es como se conoce a las disqueras independientes.

Metal es como se denomina en general a los diversos tipos de Heavy Metal; el cual es una música agresiva, distorsionada, ultrarrápida y con grado máximo de volumen y mensajes de degradación moral, vacío existencial, magia negra ocultismo, etc. Con variantes como: Trash Metal (que destaca la agresividad y la fuerza), Death Metal (sobresale el tema de la muerte) Nuclear Metal (habla de la guerra y el holocausto), Black Metal (enfatisa la magia negra) y el Crossover (mezcla de metal con punk y hardcore).

Punk es un movimiento que surge en Gran Bretaña durante la primavera de 1976. A pesar de su brevedad (Los Sex Pistols, emblema de este movimiento, se desintegran en 1978) modificó el panorama de la música rock. Aparentemente, la música punk es carente de técnica, con armonías duras, salvajes y reiteradas. El punk es un movimiento urbano, anarquizante y transgresor. Los punks rechazan la familia, la escuela, el trabajo y el amor. Los punks abrazan el aquí y ahora, la noche y los objetos urbanos. Su aspecto sobresale por que se rasgan la cara, se tiñen el pelo de colores y lo llevan corto y desordenado, se perforan las orejas, la nariz o las mejillas con diversos objetos, que además, suelen usar como collares. Sus vestidos son desgarrados y de vinil.

* La información de esta sección fue extraída de revistas como Pulse!, Carmin Vampire, Melody Maker y la película The Great Rock' n Roll Swindle.

Rola es la pieza musical compuesta para ser ejecutada por una o varios músicos; es la partícula fundamental del rock y dicen los que saben, que emana del alma del rockero.

Ska es un tipo de músicaailable. Los skates son chavos que gustan de recorrer la ciudad en patineta y los skatos son los chavos que mezclan las prácticas del hip hop con las de los skates y además escuchan y bailan ska; generalmente son rechazados por el resto de los rocanroleros, cabe señalar que el término skato es, en buena medida, despectivo.