



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES "ACATLÁN"

LA AMPLITUD DE LA OBRA MUSICAL CONTEMPORÁNEA.  
EL IMPACTO DE UNA BANDA DE  
"MÚSICA ALTERNATIVA" DE E.U. EN MÉXICO



**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

**P R E S E N T A :**  
**MARCO AURELIO MORALES FERRERO**

ASESOR: LIC. JAVIER PINEDA MUÑOZ



ENERO 2004.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

*El lector ideal subvierte el texto.  
El lector ideal no se fía de la palabra  
del escritor.*

**-ALBERTO MANGUEL-**

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la  
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el  
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Marco Aurelio Morales Ferrera

FECHA: 7 de enero, 2004

FIRMA: Marco Aurelio Morales Ferrera



*A mis padres, Aurora Margarita y Marco Aurelio;  
mis abuelas, Imelda y Margarita;  
mis tíos,  
mis hermanos  
y mis primos.*

*A Isabel,  
mis maestros  
y a mis amigos.*

*A los profesores sin quienes este trabajo  
no hubiese llegado a buen puerto:  
Tarcisio Chárraga Pineda,  
Lucía Elena Acosta Ugalde  
Javier Pineda Muñoz  
Fernando Martínez y  
Edgar Morín.*

## INTRODUCCIÓN

Pocas veces nos detenemos a pensar en las amplias posibilidades comunicativas de una canción que escuchamos en la radio y lo difícil que nos sería explicar los sentimientos y pensamientos que experimentamos ante la música.

Por esa misma razón desestimamos a este medio en relación con el lenguaje oral, el escrito, la imagen visual, entre otros, cuando no hay una razón de fondo para que así lo hagamos.

Quizá la ambigüedad del mensaje musical sea el factor para que nos cause desconfianza hacer inferencias sobre este tipo de expresiones que por su carácter artístico presentan divergencias con tipos de comunicación más comunes y que nos parecen más seguras para entender y dar a comprender.

No obstante, la música es un medio de comunicación tan válido como cualquier otro, sólo que pensamos no existe una cohesión social tan fuerte entre las personas con respecto a ella que, por ejemplo, con el lenguaje oral.

Dichas reflexiones nos empujaron hacia el intento de abordar el tema de la comunicación artística. Las interrogantes eran bajo qué condiciones y parámetros hacemos la elección del producto musical de nuestra preferencia y como podríamos atrevernos a decir que compartimos un referente con su autor si no hay posibilidad de interactividad.

Un indicio sobre lo que se quiere transmitir puede ser la letra de una canción ya que si ésta no presenta dificultad para su entendimiento podríamos aseverar que sin temor a equivocarnos sabemos lo que es transmitido y con base en ello, calificarla, sin embargo, cómo nos atrae si la canción es en otro idioma o si la música no tiene letra e igualmente la catalogamos.

Ante esto decidimos centrar la atención en los mensajes musicales sin letra o con una distinta al español. Finalmente, escogimos como estudio aquella música que fuera acompañada por letra en inglés.

Esta decisión fue porque las expresiones musicales con letra en dicho idioma tienen una gran penetración en nuestro país y con ella tienen contacto todos los grupos de edad y condiciones sociales en el contexto urbano.

Un punto importante para esta elección fue que resultaría interesante analizar el impacto comunicacional de ese tipo de productos entre receptores hispanohablantes, cuando algunos cuantos dominan el idioma inglés. Otros sólo tienen nociones, muchos son profanos y la gran mayoría tuvo sus primeros acercamientos con esta música sin saber de nada de él.

Dentro de los géneros musicales que se exponen con líricas en inglés, el rock nos pareció interesante para su estudio, ya que existen factores adyacentes como implicaciones generacionales, fenómenos de integración juvenil, peculiaridades en su interpretación, el mercantilismo de la industria disquera, entre otras, que pudiesen ser catalizadores para su estudio comunicativo.

A su vez, en el rock, tomamos como corriente a analizar el "grunge", el que fue un fenómeno de reactivación discográfica basado en la difusión de una serie de bandas con características homogéneas, tratando de emular el "boom" del rock de los 50 y en especial del punk de los 70.

La razón para ello, fue que el "grunge" era una corriente de actualidad musical dentro del rock en el contexto donde se planteó el inicio de este trabajo, momento en que se cumplió un año de la muerte de quien se consideró como el "gurú" de esa tendencia, Kurt Cobain, líder del grupo post-punk, "Nirvana", que se convirtió en un importante referente para este trabajo.

Entonces, la meta que se estableció fue precisamente llegar al análisis del impacto comunicacional del mensaje de "Nirvana" entre jóvenes mexicanos, para intentar establecer cómo ocurrió éste.

Para poder llegar a nuestro objetivo, nos planteamos en un primer momento ensayar un análisis del arte que permitiera dar inicio a un abordamiento comunicativo, en general, de la música.

Así el capítulo uno intenta dar relevancia a las posibilidades comunicativas del arte, partiendo del hecho de que el mensaje artístico es capaz de provocar una gran cantidad de interpretaciones, aunque sea un único objeto de referencia.

Para nosotros, el arte es ambiguo y por ello puede provocar multiinterpretaciones entre los receptores, quienes al estar frente a una manifestación artística –como es la música no necesariamente tienen que responder de una manera exactamente igual entre ellos.

Los contextos históricos, sociales y culturales, así como las diferencias individuales son las que inciden en la forma de recibir el mensaje artístico, por lo que también desestimamos el papel de la crítica del arte ya que ésta no puede homologar los gustos de las personas, cuando se trata de un acto de sensibilidad que sólo puede ser ayudado a tomar referencias, más no ser dirigido.

Este análisis nos permite colocar la ambigüedad del mensaje artístico como un importante catalizador para el estudio comunicativo de la música, lo que en el fondo nos permite señalar que el estudio del arte pudiese estar a la vanguardia de la investigación en comunicación.

Subrayamos en el capítulo dos la importancia de la ambigüedad del mensaje musical que por ende muestra sus amplias posibilidades comunicativas.

Dentro de nuestro intento por demostrar la amplitud del mensaje musical, nos auxiliamos del concepto de "apertura de la obra artística" que describe Umberto Eco en su "Obra abierta".

La apertura de la obra musical es ambigua por poseer una gran cantidad de información difícil de comunicar, fruto de que el arte, la forma es más importante que el contenido.

A pesar de ello, no hay incomunicación porque el producto artístico media la realidad y se convierte en un referente a interpretar según la formación de cada uno de los receptores.

De relieve queda entonces la fuerza de la infraestructura social para interpretar la música.

Para el capítulo tres pretendemos insertar al producto musical, con todas las implicaciones que contiene y hemos visto en los apartados anteriores, en todo un sistema comunicativo.

Se destaca entonces su papel como acto simbólico específico que se desarrolla en un ambiente simbólico global y como tal es un código elaborado y restringido de la sociedad que deviene en el eslabonamiento de los códigos lingüísticos, la solidaridad y el ritual.

Ese papel del que se apropia la música, en el devenir del tiempo provocó su masificación y con ella, vino su relevancia en las planeaciones políticas, culturales y económicas de los Estados en todo el mundo.

Ante ello, es ineludible abordar la influencia del poder en la producción musical contemporánea, lo que se convierte en un nuevo ingrediente que enriquece el estudio comunicativo de la misma, porque se trata de una variable cargada de connotaciones.

Otros fenómenos relevantes con los que también se interrelaciona el mensaje musical en dinámicas sociales específicas, son la integración y fragmentación de grupos sociales, ya sean raciales o generacionales, los que usan como distintivo ciertas corrientes musicales.

De esta manera, se introduce la masificación del mensaje musical como catalizador por el que la ambigüedad de la información en sí, se acrecienta ante los móviles de las empresas emisoras, nacionales y transnacionales y su relación con la forma en que lo consumen grupos específicos de receptores.

Luego de tener en cuenta las características que hemos venido señalando del mensaje musical, en el capítulo cuatro, nos introducimos en la evolución de la música rock en inglés desde los años 50 hasta los 90 para contextualizar el surgimiento del "grunge" y la llamada "música alternativa".

Por tal motivo se abordan las corrientes y exponentes que en su tiempo se consideraron contestatarias e innovadoras en el mundo del rock como las corrientes de los 50 y 60, el punk británico, el reggae jamaicano, el nacimiento del grunge y la patentización de la llamada "música alternativa" de los 90.

En ese punto también se trata de evidenciar que hay momentos en la historia cuando el rock se ha revitalizado mediante dichas expresiones contestatarias, las que a pesar de su contenido se han aprovechado para el avance mercadológico de la industria discográfica.

La contextualización hecha en el capítulo cuatro nos permite finalmente aterrizar en el quinto las consideraciones que hicimos durante todo el trabajo y adaptarlas a un caso particular que es el impacto comunicacional del producto comunicativo anglófono de Nirvana en México.

En el último capítulo se toman en cuenta los aspectos multiinterpretativos de la obra artística, el contexto cultural y lingüístico en México; la intervención de los grupos transnacionales dedicados a la comunicación masiva, como referentes para tomar conciencia del papel de la ambigüedad en la comunicación.

Todo esto nos permite observar la amplitud del mensaje musical y sus grandes posibilidades comunicativas, las que incluso no se coartan aunque las letras de las canciones sean en un idioma distinto al español.

Así se ponen de relieve las peculiaridades y las posibilidades del arte y el arte popular como comunicación, las que pudiesen ser factores a tomar en cuenta durante el estudio de otras formas comunicativas.

## I LA ILUSION DE LO BELLO

### a) Multiinterpretaciones en el arte

Muchas obras artísticas al parecer son bellas por convención, lo que ha llevado al grueso de la gente a creer en la existencia de un "ojo artístico", propio de expertos quienes señalan qué es lo bello y qué no.

Quizá por ello se piensa erróneamente que sólo algunos pocos tienen la sensibilidad para categorizar el arte, mientras que el resto se mantiene "profano" o incluso "ignorante" si no gusta del "David" de Miguel Ángel o no comprende una obra de Picasso, como si hubiese un contenido nada más visible para "iniciados".

Sin embargo, es factible enunciar que una obra de arte es capaz de provocar multiinterpretaciones entre diferentes sujetos, según su formación sociocultural, el país y la región donde habitan, lo que desde nuestro punto de vista derrumba la creencia de un tipo de estándar y evolución artísticos.

"Cuánto más general sea la actitud y menos limitada la dirección recibida por el espíritu al contemplar determinado producto artístico, tanto más notables será ese género tanto más excelente ese producto."<sup>1</sup>

Lo amplio del significado y la gama de opiniones que de una obra de arte se desprenden la hacen mejor, esto porque no existe ninguna sensación estética pura, nadie piensa ni siente exactamente igual a otro de sus semejantes.

Schiller (1943) sostiene que lo anterior ocurre porque la belleza enlaza dos estados opuestos: sentir, conforme a la experiencia, y pensar, acción cimentada en la razón.

---

<sup>1</sup> SCHILLER H. (1969): "Mass communication and american empire", Ed. August M. Kelly, Nueva York; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México, D.F., Ed. Paidós, p. 21.

La interpretación por eso mismo difiere entre personas con características vivenciales, sociales y educativas diversas, incluso las diferencias fisiológicas y psicológicas también inciden en la manera de entender un mensaje tan general como el de una obra de arte.

Podemos ver que Umberto Eco desarrolla en "Obra abierta" una interesante manera de ver la concepción del arte, donde esta actividad humana recibe un lugar preponderante entre los actos comunicativos por la cantidad de información contenida en ella.

"La obra de arte es un mensaje fundamentalmente ambiguo, una pluralidad de significados que conviven en un solo significante".<sup>2</sup>

Ante esta idea, el autor ítalo define a la obra como un objeto dotado de propiedades estructurales definidas capaces de permitir y coordinar la alternativa de las interpretaciones por medio del desplazamiento de perspectivas.

El que una obra artística no tenga una definición de carácter unívoco, lleva a Eco al concepto de apertura, una propiedad de lo ambiguo en la estética, a la que define como doble naturaleza de la organización comunicativa de una forma estética y como parte de la típica naturaleza de transacción del proceso de comprensión. De ahí el surgimiento del concepto "obra abierta" e incluso el de "obra en movimiento", éste último da a entender a la obra como interactuante con el receptor.

"Cuando una obra presenta muchos pretextos, muchos significados y, sobre todo, muchas facetas y muchas maneras de ser comprendida y amada, entonces es una pura extensión de personalidad".<sup>3</sup>

Por esa misma razón, quizá Immanuel Kant (1914) señaló al juicio de gusto mediante el cual un objeto es declarado bello, bajo la condición de un concepto determinado como no puro; precisamente por la apertura de la obra artística.

---

<sup>2</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 34.

<sup>3</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 76.



Kant, a partir de ello, introduce dos clases de belleza: la libre, carente de concepto alguno, y la adherente, la que presupone un concepto capaz de marcar directrices sobre el objeto. Eso pone de relieve la importancia de la forma en las obras de arte.

"En una obra de arte verdaderamente bella, el contenido no es nada, la forma es todo: pues la forma es lo único que actúa sobre el hombre entero, mientras que el contenido actúa sobre algunas potencias en particular. El contenido, por muy sublime y amplio que sea, opera siempre sobre el espíritu limitándolo; sólo de la forma puede esperarse una verdadera libertad estética. El verdadero secreto de la maestría en el arte consiste en esto: que la forma aniquile a la materia."<sup>4</sup>

De la vida cotidiana emerge el arte porque a pesar de que muchas situaciones parecen insípidas a simple vista, la forma en que se representa ese contenido en la pintura, la escultura, la literatura o el cine, entre otros, eleva al objeto al nivel de arte "aniquilando al contenido".

Si tomamos como punto de partida las dos clases de belleza, según Kant (1914), se puede explicar mejor la situación: un objeto como un diamante no tiene concepto y es bello porque no se asocia a ninguna tarea y en este caso la forma es más importante que su materia; y si se habla de una iglesia, aunque bajo ciertas directrices es bella porque la forma de construcción es genial, adquiere una mayor relevancia si se toma en cuenta su finalidad religiosa.

Encontramos también que las diferencias individuales inciden en cómo se aprehende una obra artística, ya que si la belleza es libre, lo mismo es su dirección; mientras si es adherente, como una Mezquita, por muy bella que sea y reconociéndose así en el fondo, un practicante de una religión tendrá un prejuicio al representarse mentalmente la obra.

"Cuánto más imponente, absorbente, seductiva que sea por sí misma la materia; cuanto más espontánea se ofrezca a ejercer su propia acción, o también cuánto más inclinado esté el contemplador a entregarse

---

<sup>4</sup> SCHILLER H. (1969): "Mass communication and american empire", Ed. August M. Kelly, Nueva York; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México, D.F., Ed. Paidós, p. 26.

inmediatamente al trato con la materia y afirma su imperio sobre el contemplador."<sup>5</sup>

## b) Ambigüedad artística

Se podría establecer, de esta manera, la no existencia de un tipo de gusto universal, aunque en el caso de la citada belleza adherente, a algunos objetos se les pueden prescribir reglas de juicio, mas no de gusto, sino de unión de gusto con razón.

"No son, sin embargo, entonces, reglas de gusto, sino solamente unión de gusto con la razón, es decir, de lo bello con el bien, mediante la cual aquel viene a servir de instrumento para el propósito de consideración de este último, de poner aquella situación de espíritu que se conserva a sí misma y tiene un valor subjetivo universal."<sup>6</sup>

Frederich Kainz (1948) agrega que las obras de arte para poder ejercer su acción, requieren de un hombre receptor en actitud estética.

"Lo específico y peculiar de la actitud estética reside en que, al adoptarla, nos entregamos por entero a la contemplación o a las percepciones del oído, sintiendo con ello como un estado de beatitud sin ir más allá de esa pura impresión."<sup>7</sup>

Benedetto Croce (1962) explica que tal estado de beatitud como una actitud de conocimiento intuitivo, pero colocando al arte no como la simple intuición, sino como "la intuición de la intuición".

---

<sup>5</sup> SCHILLER, F. (1943): "La educación estética del hombre", Col. Austral, Ed. Espasa-Calpe, Buenos Aires, pags. 86-88 y 102-107; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 23.

<sup>6</sup> KANT, I (1914): "Crítica del juicio", trad. Manuel García Morente, Ed. Vicente Jorro, Madrid, pags 102-106 y 230-237; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 19.

<sup>7</sup> KAINZ, F. (1952): "Estética", trad. Wenceslao Roces, Fondo de Cultura Económica, México D.F, pags.56-59 y 72-75; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p 29.

Dicha actitud estética es asociada con el desinterés en la percepción de un objeto, objeto que provoca en el hombre un sentimiento de belleza y aprecio por la cosa, la que no es asociada con ningún otro tipo de utilidad, sino la del goce.

Sólo en el caso de la belleza adherente habría divergencia, pero si finalmente una pistola es bella, la concebimos de tal manera en una instancia en la que su concepto pierde sentido y viceversa, cuando se usa para fines delictivos, difícilmente se notará su beldad.

"La existencia real del objeto de mi vivencia estética de percepción o representación es indiferente para mí, toda vez que no quiero ni espero de él nada práctico, que no mantengo con el ninguna relación seria. Se trata simplemente de saber si la sola representación del objeto lleva aparejada en mí una sensación de agrado."<sup>8</sup>

Por ello, se puede establecer que las obras de arte, los objetos artísticos, deben estar retirados de las actividades prácticas, pues entonces esa característica de desinterés en la percepción desaparece y con ello su belleza estética.

"En una palabra, el arte crea a su designio imágenes, apariencias destinadas a representar ideas, a mostrarnos la verdad bajo formas sensibles."<sup>9</sup>

Immanuel Kant (1714) señaló por ello que la contemplación artística no va dirigida a conceptos, pues el juicio de gusto no es el juicio de conocimiento (ni teórico ni práctico) y, por tanto, ni fundado en conceptos ni que tenga a éstos como fin.

Esta consideración es de suma importancia ya que si bien el arte debe estar aislado de las situaciones prácticas que ocurren en la cotidianidad, eso no quiere decir que no sea una representación de la realidad, sólo que lo hace de una manera sensible. Después de todo, el hombre crea el arte y no un ente distinto a él.

---

<sup>8</sup> KAINZ, F. (1952): "Estética", trad. Wenceslao Roces, Fondo de Cultura Económica, México D.F., pags.56-59 y 72-75; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p 31.

<sup>9</sup> HEGEL, G.W.F. (1946): "De lo bello y sus formas (Estética)", Col. Austral, Ed. Espasa-Calpe, Buenos Aires, pags. 33-45; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 76.

Eco (1992), introduce la idea de "forma" que sería el punto de llegada de una producción artística y el punto de partida para el consumo de la misma, que al articularse da vida a la "forma inicial de la obra", pero recibida desde diferentes perspectivas por un receptor.

"Forma" sería un todo orgánico que fusiona ideas, emociones, disposiciones a obrar, materias, módulos de organización, temas, argumentos, estistemas fijados de antemano y actos de invención.

En la relación del consumo, para la existencia de diferentes perspectivas, incide de manera definitiva el contexto histórico-económico que afecta en lo psicológico y lo cultural, es decir, la relación entre estructura y superestructura que se convierte en un juego de relaciones entre fenómenos culturales y contexto histórico.

Sin embargo, Kant (1914) diferencia entre juicio estético y juicio de gusto. Ambos son fruto del estímulo del deseo mediante una satisfacción patológica-condicionada, pero en el caso del primero, ésta se determina no sólo por la representación del objeto, sino la del enlace de éste y el sujeto con la existencia; mientras el segundo es la representación del placer o dolor, mediante un juicio de gusto meramente contemplativo.

"El arte tiene su origen en el principio en virtud del cual el hombre es un ser que piensa, que tiene conciencia de sí, es decir, que no solamente existe, sino que existe para sí. Ser en sí para sí, es reflexionar sobre sí mismo, tomarse por objeto de su propio pensamiento y por ello desenvolverse como actividad reflexiva he aquí lo que constituye y distingue al hombre, lo que le hace espíritu."<sup>10</sup>

Los hombres demuestran su espíritu, su pasión, sus sentimientos encontrados, sus desequilibrios, su éxtasis, por medio de una creación que sobrepasa cualquier imitación técnica y por ello dan constancia de sus alcances a través de la historia.

---

<sup>10</sup> HEGEL, G.W.F. (1946): "De lo bello y sus formas (Estética)", Col. Austral, Ed. Espasa-Calpe, Buenos Aires, pags. 33-45; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 74.

Por esa misma razón, puede haber grados en cuanto al gusto por las obras, lo que nace precisamente de lo ambiguo del mensaje y de las multiinterpretaciones nacidas en ese factor propio del arte.

"Lo agradable, lo bello, lo bueno, indican tres relaciones diferentes de la representación con el sentimiento de placer y dolor, con referencia al cual nosotros distinguimos unos de otros los objetos o modos de representación. Las expresiones conformes a cada uno, con los cuales se indica la complacencia en los mismos no son iguales; llámese agradable a lo que deleita, bello a lo que sólo place, bueno a lo que es apreciado, aprobado es la obra cuyo valor objetivo es aceptado."<sup>11</sup>

Sin duda, el arte es una experiencia excepcional, en la que el hombre se representa al mundo de una manera en que estamos inmersos en toda nuestra experiencia - en lo que somos - para entender conceptos más ricos y complejos, los que catalogamos según nuestra propia individualidad.

Recurrimos a nuestra mayor fortaleza espiritual, a nuestro humanismo para comprender símbolos no convencionales, lo que sirve para romper la monotonía, mediante el poder de la percepción, misma a la que ningún hombre es ajeno y por la que encuentra solidaridad con sus semejantes.

"Desde siempre el arte ha sido mirado como un potente instrumento de civilización, como un auxiliar de la religión, es con ésta, el primer maestro de los pueblos; es un medio de instrucción para que los espíritus incapaces de comprender la verdad de otro modo que bajo el velo del símbolo y por imágenes que se dirigen tanto a los sentidos como al espíritu."<sup>12</sup>

### c) **La crítica en el arte**

Aunque debe quedar claro que las concepciones artísticas no responden únicamente a idilios, sino que son formas comunicativas, como cualquier otra

---

<sup>11</sup> KANT, I (1914): "Crítica del juicio", trad. Manuel García Morente, Ed. Vicente Jorro, Madrid, pags 102-106 y 230-237; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 271.

<sup>12</sup> HEGEL, G.W.F. (1946): "De lo bello y sus formas (Estética)", Col. Austral, Ed. Espasa-Calpe, Buenos Aires, pags. 33-45; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 78.

que media la realidad, a través del estado de excepción del que ya habíamos hablado.

Si analizamos, por ejemplo, a la crítica artística concluiríamos que sirve de guía, mas nunca nos brindará una idea similar a la representación individual que de una obra puede hacerse y no logra tampoco homologar una concepción.

Por ello, John Dewey (1949) señala que un crítico de arte es aquel que en base en una filosofía de la experiencia se inspira a guiar hacia una apreciación más plena y ordenada de contenidos objetivos de las obras de arte.

"Todo crítico como todo artista, tiene una propensión, una predilección que se liga con la existencia misma de la individualidad. Su tarea es convertirla en un órgano de percepción sensible y de visión inteligente, sin someter su preferencia instintiva, de donde proviene la dirección y la sinceridad. Pero cuando admite que su modo especial y selectivo de respuesta se endurezca en un molde fijo, se torna incapaz de juzgar aun las cosas a que se dirige su propensión. Porque deben verse en la perspectiva de un modo multiforme y pleno que contiene una variedad infinita de otras cualidades atractivas y de otras maneras de respuesta. Aun los aspectos sorprendentes del mundo en que vivimos son materiales para el arte cuando se encuentra la forma en que están expresados realmente. Una filosofía de la experiencia, profundamente sensitiva a las innumerables interacciones que son materia de la experiencia, es la filosofía de la que el crítico puede obtener su inspiración más seguramente."<sup>13</sup>

Este filósofo norteamericano coincide con nosotros sobre el hecho de que no hay tal "ojo artístico", sino simplemente el gusto del artista, del crítico y del hombre común, mismos que califican al arte según sus gustos, basados en la forma en que representan, es decir, de acuerdo a sus experiencias individuales.

Sobre el crítico comenta que es aquel quien a pesar de tener ese sesgo personal, puede mediante una experiencia artística mayor, mostrar más elementos sobre una obra de arte, para que otro tenga mayores auxiliares como referente a la hora de emitir su juicio.

---

<sup>13</sup> DEWEY, John (1949): "El arte como experiencia", trad. Samuel Ramos; Ed. Fondo de Cultura Económica, México D.F, pags 278-283; en en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 231.

Importante consideración de Dewey en su obra "El arte como experiencia" es que advierte la indivisibilidad de la obra de arte, de manera científica, para crearse una definición práctica de estética, ya que sólo se puede hacer de manera filosófica con el apoyo de la experiencia como único método.

Luigi Pareyson define precisamente a la obra de arte como una forma, un movimiento concluso, es decir, un infinito recogido en una concreción; su totalidad por eso resultaría de una conclusión, propia de una apertura de un infinito que se ha completado recogiendo en una obra.

"La obra tiene por esto infinitos aspectos, que no son sólo partes suyas o fragmentos, porque cada uno de ellos contiene la obra entera y la revela en determinada perspectiva".<sup>14</sup>

Por ejemplo, una obra musical puede ser ejecutada de diversas maneras, dice Pareyson, íntimamente relacionada con las personalidades de la obra y de los intérpretes.

"Los infinitos puntos de vista de los intérpretes y los infinitos aspectos de la obra se responden, se encuentran y se aclaran recíprocamente, de tal modo que determinado punto de vista logra revelar la obra entera sólo si la toma en ese determinado aspecto y un aspecto particular de la obra que la revele entera bajo una nueva luz, debe esperar el punto de vista capaz de captarlo y proyectarlo."<sup>15</sup>

Con esto no se quiere decir que las diversas ejecuciones que se pueden realizar de obras musicales, teatrales o cinematográficas, creen una forma totalmente distinta, sino se trata de exposiciones paralelas, mas no diferentes, por más que a cada interpretación, el artista debe profundizarla.

"Otro corolario de la concepción de la expresión como actividad es la indivisibilidad de la obra de arte. Cada expresión es única expresión. La actividad estética es fusión de las impresiones de un todo orgánico. Esto es lo

---

<sup>14</sup> PAREYSON, L. (1954): "Estetica-Teoria della formativa", Turín; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini, p. 194.

<sup>15</sup> PAREYSON, L. (1954): "Estetica-Teoria della formativa", Turín; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini, p. 194.



que se ha querido hacer notar cuando se ha dicho que la obra artística debe tener unidad o, lo que es igual, unidad en la variedad."<sup>16</sup>

Gaetan Picón, en coincidencia al anterior párrafo, cita a Benedetto Croce en su libro "El escritor y su sombra" (1957) cuando señala que la crítica excluye toda reflexión estética de orden general y por consecuencia toda posibilidad de dar cuenta del valor estético de la obra, por lo que no queda más que admirarla y amarla.

Por su parte, Alfred Ayer (1936) es contundente al señalar que las únicas proposiciones pertinentes a formular por un crítico son las descriptivas de la naturaleza de la obra y que no hacen más que consignar hechos por lo que no hay nada en la estética que justifique la opinión representante de un tipo peculiar de conocimiento.

"Debe resultar claro ahora que la única información que podemos obtener de forma legítima del estudio de nuestras experiencias estéticas y morales es una información de nuestra propia construcción mental y física."<sup>17</sup>

#### **d) Arte y comunicación**

No obstante lo anterior, el contexto científico también incide en la forma como los artistas plasman el mundo en sus obras.

Incluso se podría debatir si el arte, por ser una manera de concebir la realidad y explicarla, tal y como hace la ciencia o la filosofía, estaría al nivel de las otras dos.

"Es siempre arriesgado sostener que la metáfora o el símbolo poético, la realidad sonora o la forma plástica, constituyan instrumentos de conocimiento de lo real más profundos que los instrumentos que presta la lógica. El conocimiento del mundo tiene en la ciencia su canal autorizado, y toda la

---

<sup>16</sup> CROCE, B. (1962): "Estética como ciencia de la expresión y lingüística general", parte teórica (capítulo II), Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, p.p. pags.97-106, en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 93.

<sup>17</sup> AYER, A. (1965): "Lenguaje, verdad y lógica", EUDEBA, Buenos Aires, p.p. (págs. 138-140, en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 191.



aspiración del artista a ser vidente, aun cuando poéticamente productiva tiene en sí algo de equívoco. El arte, más que conocer el mundo, produce complementos del mundo, formas autónomas que se añaden a las existentes leyes propias y vida personal. No obstante toda forma artística puede muy bien verse, si no como sustituto del conocimiento científico como metáfora epistemológica; es decir, en cada siglo el modo de estructurar las formas de arte refleja –a guisa de semejanza de metaforización, de apunte de resolución de concepto en figura – el modo como la ciencia o, sin mas, la cultura de la época ven la realidad."<sup>18</sup>

El hombre con el arte, entonces, cumple con un satisfactor de gran escala y el más importante para establecer su paso por las fases de la humanidad y a través de la historia. A sus propios descendientes les marca la metáfora epistemológica imperante.

El reflejo artístico de la realidad parte de los mismos contrastes que cualquier otro reflejo de la realidad. Su carácter específico reside en que busca para su disolución un cambio distinto al científico.<sup>19</sup>

Un científico tiene evidentemente formas rígidas para crear un producto, el que más bien surge de una tradición científica, el que nace en la realidad, cuyo destinatario es ella misma y tiene como directrices aspectos objetivos totalmente incompatibles a los del artista quien se basa en impulsos y pasiones. Los caminos son distintos, pero el mismo contexto incide definitivamente en ambos, creando conexiones.

"Este carácter específico del reflejo artístico de la realidad podemos caracterizarlo de la mejor manera partiendo mentalmente de la meta alcanzada, para ilustrar desde allí las premisas de su éxito. Esta meta consiste, en todo gran arte en proporcionar una imagen de la realidad, en la que la oposición de fenómeno y esencia, de caso particular y ley, de inmediatez y concepto, etcétera, se resuelve de tal manera que en la impresión inmediata de la obra de arte, ambos coinciden en una unidad espontánea, que ambas formen para el receptor una unidad inseparable. Lo general aparece como una propiedad de lo particular y lo singular; la esencia se hace visible y perceptible

---

<sup>18</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini. p. 89.

<sup>19</sup> LUCKACS, G, (1966): "Arte y verdad objetiva", en Problemas de Realismo, trad. Carlos Gerhard, Fondo de Cultura Económica, México D.F., pags. 20-29; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p 65.

en el fenómeno; la ley se revela como causa motriz específica del caso particular expuesto especialmente."<sup>20</sup>

El reflejo artístico de la realidad en muchas ocasiones parece no tener reminiscencia alguna con el contexto, sin embargo, se puede decir que en la forma no, pero sí en la sustancia, en la esencia del sentimiento.

Después de todo, se puede establecer que la ambigüedad es el común denominador de las obras de arte y a partir de ella, se establece que lo indeterminado se vuelve, en el arte, lo válido.

"Antes se ha hablado de la ambigüedad como una disposición moral y contraste problemático: la psicología y la fenomenología, hoy, hablan también de ambigüedad perceptiva como posibilidad de colocarse antes del convencionalismo del conocimiento habitual para tomar el mundo en una plenitud de posibilidades que precede a toda estabilización debida a la costumbre."<sup>21</sup>

George Luckacs (1948) establece que toda obra de arte importante crea un mundo propio, porque su calidad es ser diferente a cualquier otro objeto artístico, y, en la forma, a la realidad cotidiana.

"El efecto del arte, la absorción completa del espectador en la acción de la obra de arte, su entrega total a la peculiaridad del mundo propio de ésta, se basa precisamente en el hecho de la obra de arte brinda un reflejo de la realidad más fiel en su esencia, más completo, más vivo y animado que el espectador posee en general, o sea pues que le lleva, sobre la base de sus propias experiencias, sobre la base de la colección y abstracción de su reproducción precedente de la realidad, más allá de dichas experiencias en la dirección de una visión más concreta de la realidad."<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> LUCKACS, G. (1966): "Arte y verdad objetiva", en Problemas de Realismo, trad. Carlos Gerhard, Fondo de Cultura Económica, México D.F., pags. 20-29; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 65.

<sup>21</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 92.

<sup>22</sup> LEVI-STRAUSS, C. (1968): "Arte, lenguaje, etología", Col. Mínima, Ed. Siglo XXI, México D.F., pags 189-204; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 117.

La obra de arte, entonces, es un juego en que el receptor es embelesado por ella en el instante en que se introduce al mundo propio del objeto, hasta que por medio de las experiencias individuales, el sujeto nota contradicciones de forma, que es el momento en el que el deleite cesa.

Ante esto podemos agregar que si el hombre llega a desembelesarse de la obra artística, ésta tiene la posibilidad de subsistir si afecta desinteresadamente a otros receptores. Además las experiencias cognitivas del deleite una y otra vez, porque de lo contrario estaría hablando de arte efímero. Es decir, por más que un receptor ya se haya dado cuenta de las diferencias de forma con la realidad, ese modo de mostrar el contenido le seguirá gustando, e incluso podría encontrar nuevas significaciones.

¿Cuál es la magia entonces de la obra de arte como medio de comunicación? La respuesta podría ser que nos permite liberarnos del propio mundo que el hombre ha creado en su devenir histórico y que nos amenaza a reducirnos a ser sólo un instrumento de él mismo.

Para explicar lo anterior, Umberto Eco se basa en la alienación, conceptualizándola no como una categoría que define únicamente en forma de relación entre individuos basada en una estructura de la sociedad, sino en toda una serie de relaciones entre hombre y hombre, hombre y objeto, hombre e instituciones, hombre y convenciones sociales, hombre y universo mítico, hombre y lenguaje, situación que va desde la estructura de un grupo humano hasta el menos verificable de un comportamiento psíquico, con lo que todos cabemos en ella.

Esa situación alienante es combatida por el arte, ya que éste se sumerge en ella, para después traer la claridad del mundo, es decir, su propia ambigüedad que choca con la tensión dialéctica de posesión y alienación.

"El arte para captar el mundo hace presa en él asumiendo desde el interior las condiciones de crisis, empleando para describirlo el mismo lenguaje alienado con el cual se expresa este mundo, aunque llevándolo a una condición de claridad, haciéndolo ostensible como forma de discurso, con lo cual se despoja de su condición alienante y nos hace capaces de desmitificarlo."<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 93.

La ilusión de lo bello y la vanguardia inherente a ella, lleva a la comunicación a su límite extremo, pero no cae en la incomunicación porque finalmente, siempre guarda una relación de significación con el mundo, misma que vive una metamorfosis continua.

"...Sartre recuerda cómo lo existente no puede reducirse a una serie finita de manifestaciones porque cada una de ellas está en relación con un sujeto en continuo cambio. El problema de la relación del fenómeno con su fundamento ontológico se transforma, en una perspectiva de apertura perceptiva, en el problema de la relación del fenómeno con la plurivalencia de las percepciones que podemos tener de él."<sup>24</sup>

De hecho, la volatilidad del carácter humano y las condiciones que lo rodean nos hace pensar que las interpretaciones del arte pueden variar, aun cuando se trate del mismo objeto, dependiendo del estado de ánimo presente en el momento de la percepción.

Sin embargo, el arte siempre tenderá a promover, en el nivel de las formas, una nueva manera de ver el mundo, en el que el objeto no es dominante, ya que es nosotros mismos y nos permite observarnos fuera de un sistema coercitivo, representación máxima de la ambigüedad artística.

Cuando Umberto Eco analiza el lenguaje poético, conforme a las teorías interaccionistas de Dewey, demuestra la riqueza de una manifestación artística al señalar que este lenguaje conlleva tres proposiciones: una referencial, otra sugestiva y una orientada, así se pone de relieve que el mensaje puede provocar desde relaciones simples, hasta un complejo sistema de connotaciones.

"En realidad, el uso de una expresión para un fin determinado (referencial o emotivo) se vale siempre de ambas posibilidades comunicativas de la misma expresión, y nos parece típico el caso de ciertas comunicaciones sugestivas en las que el halo emotivo se establece precisamente porque el signo usado, en cuanto ambiguo es recibido al mismo tiempo como referencia exacta de algo"<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 93.

<sup>25</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 121.

Queda claro que al usarse emotivamente las referencias y referencialmente las emociones, la reacción se vuelve sentimental y al ser el referente multiforme, entonces las perspectivas se vuelven varias y se renuevan, situación que demuestra cómo de acuerdo al personal sistema de referencias de cada receptor ante una misma obra artística se presentan diferentes significantes ante el mismo campo de estímulos comunicativos.

Se nos antoja que la espiritualidad artística, en todo caso, es un sentido a desarrollar, el que según Eco, pudiese estar afectado por la alienación, y que si no se usa, hay atrofia y que si cada día se avanza más uno aprehende con mayor experiencia, sin que ello provoque la estandarización de un "ojo artístico".

"Otra peculiaridad problemática consiste en que el contenido de una obra de arte está sujeto paralelamente a un cambio o que un mismo objeto estético no significa lo mismo para cada época ni para cada hombre."<sup>26</sup>

Por eso mismo los estudiosos del arte identifican las creaciones a través de la historia y van catalogándolas, lo que provoca en algunos casos que quizá obras de arte de otras épocas no sean consideradas como tales en la actualidad.

Si atendemos a Umberto Eco cuando señala que la estructura del efecto artístico es un conjunto dado de significados denotativos y connotativos que se funde con valores físicos para constituir una forma orgánica, podemos concluir que la variación referencial de los valores físicos que cita está ligada totalmente a la dialéctica histórica del hombre.

Por ello, Claude Levi-Strauss (1968) señala que el arte constituye la toma de posesión de la naturaleza por la cultura, ya que el arte establece una relación sensible entre signo y objeto.

Las expresiones artística, plástica, poética o musical, aspiran a constituir un lenguaje, dice Levi-Strauss, aunque no propiamente articulado, como el que actualmente nos permite comunicarnos pragmáticamente con nuestros semejantes.

---

<sup>26</sup> HARTMANN, N. (1961): "Introducción a la filosofía", Ed. UNAM, México D.F., pags. 189-204; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 139.

Quien trata sobre la posibilidad de que las obras artísticas pueden llegar a ser lenguajes es Nikolai Hartmann.

"Como característica sobresaliente podemos afirmar que se descomponen en un primer término que está realmente dado y un fondo que es irreal y que tampoco se realiza, sino que es sólo un fondo que hace su aparición. Esta articulación, estos dos estratos del objeto estético pueden señalarse en todas las artes hasta el último detalle."<sup>27</sup>

La articulación de la que habla Hartmann, y que no debe confundirse con una contraposición al concepto de indivisibilidad, es la ya antes citada referente a la forma y al fondo. Y el primer término es el que puede representar algo totalmente diferente de la realidad. En tanto que el fondo es entendido con relación al nivel de espiritualidad de las personas.

Este autor dice que la espiritualidad marca quién entiende artísticamente y quien no, sin embargo, consideramos que como ésta no se puede dejar de categorizar como unívoca, se pone de relieve que la belleza no es lo mismo para todos y se enfrenta al mito de lo bello, de la ilusión de lo bello.

Aquí nos podemos detener para poner en claro que el autor ocupa un papel central en el arte, desde la perspectiva de su intención comunicativa, expresada de manera ambigua para poder llevarnos esa ilusión de una forma tan rica e intrincada.

Si tomamos en cuenta el papel del "emisor" en la obra artística, ya que es probable la existencia de un común denominador de éste, a pesar de los cambios históricos en el contexto cultural, lo ubicaríamos como ese ser sui-generis capaz de formar una ilusión genial sobre el mundo cotidiano, con una codificación tan compleja que inclusive algunos, como Levi-Strauss, califican de aspirante a ser un nuevo lenguaje.

"El artista es al mismo tiempo un introvertido próximo a la neurosis. Animado de impulsos y tendencias extraordinariamente enérgicos, quisiera conquistar honores, poder, riqueza, gloria y amor. Pero le faltan los medios para procurarse esa satisfacción, y por tanto, vuelve la espalda a la realidad, como

---

<sup>27</sup> HARTMANN, N. (1961): "Introducción a la filosofía", Ed. UNAM, México D.F., pags. 189-204; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 132.

todo hombre insatisfecho y concentra todo su interés y también su libido, en los deseos creados por su vida imaginativa, actitud que fácilmente puede conducirlo a la neurosis."<sup>28</sup>

Si juntamos las concepciones que sobre el artista se hacen Eco y Freud, entonces llegaríamos a la conclusión de que es un hombre que en un afán de conseguir reconocimiento, honor, poder y amor, recurre a la creación que no reconfirma los estándares de lo bello y lo agradable, sino propone un uso de vanguardia de los medios comunicativos.

El italiano Umberto Eco asegura que una comunicación tanto más rica, cuanto más abierta, estriba en el delicado equilibrio de un mínimo desorden permisible con un máximo de desorden; y ya desde 1790, Kant escribió:

"Arte bello... es un modo de representación que por sí mismo es conforme a fin, y aunque sin fin, fomenta, sin embargo, la cultura de las facultades del espíritu para la comunicación social".<sup>29</sup>

Y la siguiente cita también es de suma relevancia:

"La universalidad comunicabilidad de un placer lleva consigo, en su concepto, la condición de que no debe ser de un placer de goce nacido de la mera sensación, sino de la reflexión y así el arte estético como arte bello, es de tal índole que tiene por medida el juicio reflexionante y no la sensación de los sentidos."<sup>30</sup>

La comunicación artística, por eso mismo, existe ya que es la expresión de un hecho, en el que se muestra una mediación de la realidad por un reflejo sui-generis en que todo caso no se opone a la comunicación, sino que amplía las posibilidades de su estudio.

---

<sup>28</sup> FREUD, N. (1969): "Introducción a la filosofía", Ed. UNAM, México D.F., pags. 81-85; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 81.

<sup>29</sup> KANT, I (1914): "Crítica del juicio", trad. Manuel García Morente, Ed. Vicente Jorro, Madrid, pags 102-106 y 230-237; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 271.

<sup>30</sup> KANT, I (1914): "Crítica del juicio", trad. Manuel García Morente, Ed. Vicente Jorro, Madrid, pags 102-106 y 230-237; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 271.



"Con el arte expresamos nuestro concepto de lo que no es la naturaleza... y desde el punto de vista del arte no hay formas concretas y abstractas: sólo hay formas que son mentiras más o menos convincentes. Es indiscutible que tales mentiras sean necesarias para nuestra mente, pues a través de ellas formamos nuestro punto de vista estético de la vida."<sup>31</sup>

Parecería entonces que el arte cubre insatisfacciones comunicativas, sin que por ello se trate de establecer la existencia de un "ojo artístico" para el que la mayoría no tiene cabida.

Hay, sin duda, personas que quizá tengan su gusto artístico más desarrollado que otras, pero sería una falacia reconocer en ellos a los únicos capaces de catalogar a las obras artísticas, cuando el arte, por su capacidad constructiva, esta por encima de ellos.

El español Pablo Picasso (1923) señaló sobre el arte que no evoluciona por sí mismo, sino que el hombre es el que cambia, igual el artista, quien al cambiar su modo de ver las cosas, varía en su creación, lo que sin duda no es comparable con la evolución de un organismo vivo. Con él coincide el músico ruso Boris de Scholoezer (1961).

"Buena, mala, son palabras que no tienen aquí sentido alguno, pues todas nuestras apreciaciones, si son sinceras tienen similar valor: no pueden referirse a la obra en sí, sino únicamente al placer o disgusto experimentado por cada uno de nosotros."<sup>32</sup>

De esta manera se puede establecer, tras acotar que quizá sí haya quien tenga su gusto estético más desarrollado con relación a otra persona, sin embargo, el gusto personal, nuestra muy particular manera de representar, es el que marca nuestra catalogación de una obra artística.

"El ímpetu sustituye a la lógica, la persuasión a los argumentos. Es verdad que la estética exige cierta verosimilitud de todos sucesos, para que los efectos no

---

<sup>31</sup> PICASSO, P. (1923): "Declaraciones a Marius Zayas", aparecidas en la revista *The Arts*; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 404.

<sup>32</sup> SCHLOEZER, B. (1961): "Introducción a Juan Sebastián Bach, Ensayo de la Estética musical", EUDEBA, Buenos Aires, pags. 16-20, 24-26, 28-29, 160-161, 173-177; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p. 340.



se anulen o debiliten; pero se trata de una verosimilitud puramente estética, la llamada lógica estética".<sup>33</sup>

Esta mediación sui-generis de la realidad, nacida en la lógica estética causa multiinterpretaciones propias de la comunicación artística, las que al ser estudiadas, sin duda podrían aportar nuevos horizontes al estudio comunicativo sobre los tipos de mediación, las formas de representación y el estudio de roles comunicativos estrictos su necesidad de distensión mediante expresiones artísticas.

---

<sup>33</sup> BRECHT, B. (1970): "Escritos sobre el teatro", Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, pags.149-155, en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM, p, 416.

## II LA AMBIGÜEDAD MUSICAL

### a) Música y apertura

Para analizar la música rescataremos el concepto "apertura" de Umberto Eco y a partir de éste, delinearemos su carácter multiinterpretativo.

En "Obra abierta", Eco aborda el problema de la concepción en la música y señala al arte como la actividad humana que ocupa un lugar preponderante entre los actos comunicativos por la gran cantidad de información que contiene.

"...ya se ha sostenido bastante que la apertura, entendida como fundamental ambigüedad del mensaje artístico, es una constante de toda obra en todo tiempo".<sup>34</sup>

La música ejemplifica el enorme flujo informativo que se contiene en una "obra abierta", al ser fundamentalmente un producto ambiguo porque hay muchos significados en un sólo significante.

Umberto Eco dice que la propiedad de la "obra abierta" - - en nuestro caso la música - - es poseer una serie de alternativas de interpretación a pesar de que el producto tenga propiedades estructurales claramente definidas.

Esas alternativas de interpretación provocan que la obra musical carezca de una definición unívoca, lo que es una característica de ambigüedad, misma que nos remite al concepto de "apertura".

La "apertura de la obra musical" evidencia la visión estética de la relación existente entre hombre y las estructuras formales de la sociedad.

Esta "apertura" ocurre sin importar tiempo, lugar geográfico o cualquier otro elemento peculiar del contexto durante la creación de una obra artística, de ahí

---

<sup>34</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 121.

la relevancia que encontramos en este concepto para adentrarnos en el análisis de la música con letra en un idioma distinto a donde se expone.

El tiempo, por ende, no ha logrado menguar la ambigüedad de obras clásicas de personajes como Beethoven, Mozart, Bach, Chopin, Berlioz, Debussy, Wagner, Dvorak, Smetana, Häendel, Haydin, Rimsky-Korsakoff o Lizt, por más estudios que sobre ellas se han hecho.

Asimismo la belleza de "Concierto para Orquesta" de Bela Bartok; la música de Cámara de Brahms o "La Consagración de la Primavera" de Strawinsky, no están a debate en ninguna latitud por más que posiblemente sólo especialistas podrían identificar quien es el autor de cada obra.

Inclusive las barreras lingüísticas han sido eludidas cuando la música acompaña a letras en inglés, español, francés, italiano, búlgaro, etcétera, y crea representaciones de agrado en países distantes a donde se originó el artículo artístico.

Esta situación no ocurre sólo en la "música culta", sino también en la popular que actualmente es explotada con gran éxito por la industria disquera y los medios de comunicación masiva.

Por ejemplo, el escritor Jordi Soler, también ex director de la estación de radio Rock 101 y actual locutor de Radioactivo 98.5 en la ciudad de México, reflexiona que el rock en inglés en nuestro país tiene connotaciones distintas a las que ocurren en sus naciones de origen y aquí se exige mucho más de la música.

Soler (1994) señaló la década pasada que quizá las canciones más pedidas por los radioescuchas eran "Stairway to heaven" de Led Zeppelin; "Hotel California" de The Eagles y "Dust in the wind" de Kansas, las que respectivamente son un "rollo sobre la esperanza en la cosmogonía celta"; "una historia de fantasmas" y la versión rockera de "polvo eres y en polvo te convertirás", pero que se asocian por sus bellas tonadas con reminiscencias románticas.

Si la situación se invirtiera, agrega, el ejemplo sería el de dos gringos que se pusieran cachondos con "Princesa" de Joaquín Sabina, donde la letra dice: "entre cirrosis y sobredosis andas siempre muñeca, con tu sucia camisa y en lugar de sonrisa una especie de mueca".

## **b) Comunicación e información en la música**

"La creencia en la cosa y el mundo no puede sino sobrentender la presunción de una síntesis completa y, sin embargo, esta plenitud se hace imposible por la naturaleza misma de las perspectivas a correlacionar, dado que cada una de ellas remite continuamente, a través de sus horizontes a otras perspectivas... la contradicción que nosotros encontramos entre la realidad del mundo y su falta de plenitud es la contradicción misma entre la ubicuidad de la conciencia y su fijación en un campo de presencia... Esta ambigüedad no es una imperfección de la conciencia o de la existencia, sino su definición. La conciencia que pasa por ser el lugar de la claridad, es, por lo contrario, el lugar mismo del equívoco."<sup>35</sup>

El hombre siempre inquieto por su interés en la realidad, investiga el por qué de las cosas, la definición exacta de las mismas, situación de tal ímpetu que ha provocado el nacimiento de una rica tradición científica donde se inmiscuyen nombres como el de Copérnico, Bohr, Darwin, Einstein, entre tantos otros.

Sin embargo, el grado de sistematización alcanzado por las ciencias, "la complejidad para entender otra complejidad", pone de relieve la idea de ambigüedad del mundo.

A partir de ello, uno puede imaginar que la ambigüedad del mundo no afecta solamente los complejos modelos científicos con los que se intenta explicar el hombre a su propia realidad, sino también inciden en operaciones aparentemente tan sencillas como la comunicación sobre la base de un equis objeto de referencia.

Con el afán de adentrarnos en este problema hemos decidido analizar a la comunicación y en particular la artística, la que ocurre a través de la música que es una de las manifestaciones donde se va a su nivel más extremo, a la frontera con la incomunicación.

---

<sup>35</sup> MORLEAU-PONTY (1945): "Phenomenologie de la perception", Ed. Gallimard, París, pags. 381-383; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini, p. 381.

De acuerdo a lo dicho en el capítulo anterior afirmamos que la música es un infinito semejante al universo, porque su información es ambigua y provoca multiinterpretaciones, esto por el carácter de nuestra conciencia al decodificar la información que adquirimos del contexto que nos rodea.

Umberto Eco señala, por ejemplo, que la poética contemporánea al proponer estructuras artísticas exigentes de un particular compromiso autónomo del usuario, a menudo una reconstrucción siempre variable del material propuesto refleja una tendencia general de nuestra cultura hacia procesos en los que en vez de una secuencia unívoca y necesaria de acontecimientos, se establece, como un campo de probabilidad, una ambigüedad de situación capaz de estimular actitudes de acción o de interpretación siempre distintas.

Partiremos de Eco para relacionar su concepto de "apertura" con la teoría de la información, entendiendo esta última en primera instancia como la medición de la cantidad de información, sin hacer referencia a los contenidos anteriores.

Lo que se pretende demostrar es el gran cúmulo de información que se conjunta en una expresión musical donde intervienen, entre otras cosas, melodía, métrica, ritmo, letra y sonidos guturales.

Así la cantidad de información transmitida por un mensaje es el logaritmo binario del número de alternativas susceptibles de definir el mensaje sin ambigüedad, donde entropía es la medición del orden o desorden en la estructuración del mensaje.

"El contenido informativo de un mensaje viene dado por su grado de organización; la información es la medida de un orden y en consecuencia de una medida del desorden; es decir, la entropía será lo opuesto a la información".<sup>36</sup>

Norbert Wiener (1950), desde el punto de vista de la ingeniería, agrega que un mensaje para estar libre de posibles perturbaciones y ruidos, debe estar rodeado de reiteraciones, las que servirán como fijador.

---

<sup>36</sup> WIENER, N. (1950): "The human use of human beings", Boston; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini, p. 143.

"El orden regula la comprensibilidad de un mensaje, fundamenta también su absoluta previsibilidad, en otras palabras, su trivialidad, cuanto más ordenado y comprensible es un mensaje, tanto más previsible resulta."<sup>37</sup>

Entonces, se puede detectar que para Wiener, significado e información son lo mismo porque información es orden, sin embargo, para Eco la información en cuanto añadidura está vinculada a la originalidad y no a la probabilidad, ya que algunas veces el desorden aumenta la información en un mensaje.

Al tratar de analizar un mensaje musical, debemos resaltar que Eco da fuerza a su concepción porque según él, la estética debe interesarse más en las formas de decir que en lo que se dice.

"En el arte es donde por excelencia se verifica este hecho y la palabra poética se considera comúnmente como aquella que, poniendo en una relación absolutamente nueva, sonido y concepto, sonido y palabras entre sí, uniendo frases de manera no común, comunica, al mismo tiempo que un significado dado, una emoción inusitada."<sup>38</sup>

Shannon y Weaver (1949) apuntan sobre el hecho que la información siempre será directamente proporcional a la entropía porque cuanto mayor es la información, tanto más difícil es comunicarla de algún modo; cuanto más claramente comunica un mensaje, tanto menos informa.

Precisamente ese es el punto nodal para comprender la riqueza de información y su consecuente ambigüedad, las que convierten, en el mensaje musical, en un problema comunicativo trascendental.

"En esta nueva teoría, la palabra "información" se refiere no tanto a cuanto se dice como a cuanto se podría decir, o sea la información es la medida de nuestra libertad de elección en la selección de un mensaje... "Debemos recordar que, en la teoría matemática de la comunicación, nosotros no nos interesamos por el significado de los mensajes individuales, sino por la naturaleza estadística global de la fuente de información... "El concepto de información desarrollado en esta teoría parece al principio extraño y no satisfactorio; no satisfactorio porque no tiene nada que ver con el significado y

---

<sup>37</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 143.

<sup>38</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 142.

extraño porque no se refiere sólo a un mensaje individual, sino más bien al carácter estadístico de un conjunto de mensajes; extraño también porque en estos términos estadísticos, las palabras información e incertidumbre, están íntimamente ligados entre sí."<sup>39</sup>

Por medio de esta teoría podemos entender la ambigüedad del mensaje artístico-musical y de todo tipo de flujo informativo, conforme al hecho demostrado por la ingeniería en comunicaciones de que el sentido estadístico de la información es mucho más amplio que el comunicativo.

La riqueza de los sentidos poéticos, por ejemplo, sostiene Eco, nace del mensaje: la situación de la suspensión, de la tensión emotiva, nace precisamente por el hecho de que el poeta sugiere al mismo tiempo muchos gestos, muecas emociones, entre las cuales el lector puede escoger las que mejor lo introducen a la coparticipación del momento emotivo descrito, integrando las indicaciones con la contribución de las propias asociaciones mentales.

Sin duda, la música, así como las demás manifestaciones artísticas contribuyen a clarificar la idea de Weaver sobre la información, así el autor es capaz de crear un mensaje riquísimo sobre la base de la ambigüedad, pero sólo decodificable en partes pequeñas, ligadas íntimamente a quien sea el receptor.

"Se tiene la vaga sensación de que la información y el significado pueden ser algo análogo a un par de variables canónicamente conjugadas en la teoría de los cuantos; es decir, que la información y el significado pueden estar sujetos a alguna restricción combinada que implique el sacrificio de uno de ellos si se insiste en obtener demasiado del otro."<sup>40</sup>

La tesis de Weaver es punto de partida para quienes tienen el propósito de no limitarse en sus construcciones artísticas, con el objetivo primordial de provocar multiinterpretaciones, mediante el hecho de crear un megafuido informativo.

---

<sup>39</sup> WEAVER W. (1956): "La matematica dell'informazione", en el vol. Controllo Automatico; Ed. Martello, Milán; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini, p. 153.

<sup>40</sup> WEAVER W. (1956): "La matematica dell'informazione", en el vol. Controllo Automatico; Ed. Martello, Milán; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini, p. 160.

Abraham Moles (1958) acepta la noción de información como directamente proporcional a la imprevisibilidad del mensaje y netamente distinta al significado, llamándole poderosamente la atención el mensaje rico de información por lo ambiguo y difícil de decodificar.

"Para una teoría de la información, el mensaje más difícil de transmitir será el que recurriendo a un área más amplia de sensibilidad del receptor se valga de un canal más amplio, más dispuesto a dejar pasar un gran número de elementos sin filtrarlos, este canal es vehículo de una amplia información, pero con el riesgo de una escasa posibilidad de inteligencia."<sup>41</sup>

Umberto Eco concluye que en el momento en que nos enfrentemos al problema de la transmisión de información entre seres humanos, se deja atrás la teoría de la información para pasara al estudio de la teoría de la comunicación.

En un primer momento la teoría de la información nos ayuda a vislumbrar la complejidad del mensaje musical desde un punto de vista sumamente técnico y es el inicio para tratar de comprenderlo desde la teoría de la comunicación.

"Cuando transmito informaciones a plano humano surgen fenómenos de connotación. Cada señal se rodea de ecos y evocaciones, un simple código que prescriba la transformación -- término a término --- entre significantes y significados no resulta suficiente. Y no es esto sólo, ya que si el mensaje tiene finalidades estéticas, el autor se ingenia para estructurarlo de manera ambigua, es decir, de modo que ofenda aquel sistema de reglas y previsiones que es el código."<sup>42</sup>

Convencionalmente el acto comunicativo intenta poner en común una referencia, para ello se requiere el uso del término código y transmitir con orden la cantidad de información estrictamente necesaria, con cierto grado de redundancia para reforzar el mensaje, sin embargo, al hacer música, ese modelo es puesto en un momento de crisis.

La música como todo arte provoca un cisma en el orden preestablecido, pero sin llegar a un desorden tal que cause incomunicación porque su fin es la

---

<sup>41</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 162.

<sup>42</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 164-65.



ambigüedad, ambigüedad con la capacidad de despertar en diferentes receptores la apelación a sus experiencias con el fin de que cada quién llegue a sus muy particulares concepciones.

### **c) Mediación a través de la música**

Se puede creer que en el acto comunicativo, el mensaje es el punto final del proceso nacido en una referencia dada, pero a través de la estética, debemos señalar al mensaje como la fuente de donde nos hacemos nuestras representaciones individuales, cimentadas en situaciones psicológicas, históricas, antropológicas, sociales y fisiológicas individuales, entre otras.

"La psicología transaccional afirmó que la percepción representa una relación en la que mis recuerdos, mis convicciones inconscientes, la cultura que llevo asimilada (en una palabra la experiencia adquirida) se integran con el juego de los estímulos para conferirles, junto con una forma, el valor que asumen para mí dados los fines que me propongo".<sup>43</sup>

Toda experiencia tiene valor y cuando se está frente a una obra musical, el hombre se reclama una revisión de experiencias, inclusive si la experiencia es incompleta se tiene la capacidad mental de crearse opciones probabilísticas para completarla, puesto que no se tienen experiencias sobre todas las situaciones.

Jean Piaget (1961) aseguró que la inteligencia tiene una procesualidad abierta por lo que el sujeto procede a través de una serie de hipótesis y tentativas, guiadas por la experiencia, dándose por resultado estructuras móviles y reversibles.

Sobre el mismo tópico, Leonard B. Meyer (1959) señaló que en un estímulo se presenta a la atención del usuario como ambiguo y le produce una tendencia a obtener satisfacción; en suma plantea una crisis de modo que el oyente tenga necesidad de encontrar un punto firme que le resuelva la ambigüedad.

---

<sup>43</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 171.

Esa crisis es la emoción porque cualquier situación comunicativa con un bajo grado de ambigüedad o sin ella no causa emotividad.

"Pero puesto que una situación estructuralmente débil o de dudosa organización crea tendencias a la aclaración, cualquier dilación impuesta a la aclaración provocará un movimiento afectivo. Este juego de inhibiciones y reacciones emotivas interviene para proveer de significado al discurso musical: puesto que mientras en la vida cotidiana se crean diversas situaciones de crisis que no se resuelven y se dispersan accidentalmente de la misma manera que surgen en la música la inhibición de una tendencia se hace significativa en la medida en que la relación entre tendencia y solución se hace explícita y concluyente".<sup>44</sup>

Por este motivo, el arte musical se concibe como una espera de lo imprevisto, donde en medio de una gran cantidad de comunicaciones previsibles, se introduce una ambigüedad.

"Cualquier forma de arte... funda su propio valor en una novedad de organización del material dado que constituye en cada caso un aumento de información para el usuario."<sup>45</sup>

En este punto hay que tomar en cuenta el hecho de que en los actos comunicativos, como lo es un producto musical, como dijo Habermas (1983) nunca se pueden explicar acabadamente las intenciones subjetivas y los sentimientos, por lo que los significados del hablante permanecen ocultos y sólo manifiesta claves.

Umberto Eco (1992) entonces señala que por ejemplo el poeta contemporáneo no quiere sólo usar de manera bella una lengua aceptada, sino su fin es proponer su uso inopinado, brindando al lector una información que esté en el polo opuesto del significado como comunicación de un mensaje unívoco.

"Una comunicación tanto más rica cuanto más abierta estriba en el delicado equilibrio de un mínimo de orden permisible con un máximo de desorden".<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> MEYER, L. (1957): "Meaning in music and information theory", en *Journal of Aesthetic and art criticism*"; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini, p. 179.

<sup>45</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 206.

<sup>46</sup> ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini, p. 213.

Esto debido a que por más innovación presente por la mediación de cualquier manifestación musical, ésta no puede rebasar el sistema referencial del hombre, quien para poder cumplir con el proceso de comunicación debe tener la posibilidad de hacerse sus representaciones sobre el referente, por vanguardista y raro que sea.

Por eso, Habermas (1983) apunta que para comunicar significativamente se deben tomar en cuenta la forma y la relación entre los interactuantes.

"Si bien todos los productos del hombre reflejan implícitamente la subjetividad humana, los signos se distinguen por su intención explícita de servir como medida de los significados subjetivos. Lo que es más, ellos pueden ser capaces de ser objetivamente accesibles a los otros más allá del momento y la situación en la que fueron inicialmente expresados."<sup>47</sup>

Como señala Peter L. Berger (1966), el corazón mismo del mundo que creamos es significado fabricado socialmente y necesariamente introducimos significados propios a la realidad. De ahí que resulte importante revisar como la estructura social interviene en la creación musical.

#### **d) Estructura social y su relación con la música**

Según Peter L. Berger, toda acción implica un significado y ocurre de acuerdo a las intenciones del emisor, pero también de una "concertación" con otros seres humanos, para poder ser objetivados entre las creaciones de la cultura.

Para la existencia de tal "concertación", el emisor, quien en un principio hace uso de su centralidad para poder interactuar, lo que hace es mediar el mundo social.

El músico, libre y racional, crea significados subjetivos de la realidad, de acuerdo a su particular provisión de conocimientos, intereses y prioridades, para retratar un objeto de referencia cualquiera, tal y como hace el emisor en una conversación común.

---

<sup>47</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 46.

Pero a diferencia de la comunicación cara a cara, el artista no tiene como base para comunicar el continuo de tipificaciones que en la estructura social se han convencionalizado para referirse a la "realidad suprema".

El artista enfrenta el hecho de que su obra es sólo un objeto difícil de descifrar, al que se le considera extraño, es decir una "provincia finita de realidad" (término acuñado por Peter L. Berger), pues es sólo una ilusión.

Un punto importante a señalar aquí es la "enajenación" que sufre ante las tipificaciones, ya que Berger (1967) señala que los objetos, en este caso la música, los vemos como realidad en sí-misma, ajena a nosotros cuando la estructura social de la que formamos parte la crea.

Entonces, si "olvidamos" que somos constructores y parte del todo donde vivimos, con más razón nos resulta tan difícil sentirnos dueños de manifestaciones como la música y no nos damos cuenta que nuestro entendimiento no es erróneo, sino correcto por el carácter ambiguo de la melodía, la poética de la letra, el ritmo, la métrica, los sonidos, la presencia lírica en otra lengua, etcétera.

A pesar de que Berger (1966) asegura que la producción de un mundo objetivo tiene como cimiento las formas de comunicación y los aparatos cognitivos de quienes lo habitamos, debemos señalar el hecho de que la música nos provoca la sensación de subjetividad.

En este punto hay que señalar el hecho apuntado por Jürgen Habermas en el sentido de que los actos comunicativos no sólo transmiten mensajes sobre estructuras formales del lenguaje, sino también sobre las pautas de la cultura que organizan el pensamiento y la interacción social.

Resulta muy importante tomar esto en cuenta porque para la música existen muchos factores adyacentes, inmersos en la estructura social que infunden no sólo en la creación, sino en la forma en que el receptor se alimenta de información. Sobre todo por el hecho de la subjetividad de ésta, la que nos llevará más adelante a estudiar mejor la penetración de productos musicales con letra en inglés entre hispanohablantes.

Por ejemplo, las virtudes de la música, ya sea artística o popular, son capaces de crear un mensaje mediador de la realidad por su ambigüedad, lleva al espectador a un alto grado de su capacidad representativa.

Dennis McQuail (1993) afirma que los medios productores o distribuidores a gran escala de mensajes artísticos responden al grado de percepción común de la realidad de la sociedad y contribuyen a ésta más que ninguna otra institución social.

"La institución de los medios de comunicación está comprometida con la producción, reproducción y distribución de conocimientos en el sentido más amplio de la expresión, del conjunto de símbolos con significativas referencias a la expresión del mundo social. Este conocimiento nos capacita para encontrar sentido en la experiencia, da forma a nuestras percepciones y contribuye al almacenamiento de conocimiento pasado y a la continuidad de la comprensión presente."<sup>48</sup>

La industria comunicativa ocupa entonces un papel mediador entre la realidad social objetiva y la experiencia personal, situación que es usada para control, negociación y conocimiento de la sociedad.

Los medios entonces se convierten en el "gran referente" de la realidad, sin embargo, su relación con las personas puede variar si la mediación es poco fiel y a raíz de las diferencias individuales frente a una situación específica.

Ante una canción, los miembros de una audiencia aportan desde su experiencia propia, marcos preformados para interpretar las peculiaridades de la letra y la música.

No obstante, Denis McQuail (1993) asegura que dichos marcos tienen una estructura estable, donde la existencia colectiva está por encima de cualquier variación individual.

Aun así, la singularidad de cada persona es determinante para confeccionar los marcos, ya que éstos nacen de los medios, pero se adaptan a las experiencias y necesidades propias.

---

<sup>48</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 78.

Es por ello que se pueden otorgar distintos significados a un mismo contenido, quedando en un segundo plano cualquier intención del autor, sobre todo si hay difusión en distintos escenarios culturales.

Entonces, por más que se haga una mediación estratégica con ciertos objetivos, la ambigüedad de la música, como de todo mensaje artístico, no desaparece a su paso por los medios de comunicación masiva.

La música, como caso específico, al ser asimilada por los medios de comunicación, es manufacturada y producida en serie, provocándose una estandarización causada por su masificación.

"Los medios de comunicación de masas se han inspirado en algunas corrientes de cultura popular y los han adoptado a las condiciones de vida urbana para provocar ciertas formas de cultura, especialmente de ficción y música, allí donde su presencia era escasa."<sup>49</sup>

A partir de ese momento se comenzó a acuñar el término "cultura de masas", mismo que sirvió para tratar de entender entre muchos fenómenos la mediación que de la música hacen las instituciones comunicativas.

"Cultura de masas es el inevitable resultado de procesos prácticamente universales de la sociedad moderna: la aparición del mercado, la supremacía de la organización a gran escala y la nueva tecnología para la producción cultural."<sup>50</sup>

Para la música, tanto la popular como la denominada culta, el nacimiento de los medios electrónicos de difusión y conserva, significó una "Revolución Industrial" capaz de eliminar barreras sociales, nacionales y culturales.

Es por ello que Benjamin señala que el debate a cerca de la cultura de masas no es más que una parte del largo proceso de afrontar las consecuencias que para las antiguas concepciones artísticas, tienen las nuevas posibilidades de reproducción.

---

<sup>49</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 63.

<sup>50</sup> BAUMAN, Z. (1972): "A note on mass culture: on infrastructure", en D. McQuail (Comp.) "Sociology of Mass Communication"; Ed. Harmondsworth Penguin; a su vez en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós, p. 61.

La responsabilidad de brindar estos productos de la cultura de masas que comuniquen una parte de lo que ocurre en la sociedad y que se haya vulnerable a los fines particulares se reparte entre un gran número de personas, componentes de una sofisticada organización.

Por ello, el papel de los músicos cambió radicalmente a partir de su difusión masiva y el uso de novedosas formas de conserva comunicacional. Ya que el trabajo creativo no se reduce únicamente a los impuestos del autor, sino que debe tomar en cuenta la normatividad interna de la empresa para la que trabaja, las relaciones de ésta con el poder y el tipo de audiencia receptora.

"La fuente no es una sola persona, sino una organización formal, y el "emisor" suele ser un comunicador profesional. El mensaje no es único variable e impredecible, sino muchas veces *manufacturado*, estandarizado, siempre multiplicado en cierto sentido. Y además de referencia simbólica con su valor de uso, también es un producto de trabajo y una mercancía con valor de cambio. La relación entre emisor y receptor es unidireccional y raramente interaccional, necesariamente impersonal y a menudo quizá *amoral* y calculadora, en el sentido de que el emisor no asume en general responsabilidad moral por las consecuencias específicas que sobre los individuos y los negocios puede tener el mensaje que pide dinero o atención."<sup>51</sup>

Al manufacturarse la música, las empresas discográficas y los autores e intérpretes, tienen como objetivos la eficacia y el éxito económico, fijados por la administración, profesionales, factores establecidos por expertos y pares, así como exteriores hacia la sociedad por medio del arte creador y de fama y éxito hacia un público seleccionado.

El cumplimiento de dichos objetivos no sólo recae en el autor de la obra musical y su letra, sino en toda una organización, donde se reúnen otros "comunicadores de masas" (Halmos, 1969) que son productores, publicistas, distribuidores, etcétera, quienes se interrelacionan entre sí por medio de una jerarquía preestablecida, basada en términos de tiempo, alcance, status e influencia.

---

<sup>51</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 56-57.



Para esta organización, la audiencia es considerada como un mercado, asegura McQuail (1993), al especificar su vínculo con los medios de comunicación como una relación productor-consumidor, por lo que presta poca importancia a las relaciones sociales internas a comparación con las características socioeconómicas.

"Desde el punto de vista del mercado, el dato clave a cerca de las audiencias es su conducta con respecto a la atención que se manifiesta, sobre todo en los artículos de compra (cuentas, taquilla) y en la selección de lo que se ve y se oye (ratings). Estos son los elementos que proporcionan los principales criterios para evaluar el éxito o el fracaso del contenido de los medios."<sup>52</sup>

La comercialización de la música ha puesto en entredicho las finalidades de ese modo de expresión, ya sea como arte, manifestación social o forma de comunicación, y aparece como una mercancía más del mercado, sin importar el estilo, pues éste se relaciona al grupo que se dirige determinado producto.

Denis McQuail (1993) señala que en la oferta artística influye mucho la publicidad por lo que los productos necesariamente deben ser adaptados a un mercado concreto de consumidores y vehículos publicitarios.

Consecuentemente, al tratar de atraer un número creciente de receptores, los medios utilizan frecuentemente el sensacionalismo, la pornografía o el sexismo, en la forma de promocionar la música, factor que desvirtúa el mensaje original, mismo que de por sí ya tenía cierto grado de ambigüedad.

"...los medios de comunicación, cuando actúan como canales de cultura e información, no debieran distorsionar indebidamente el mensaje original, con el inoportuno flujo de la lógica de los medios de comunicación... Esta advertencia alude a la conquista de la atención, la estimulación inmediata, la subordinación del significado a los requisitos de presentación, etcétera..."<sup>53</sup>

El sensacionalismo es el fruto de esta problemática y en el caso de la promoción, la presentación de productos musicales, se explotan figuras de rockeros descarriados; glamorosos cantantes de ópera; músicos con adicciones, promiscuos, pasados oscuros y desequilibrios emocionales.

---

<sup>52</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 283.

<sup>53</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 178.



Al agregarse estos elementos a la producción musical, aparecen varias situaciones que marcan a la sociedad para el futuro, ya que la industria discográfica hereda a las siguientes generaciones testimonios constantes sobre determinados momentos históricos.

Katz y Lazarsfeld (1955) sugirieron además que a raíz de los productos culturales, entre ellos los musicales, que se adquieren en el mercado, surge un tipo de jerarquización informal y diferenciación en subgrupos sociales, lo que marca de por vida a las personas.

Otra consecuencia es que las expresiones alternativas que al no cubrir los requisitos para su venta no pasan por los medios, no dejan visos de su paso tanto a grupos diferentes a los de su afectación a generaciones futuras.

### III LA MASIFICACION DE LA MUSICA

#### a) El sistema comunicativo

Resulta muy importante hacer notar que para estudiar la cultura - - tal y como señala Jürgen Habermas - - hay que relacionar actos simbólicos específicos con los ambientes simbólicos globales en los que se producen.

La antropóloga Mary Douglas analiza el funcionamiento de la música dentro del sistema comunicativo mediante el eslabonamiento de los códigos lingüísticos, la solidaridad y el ritual.

"Al existir una gran variedad de sistemas simbólicos que comunican significados, pueden considerarse lenguajes. Estos códigos son más o menos elaborados o restringidos, según sea la sociedad o el espíritu del grupo en que son producidos. Así se puede descifrar el lenguaje de la música, las artes plásticas y la comida."<sup>54</sup>

Esta consideración resalta el papel comunicativo de la música y su carácter de código restringido, cuya elaboración varía según la solidaridad que exista en el grupo.

La música es entonces un sistema simbólico complejo que para tener un nivel de comunicabilidad similar al lenguaje verbal, requiere un alto grado de solidaridad grupal, aunque por más alto que sea, seguramente causará interpretaciones diversas.

Como código, la música resulta compleja, pero al igual que el verbal, es un lenguaje en el que sus sonidos o notas son elementos básicos que se combinan según su gramática de melodía, armonía, ritmo y composición.

---

<sup>54</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 123.

"Así como las palabras forman oraciones, los sonidos se combinan para crear frases, motivos y tonalidades musicales más amplias."<sup>55</sup>

Esas características patentizan que la música es una producción cultural donde el entorno social afecta de una forma determinante a los creadores, quienes se expresan de una manera compleja en una obra que es interpretada parcialmente por un grupo de receptores que mientras más homogéneo sea, más se aproximará - hipotéticamente - a una concepción común.

Tal comunión no implicaría que el significado sea precisamente el que concibió el autor, sino aproximaciones.

Por ello, Mary Douglas (1978a) señala que la música es un rito por sí misma, que se modifica según la solidaridad grupal, no obstante que para muchos ésta sólo es parte de rituales más amplios. De cualquier forma, coincidimos con la antropóloga en el sentido de que se trata de un lenguaje, de una empresa colectiva.

Para ejemplificarlo, Douglas (1978b) hace una descripción de la música negra donde señala que primero se produjeron códigos muy restringidos en los *spirituals*, en una época de identidad colectiva muy fuerte y bien definida.

Los *spirituals* eran códigos obvios y su carácter restringido se veía en la estructura misma de la música negra, pero en el siglo XX aparecieron nuevos códigos musicales, fruto de la migración del sur al norte de Estados Unidos, con lo que la solidaridad declinó, lo que provocó el nacimiento del *jazz* y del *blues*.

"Es posible que el *jazz* constituya el código elaborado final, pues no tiene ninguna sintaxis prescrita. El imperativo es la improvisación y los sonidos se mezclan según el agrado del artista. La gamma tonal es más amplia que con los *spirituals*, se hace menos hincapié en la armonía."<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 123.

<sup>56</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 123.

La singularidad de intérpretes como Louis Armstrong, Miles Davis, Charlie Parker o John Coltrane, destaca Douglas, se basa precisamente en ese elemento improvisador individual que hace del jazz "pura individualidad".

En cuanto al *blues*, éste era más estructurado con muchas alternativas sintácticas y no tan libre como el *jazz* ya que existe la llamada "nota del blues".

Los *spirituals* surgieron en el apogeo de la esclavitud, de ahí la cohesión grupal, misma que se diseminó con la llegada de los esclavos que escapaban del sur, donde las condiciones de vida eran peores que en el norte, además de la llegada de hombres de diferentes partes de África.

No sería hasta la década de los 60 cuando la solidaridad se volvió a solidificar por causa de la lucha por los derechos civiles que es cuando nace el *soul*, destinado a celebrar el amor y el orgullo negro.

"El *soul* tiene temas más generales y concretos que el *blues*; como los *spirituals* tienen ritmo regular, pulsátil, línea de gancho que se repite y una gamma tonal más estrecha que la del *jazz* y por ello es inferior. En general es más restringido que los demás. Se desintegró a finales de los 60."<sup>57</sup>

Esta ejemplificación nos permite observar como la sociedad interviene en la creación musical. Es como en las artes plásticas donde los enunciados que se crean con formas y colores, se combinan en términos restringidos o elaborados. Como señala Peter L. Berger, la presencia o ausencia de relaciones sociales es un estatus objetivo como variable explicativa, antes que la cultura misma.

## **b) La influencia del poder**

Un factor muy importante que influye de forma determinante en el proceso de masificación de la música, es el criterio impuesto desde las esferas del poder.

---

<sup>57</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 125.

Atendiendo a Michel Foucault (1965), quien señala que la transmisión del conocimiento -- parte del que fluye por la música -- tiene un carácter esencial para la cultura y este proceso nunca es lineal: está vinculado con el poder de manera consciente e inconsciente, uno vislumbra la importancia de influir en la producción musical.

Tal influencia ocurre en la industria disquera porque es una institución vinculada a otras y regulada por la sociedad; como tal controla, manipula, innova y contribuye a la discusión. Su característica esencial es la de ser fuente de definición de la realidad social.

Ello, según Denis McQuail, se rige por el ejercicio del poder que es el canal a través del que imprime dirección e ímpetu a los cambios sociales.

Hay que señalar, sin embargo, la peculiaridad de que los medios distribuidores de productos musicales son menos vulnerables a los dictados desde el poder a comparación con los dedicados a la información.

“Los (medios) menos manipulados tienden a ser el libro y la música que, no por casualidad, son también medios de contenido unitario y tienen incluso un contenido típicamente más libre en términos de tiempo y espacio, en lo que se refiere al contenido como el uso. También son los medios de menos interés directo para el Estado.”<sup>58</sup>

La razón para que la industria disquera sea menos estrechamente controlada que otros productos comunicativos, se relaciona con el lugar que ocupa dentro del espectro político de cada sociedad.

Frecuentemente los gobiernos afectan los diarios con altos impuestos o retirándoles la publicidad, como sucedió en los años 70 con *Excelsior* o *El Norte de Monterrey*; se niega la difusión en el radio de ciertos temas musicales y hasta se llega a prohibir su ejecución pública, como “*Me so Horny*” en los 90 porque los congresistas de Florida, Estados Unidos, la consideraron inmoral, desatando una controversia en relación con la libertad de prensa; e incluso en el caso de Salman Rushdie, el conocido escritor de nacionalidad india a quien se condenó a muerte en Irán por supuestamente blasfemar a “*El Corán*” en su libro “*Versos Satánicos*”.

---

<sup>58</sup> McQUAIL, D (1993): “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 47.

La situación político-social, ante este panorama, en especial los intereses de clase y grupo, contextualizan a la industria disquera y resulta tan importante para su desarrollo como los avances tecnológicos, la economía y la cultura.

Denis McQuail (1993) afirmó que en lo referente a las relaciones entre medios y sociedad, los factores más importantes son los políticos (relacionados con el poder) y los normativos que tienen que ver tendencias variables de autoridad externa para limitar o regular un medio y con tendencias internas de las propias empresas comunicativas, en lo referente a ser conformista o crítico en su actitud ante la autoridad establecida.

No obstante hay que dejar en claro el hecho de que las dimensiones normativas y políticas en que se mueven las empresas comunicativas no son iguales porque varían de producto a producto, e incluso podría no existir relación entre ambas.

“Estas dos dimensiones tienen clara independencia recíproca, pues un medio típicamente sometido a un control existente (como la televisión) también podría adoptar una posición crítica mientras que otro (la música), no controlado, bien podría no adoptar esa posición. La presencia o ausencia de control suele estar vinculada también a otra variable, como es el grado de centralidad del medio con relación al poder central. Y esto a su vez, depende principalmente de funciones reales o típicas: cuanto más opera un medio en la esfera política (como ocurre con los periódicos) más central es el interés que reviste para quienes detentan el poder o para sus oponentes. Que los medios utilicen o no su potencial crítico depende mucho de las circunstancias y las elecciones individuales.”<sup>59</sup>

Lo anterior despertó una controversia teórica entre pensadores de formación marxista y funcional-estructuralistas: los primeros apuestan por un modelo de dominación; en tanto los segundos lo hacen por un sistema pluralista.

Según los marxistas, el enorme poder que posee la industria disquera puede alejar el cambio y el desafío a lo establecido, gracias a la permanente legitimación del orden vigente, el mínimo espacio que se da a voces

---

<sup>59</sup> McQUAIL, D (1993): “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 42.

alternativas, la reducción de la capacidad crítica del público y la recompensa a su complacencia.

La contraparte asegura que la gente utiliza a los discos antes de que éstos los utilicen a ellos y niega la existencia de una elite unificada, por lo que los productos responden a la diversidad social.

Ambas versiones tienen puntos a favor y en contra, pues es ineludible desdeñar el control de los medios por un grupo muy pequeño que puede unificar los criterios de producción y con pertenencia o vulnerabilidad muy clara ante grupos de poder. Asimismo no es factible que ese pequeño grupo pueda homogeneizar la información y el entretenimiento de toda la sociedad, cuando para patentar su poderío económico, hay que dar al cliente lo que manda.

Lo cierto es que tal poder puede manifestarse tanto para refrendar la autoridad nacional o la global, esta última ejercida por las naciones con mayor poder político y económico.

“Seguramente el poder máximo todavía yace en el control económico y la disponibilidad de la fuerza armada. Pero recurrir al poder militar y policiaco ya revela debilidad política y crisis. Para evitar esa contingencia, una capacidad informativa ideológica flexible es el medio preferido y más efectivo para mantener la pasión popular canalizada y la atención pública, continuamente distraída...”<sup>60</sup>

De esta manera, los productos comunicativos, con intenciones de poder a nivel nacional e internacional, son instrumentos de control social y político, sin mencionar las cuantiosas ganancias de las empresas dedicadas a esa rama productiva.

Las diferencias generacionales, étnicas y grupales han incidido en la producción discográfica, de ahí la creación de tan diversa gamma de géneros, los que provocan procesos de fragmentación e integración.

---

<sup>60</sup> SCHILLER H. (1969): “Mass communication and american empire”, Ed. August M. Kelly, Nueva York; en D. McQuail “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, México, D.F., Ed. Paidós, p. 138.

### c) Fenómenos de integración y fragmentación

Es visible que a partir de productos musicales, es posible unificar a grupos sociales, aunque de forma paralela se da una fragmentación en relación con todo el espectro social. Así se van creando ciertas especies de subculturas.

Por ejemplo, la música ha sido foco principal para el desarrollo de subculturas juveniles en oposición a la cultura oficial de la escuela. (*Murdock, Phelps, Hall y otros*)

Así, la gente escucha lo que le gusta, pero esa afinidad siempre está relacionada con la interacción que se tiene con su círculo social y familiar. Misma que es determinante para aceptar o no la influencia de emisores lejanos que tratan de influir desde los medios de comunicación.

Los medios de comunicación presentan un doble perfil de integración-fragmentación, ya que si a un joven le interesa cierto movimiento musical que contraviene los valores de su familia, puede provocar un conflicto en su interior, pero al mismo tiempo, al ir a un concierto de su artista predilecto, encuentra comunión con otro subgrupo con el que comparte afinidades.

“El control social deseable de una persona es la negación de la libertad de otra y el ejercicio de la elección individual de una persona es prueba de la fragmentación o privatización social de otra.”<sup>61</sup>

T.E. Clark (1979) señaló que para la “Escuela de Chicago”, los medios tenían un papel potencialmente negativo al influir en la fragmentación, pero esa característica era el factor principal para la asimilación social de subgrupos de inmigrantes.

A pesar de la paradoja integración-fragmentación, los medios dan a la sociedad un elemento de suma importancia que varía según cada segmento social, pero en el fondo es el mismo: reemplazan los aspectos rituales y simbólicos de comunidades reales, ofreciéndoles temas de conversación y

---

<sup>61</sup> McQUAIL, D (1993): “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, Trad. Antonio J. Desmots; México D.F., Ed. Paidós, p. 123.



personajes prestos para la identificación y que son además objetos de chisme (McQuail).

Los intelectuales entonces ritualizan sobre Kierkegaard; los viejos sobre nostalgia; los cultos sobre ópera; los jóvenes sobre el cantante de moda, etcétera.

"Un ejemplo interesante de una función selectiva de integración es la que nos ofrece Ferguson (1983) en lo que probablemente sea el mejor estudio sociológico de las revistas de mujeres. Esta autora propone una analogía entre el concepto durkheimiano de culto religioso y la relación entre las revistas y sus lectoras, sobre la base de la noción de *culto a la feminidad*, de lo cual los editores son sacerdotes y los lectores devotos. El *culto de la feminidad* es exclusivo, tiene sus ritos y rituales, sus fiestas y ceremonias, a través de lo cual la comunidad de miembros reafirma su identidad y sus creencias."<sup>62</sup>

El trabajo de Ferguson puede servir de referencia para entender a las revistas de música que son auxiliares importantísimos para la industria disquera y que a la vez perfilan a las subculturas fundadas a partir por ejemplo del rock'n roll.

Sin embargo, hay que aclarar que los segmentos de audiencia - - entendiéndola como la colectividad formada en respuesta al contenido de un medio de comunicación y definida por la atención de ese contenido - - que pueden ser seguidores de un grupo musical, un cantante de ópera, un director de orquesta, no son fáciles de localizar en el tiempo y en el espacio y quizá no tengan forma de contactarse.

"Así los medios no sólo sirven para apoyar los valores de una sociedad como un todo, sino también a los segmentos internos de ésta".<sup>63</sup>

De Fleur (1970) señala por ello que los miembros de una categoría concreta seleccionarán más o menos el mismo contenido comunicativo y responderán aproximadamente de la misma manera.

Además, las personas tienen la necesidad de socializarse y una buena manera de hacerlo es a través de compartir contenidos de productos comunicativos y

---

<sup>62</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 129.

<sup>63</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 129.

como dijo Noelle-Neumann (1974), la gente tiene miedo natural al aislamiento y al manifestar sus opiniones trata de identificarse y luego sumarse a la opinión mayoritaria o consensual.

Las características que permiten tal integración-fragmentación por medio de la industria disquera, según McQuail, son:

- Producción y distribución de información, ideas y cultura, en respuesta a las necesidades colectivas y sociales, así como a las demandas individuales.

- Suministro de canales para relacionar a ciertas personas con otras: emisores con receptores, miembros de una audiencia con otros de la misma, de todo el mundo con sus instituciones comunicativas.

- Operación casi exclusivamente en la esfera pública. Son formadores de opinión pública.

- La participación como miembro de la audiencia es voluntaria. Paralelamente existe una asociación del uso de medios con el tiempo libre y su disociación respecto del trabajo y el poder.

- Se relaciona con industria y trabajo.

- Está invariablemente unida al poder del Estado.

Por su parte, James Carey (1975) ofrece una visión alternativa a la anterior que bien puede servir para detectar ciertas particularidades de los productos musicales.

"...la comunicación se asocia a términos tales como compartir, participación, pertenencia y posesión de una fe común"... "una visión ritual no se dirige a la extensión de mensajes en el espacio, sino al mantenimiento de la sociedad en el tiempo, no al acto de impartir información, sino a la representación de creencias compartidas."<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> CAREY, J. (1975): "A cultural approach tu communication", Communication Magazine No. 2, pags. 1-22; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós, p. 122.

El hombre trata de autolegitimarse en todo momento y en cada posición que se encuentre y la música le sirve para mostrar su individualidad, su pertenencia a una familia, a una nacionalidad y a una cultura.

Las costumbres de un país, entonces, inciden determinantemente en manifestaciones como la música. A lo que actualmente se suman globalización económica y comunicativa, para incrementar el flujo de productos musicales y proponer gustos más universales y diversificados.

Sin embargo, ante los objetivos financieros de las empresas discográficas, la atención de los receptores se convierte en su principal objetivo comunicativo y social, por encima de transmitir un significado, aumentar la capacidad expresiva o promover rituales compartidos.

No se quiere decir aquí que dichos fenómenos dejen de ocurrir, sino que en su afán de llamar la atención, la industria discográfica fomenta la creación de varias ramas musicales ad-hoc a subculturas como la juvenil, íntimamente ligados al rock. Pero interactúan con las costumbres más importantes en esa materia dentro de culturas específicas.

Las empresas dedicadas a la música en su propósito de lograr mayores dividendos de su actividad, cada vez sofistican más las formas de exponer un híbrido entre arte-expresión popular y artículo de consumo.

"La tarea de los medios de comunicación, en su finalidad primaria, será la de interesar a una audiencia, y a partir de ahí se juzgarán las habilidades que haya de desarrollar y recompensar en la comunicación de masas. En el corazón mismo de estas disputas a cerca de la finalidad y efectos de los medios de comunicación se encuentran el hecho de que éstos puede que no tengan ninguna otra finalidad directa más allá de atraer la atención y alcanzar a quienes resultan atraídos con el mensaje, cualquiera que sea..."<sup>65</sup>

Elliot (1972) señaló sobre la base de lo anterior que la comunicación de masas corre el riesgo de no ser comunicación en absoluto, en el sentido de la transferencia de significados.

---

<sup>65</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 72.

No obstante que la búsqueda de la atención sea un importante elemento para comprender la forma en que trabaja la industria disquera, consideramos sumamente arriesgada la aseveración de Elliot, pues como veíamos, todo lo que fluye a través de los medios de comunicación obedece a un acontecimiento que sucede en la realidad y con valor de significado.

El proceso de comunicación atencional nos da elementos bastante interesantes para comprender aspectos relacionados con la música y su distribución masiva, pero hay que desechar la idea de que el receptor necesariamente es afectado por la atención de un producto musical y simplemente responda comprando el CD.

Después de todo, la atención va de la inicial, al mantenimiento, a la profundización, para llegar a la adhesión y al compromiso, lo que ocurre no únicamente por la tecnología y la pericia para presentar productos sumamente llamativos en la forma, sino que depende del contexto social y de las experiencias personales.

Además existe una red de relaciones con la sociedad, clientes, proveedores, propietarios, fuentes internas y con la audiencia, que afectan a las empresas comunicativas en sus actividades organizativas y que necesariamente intervienen en la producción.

Los productores, compositores, intérpretes, músicos, etcétera, deben tener en cuenta todas las cuestiones específicas que implican distribuir de forma masiva sus creaciones.

De hecho, Denis McQuail (1993) apunta que existen combinaciones entre los medios para eficientar ideas llamativas, por ello la existencia de megaconsorcios que no se dedican exclusivamente a la música, sino que poseen estudios cinematográficos, estaciones de radio y televisión, editoriales y formas de distribución por discos de computadora e Internet.

Inclusive el gran desarrollo de los medios creadores y distribuidores de música ha provocado una producción continua y una conserva de productos que la vuelven predecible para el receptor y la hacen caer en baches ya que se presenta la monotonía y una especie de crisis atencional cuando se exprime al máximo una fórmula de éxito comprobada.

"Entre los criterios importantes desde el punto de vista comercial figura el de la producción barata y fácil, de acuerdo con una probada forma de éxito"<sup>66</sup>

De ahí que la música pertenezca al *imperio de lo efímero* (Lipovetsky, 1989) y se recicle a través del tiempo para ofrecer productos con una capacidad probada de venta.

"Las presiones principales sobre los procesadores de los medios de comunicación - para ahorrar tiempo, utilizar cierta tecnología, ahorrar dinero, satisfacer plazos - están tan interrelacionados que resulta más fácil observarlos en sus consecuencias combinadas que en sus operaciones individuales."<sup>67</sup>

Ryan y Peterson (1982), en el caso de la música, explicaron como se toman las decisiones en las artes aplicadas a los medios de comunicación.

### **Línea de montaje:**

*"Compara el proceso con la manera en que se fabrican los productos industriales, con todas las habilidades y decisiones propias de la maquinaria adecuada y con nítidas reglas de procedimiento. Puesto que los productos culturales de los medios de comunicación, a diferencia de los bienes materiales, tienen que ser marginalmente diferentes entre sí, la respuesta en cada etapa es la sobreproducción."*

### **Habilidad profesional y actitud empresarial:**

*"en la cual figuras poderosas, con reputación establecidas para juzgar el talento y reunir cosas diferentes, manejan de manera innovadora, todas las aportaciones creadoras de artistas, músicos, ingenieros, etcétera..."*

### **Convención y fórmula:**

*"...considera al proceso de producción creativa como una cuestión de adaptación de la producción a una imagen de lo que gustará a la audiencia. Precisamente las decisiones a cerca de esta última son aquí centrales y en*

---

<sup>66</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 222.

<sup>67</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmonts; México D.F., Ed. Paidós, p. 222.

*torno a ellas entran en conflicto poderosos empresarios que compiten entre sí."*

### **Producto-imagen:**

*"obtener un producto-imagen es dar a un producto de trabajo una forma tal que conduzca a su fácil aceptación por parte de los responsables de las decisiones en el próximo eslabón de la cadena. La manera más común de hacer esto consiste en producir obras muy parecidas a productos que muy poco tiempo atrás hayan atravesado todos los eslabones convirtiéndose en éxitos comerciales."*

La música como cualquier otro producto atraviesa por el sinuoso camino y la demanda y sus ventas son indicadores de calidad, lo que limita la innovación, la inventiva, la originalidad y busca reducir la ambigüedad, en aras de un objetivo mercantil muy claro.

Sin duda, existen manifestaciones musicales de alto calibre artístico en todo género, pero éstos no permean más allá de un reducido grupo de escuchas que aun conformen una parte atendida del mercado, se pierden en los frutos menos inventivos y más repetitivos de la industria disquera.

La audiencia se va descomponiendo en diferentes subgrupos que poseen afinidad por tal o cual género, por sus expositores de mayor o menor calidad, inclusive rebasando fronteras.

Existen tipologías de la formación de la audiencia con dos orígenes fundamentales: la sociedad o los medios como fuente. La primera tiene como base los gustos, objetivos y necesidades compartidos de un grupo de gratificación que no fueron fijados por los medios. La segunda, consecuentemente, es un grupo cuya gratificación parte de la lealtad y el hábito por un medio.

En ese espectro se mueven los escuchas cotidianos de música popular y a partir de los años 50, es factible señalar que los escuchas son mayoritariamente:

- **Conjunto de gratificación:** Son conglomerados de gustos homogéneos que son activos en sus demandas musicales y sumamente consumistas, por ejemplo, escuchas de ópera, música clásica, new age, puristas del rock,

vanguardistas hi-tech, etcétera. Sus integrantes pretenden que su referente sean sus gustos forjados en su experiencia global.

- **Fans:** Carecen e categorización social, su composición cambia en el tiempo y basan sus afinidades en corrientes musicales y estrellas de moda, así como a contenidos específicos, son muy leales. Pueden acabar si la corriente desaparece o si la estrella muere. Ocasionalmente se vuelven subgrupos sociales como los seguidores de Elvis Presley o los Beattles. Su principal referente es el medio.

#### **d) Integración internacional**

La globalización comunicativa ha provocado que la existencia de esos grupos no se reduzca a una nación, sino a todo el mundo occidental, e incluso a naciones de medio y lejano oriente. Lo que por una parte plantea una mayor integración mundial, pero también la pérdida de identidad nacional, lo que es una paradoja del mundo moderno.

En los 80, por ejemplo, el rector de la Universidad de Berkeley resaltó el hecho de que 26 corporaciones controlaran la mitad del negocio de los medios en Estados Unidos, mientras los analistas de Wall Street predecían que 12 empresas serían las que detentarían en la actual década el poder en los medios de comunicación.

Las compañías disqueras se han fusionado o se han asociado para formar consorcios que no sólo se dedican a la música, sino a toda la producción comunicativa y en su internacionalización han penetrado en todo el mundo creando filiales, a través de inversiones, fusiones, compras e intercambios.

La UNESCO ejemplifica el hecho con la siguiente experiencia cultural canadiense en porcentajes de producción extranjera de medios, principalmente estadounidenses:

- 80% de los reportajes en medios impresos
- 71% de las revistas
- 84% de los libros
- 70% de la música que se programa en el radio



93% de los discos que se producen  
98% de las películas que se exhiben  
88% de los programas televisivos

Estas cifras son reveladoras ya que si ello pasa en un país industrializado como Canadá, se concluye que en uno subdesarrollado, los medios difunden mayoritariamente una cultura importada o imitada.

"La desnacionalización de la recepción y el contenido de los medios de comunicación va en la misma dirección, reduciendo la homogeneidad social y cultural de las audiencias y acelerando una concepción de la comunicación de masas como otra rama de la mercantilización internacional. No obstante no es la única dirección del cambio, ya que los medios de comunicación electrónicos también hacen más viables los medios de comunicación locales y es más probable que el resultado sea, por un lado, un desplazamiento hacia una forma y un contenido internacionales y unificados y, por otro lado hacia un contenido local y diferenciado. Con todo ello, lo más probable es que los salgan perdiendo sean los medios de comunicación que han operado en el nivel de nación-Estado."<sup>68</sup>

Herbert L. Schiller (1987) asegura que las industrias culturales estadounidenses son la fuerza más agresiva después de las fuerzas armadas en el actual *new order*.

Ello a la larga provoca la previsión de la existencia de subgrupos cuyas diferencias no tengan como base la etnia o la nacionalidad, sino su situación frente a los medios, según la generación a la que pertenezcan y el poder económico que detenten.

Esa situación aparentemente ocurre también con el impulso de los factores del poder que se veían en el primer apartado de este capítulo porque la transmisión de conocimiento es factor de dominio, se concluye que trasciende límites nacionales y culturales, tal y como enuncia Foucault.

La importancia de la música como forma de penetración entonces resulta trascendental ya que los cambios políticos y económicos, impulsados por las

---

<sup>68</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmots; México D.F., Ed. Paidós, p. 289.



elites internacionales, desembocan en cambios dentro de la estructura social, los que según Peter Berger se legitiman y deslegitiman concurrentemente, además de que pueden tener como catalizador a la música.

Berger (1960), en su teoría de la cultura, apunta precisamente a la existencia de una dialéctica entre el sí-mismo y el mundo sociocultural. Es en ese intercambio en donde consideramos que la música actúa como catalizador para legitimar cambios impulsados por la elite, para lo que se van formando grupos y subgrupos de atención.

Así se entremezclan intereses de legitimidad, de poder nacional e internacional, de necesidades particulares y grupales que se vuelven transnacionales, construyéndose y reconstruyéndose el mundo.

Agrega que la legitimación y deslegitimación pueden producirse concurrentemente sin que haya que evaluar su funcionalidad para el mantenimiento de la estructura social, por lo que éstas se analizan en los términos de definiciones cambiantes de la realidad en la sociedad.

"El mundo, en sus formaciones socioculturales y sociopsicológicas, debidas a su constitución, construida socialmente, es intrínsecamente variable. Dentro de los parámetros de la biología y el ambiente, las personas cuentan con un considerable margen de libertad en cuanto a los modos en que se construyen mundo/nomos. Es entonces inevitable la pluralidad cultural. Además a causa de su naturaleza construida, estas realidades nunca pueden ser tan firmes y seguras como las del mundo animal."<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 69.

## IV El caso del grunge

### a) La escena popular de los 80

Con la finalidad de aterrizar los postulados de los tres capítulos anteriores, decidimos concentrarnos en la música popular contemporánea, específicamente en la producida en Estados Unidos y el Reino Unido, lo cual obedece a nuestra intención de tener un acercamiento al impacto de la música con letra en inglés en un país “emergente” e hispanoparlante como México. Delimitamos nuestra observación al caso de un grupo de rock de la ciudad estadounidense de Seattle llamado Nirvana. El primer paso que vamos a dar en ese sentido es describir la escena de la música popular con letra en inglés inmediatamente anterior al surgimiento de Nirvana.

De acuerdo a su éxito comercial, la principal figura de la música popular con letra en inglés anterior al surgimiento de Nirvana fue Michael Jackson, quien tuvo gran penetración en todo el mundo. La carrera de Jackson comenzó en los años 70 junto con sus hermanos en el grupo Jackson Five. De forma paralela llevó una carrera solista con buenos resultados y su *boom* llegó en 1982, cuando de su disco “Thriller” se vendieron 20 millones de copias a nivel mundial. Canciones como “Billie Jean”, “Beat it” y “Thriller”, se difundieron por todo el globo al igual que sus vistosos cortos musicales que consolidaron al género del videoclip. El cantante estadounidense también encabezó ambiciosas campañas publicitarias.

Otra gran figura surgida en los 80 es Madonna, una bailarina originaria de Michigan alrededor de la que se construyó una imagen polémica que dejó a su música en varias ocasiones en un segundo plano. También le ayudó que en su momento, genuina o prefabricadamente, se le quisiera comprar con Marilyn Monroe. Después de pertenecer a los grupos “Breakfast Club” y “Emmy”, grabó los sencillos “Everybody”, “Physical Attraction” y “Holyday”, los cuales se convirtieron en fuertes hits discotequeros que le abrieron la puerta para su primer disco: “Madonna”. Bajo la tutela de Nildes Rogers grabó su segundo disco “Like a Virgin” a fines de 1984, el cual la llevó a la fama mundial, entre otras cosas por su imagen sensual. Luego vinieron “True blue”, “Who’s that girl” y “You can dance” en la misma línea. Para 89, presentó un producto más ambicioso que hizo repuntar su carrera: “Like a prayer”. Más adelante su imagen sexy imperó en sus discos “Erotica” “Bed time stories” y

“Dick Tracy”, así como en su libro “Sex”. Luego trató de sofisticar su imagen y cuando parecía anquilosarse tuvo un segundo aire con el disco “Ray of light”, el de mayor éxito desde “Like a prayer”. En contraste con Jackson, su imagen no se ha deteriorado estrepitosamente al paso de los años.

Algunos segmentos de escuchas de música moderna popular en inglés intentaron encontrar alternativas más sofisticadas en grupos británicos que en los 80 tuvieron una incursión de bastante éxito y a los cuales se les intentó agrupar bajo la denominación de *new romantics*. Un ejemplo es Duran-Duran, grupo que comercializó el new wave, principalmente a través de sus videos musicales, donde fueron pioneros. Aunque se les denominó como new romantics, los puristas aseguran que son de la corriente pop-funk. Sus discos más famosos han sido “Duran Duran”, “Rio”, “Notorius” y “Pop Trash”. En sus filas han estado famosos músicos y vocalistas de la escena inglesa como Simon Le Bon, Nick Rhodes, John Taylor, Stephen Duffy, Roger Taylor, Andy Taylor, John Curtis y Warren Cucurullo. En esa corriente también se ubica Tears for Fears, dúo británico integrado por Roland Orzabal y Curt Smith, considerado muy ambicioso en su tiempo tanto en su música como en su concepto de imagen, al grado que su nombre fue sacado de la teoría de Arthur Janov sobre el miedo primitivo. Su primer disco “The hurting” fue ampliamente venerado, sin embargo, la celebridad internacional llegó con su segunda producción, “Songs of the big chair”, de la cual se desprendieron los sencillos “Shout” y “Everybody wants to rule the world”. Posteriormente se tomaron un largo periodo de tiempo para presentar su siguiente álbum, “Seeds of love”, que contenía cortes de jazz-rock psicodélico. A principios de los 90, Smith dejó el grupo para emprender una carrera solista, entonces Orzabal se quedó con la banda a la que le imprimió un estilo muy sofisticado para un tipo de audiencia mucho más reducido. En el new romantics también es fácil incluir a un dueto llamado Wham! que combinó soul cadencioso con baladas para obtener éxitos comerciales como “Wake me up before you go go” y “Careless Whisper”. En 1986 sus integrantes, Andrew Ridgely y George Michael, se separaron y éste último emprendió una carrera solista que le dio más éxitos que dentro del dúo mismo.

La industria disquera en los 80 también explotó un movimiento de grupos y solistas destinado a la atención de los compradores jóvenes. El grupo “New Kids on the block” fue el ejemplo más acabado y tuvo mucho éxito con un par de discos, uno del mismo nombre de ese quinteto de jóvenes de Boston y otro bautizado como “Hanging Tough”. En esa misma línea surgió “Guys Next Door” que solamente tuvo un disco y un efímero programa en la televisión,

situación que hizo que algunos los conectaran con un grupo de rock de antaño conocido como “The Monkees”. En Estados Unidos este modelo también se repitió en segmentos de población específicos, como New Edition para negros y Menudo para hispanos.

Los grupos de muchachos se completó con Tiffany, una cantante juvenil de carrera muy corta, pero que tuvo un álbum multiplatino del que se desprendieron las baladas “Could’ve been” y “I think we are alone now”; Debbie Gibson, otra cantante juvenil, pero neoyorkina a la que alguna vez se le quiso comparar con Madonna y que obtuvo importantes éxitos gracias a sus discos “Out of the blue” y “Electric Youth”; finalmente estaba Nelson, dueto integrado por los mellizos Matthew y Gunar Nelson, hijos del célebre rockero Rick Nelson, quienes confeccionaron un producto de heavy-metal edulcorado que podía tocarse en la radio constantemente.

En esa década también se dio la producción en serie de música bailable, de la que se decía que su beat aceleraba el ritmo cardiaco a una frecuencia similar a la que se registra cuando se hace el amor. Ese tipo de producciones sirve actualmente como referente para el análisis de la música electrónica de fenómenos muy interesantes que se ganaron un nicho muy importante en años 90. Sin embargo, gran parte de la música discotequera de finales de los 80 llegó a un grado de comercialización tan perverso que provocó casos como el de Martha Walsh, vocalista del grupo Two Tons of fun, quien fue voz de varios grupos, pero que en los video y los discos se hacía creer a la gente que la cantante era una modelo. Esos grupos fueron:

SNAP!: dúo de música disco integrado por Jackie Harris y el DJ británico Turbo B. Su mayor éxito “The Power”

Black Box: Grupo líder del movimiento house en Italia, integrado por el DJ Daniel Davoli, la cantante Katrin, el ejecutante de los sintetizadores Mirko Limoni y el clarinetista clásico Valeric Simplici. “Ride on Time” y “Everybody, everybody”, sus máximos hits.

Ese mismo caso se repitió con el grupo Technotronic, donde E.A. Kid K era la voz y la *frontwoman* era la modelo nigeriana Felly.

En aquella época también destacó el éxito de Metallica, grupo alrededor del que existe el consenso de que fue la mejor banda y la de mayor influencia en el género del heavy metal durante la década de los 80. Su disco de 1983,

“Kill’em all” dio personalidad al trash y viabilidad a un movimiento metalero subterráneo. Sus integrantes, James Hetfield, Kirk Hammet, Lars Ulrich y Cliff Burton, parecía que tenían la capacidad para mejorar disco con disco, tanto en su música como en sus letras. De hecho en 1986 sacaron “Master of puppets”, considerado como una obra maestra del género. Sin embargo, la tragedia llegó al grupo con la muerte en un choque de Burton, quien a la postre sería sustituido por Jason Newstead. Luego vino “Justice for all”, una producción muy conceptual a la que siguió “Metallica” con la que consiguieron conquistar las listas de popularidad. Así, el grupo fue respetado por el público en general, no sólo por los “headbangers”.

Otro famoso grupo heavymetalero que alcanzó gran celebridad en los 80 fue Iron Maiden, banda del Reino Unido formada en 1976 con un trabajo paralelo a Black Sabbath y Led Zeppelin. Sus éxitos más fuertes han sido “Two minutes to midnight” y “The trooper”. Actualmente atracción subterránea ya que al ser considerados satánicos, se le han cerrado muchas puertas comerciales. Aún así, gozan de mucha popularidad y varios imitadores en casi todo el mundo. También tuvo mucho éxito Mötley Crew, banda considerada como la impulsora de los grupos metaleros desparpajados de cabellos largos, estilizados y muy acostumbrados a realizar “payasadas” para agradar a sus públicos (género *glam*). Su mayor éxito fue el álbum “Dr. Feelgood” de 1989. Posteriormente los escándalos en las vidas de sus integrantes Tommy Lee, ligado sentimentalmente a la actriz Pamela Anderson, Nikkie Sixx, Vince Neil y Frank Ferraro se volvieron más llamativos que su música

Los 80 también dieron un segundo aire al grupo Aerosmith, grupo fundado en 1970 en la ciudad de Boston, en Estados Unidos, que ha transitado por el heavy metal, el pop-metal, el hard rock y el pop. En los 70, este grupo obtuvo un éxito inusitado principalmente por su virtud de combinar canciones que sentaron las bases del metal con poderosas baladas como “Dream on”. En los 80, su aureola parecía apagarse debido a sus altibajos causados por las adicciones a las drogas y el alcohol de sus integrantes Steven Tyler, Joe Perry, Tom Hamilton, Joey Kramer y Brad Whitford. Cuando todos daban a “Aerosmith” por muerto, realizaron uno de los grandes regresos del rock, quizá el mayor, y su punta de lanza fue la aparición de Tyler y Perry en el cover de Run D.M.C. a su hit “Walk this way”. De esta forma sus grandes discos “Toys in the attic”, “Get your Wings” y “Rocks” no serían sólo nostalgia. Tuvieron enorme impacto con sus “Grandes éxitos”, que fueron seguidos por los álbumes “Done with mirrors”, “Permanent vacation”,

“Pump” y “Get a grip”, así como otras producciones que los han mantenido vigentes más allá del año 2000.

En el segmento del heavy-metal, hard-rock, heavy pop también se contaba Def Leppard, banda de Sheffield, Inglaterra, que según Stephen Thomas Erlewin, fue la mejor agrupación de hard rock de los 80, a pesar de que hubo grupos más duros, más pesados y más peligrosos ya que fue la que mejor retrató el espíritu de sus tiempos. Su álbum “Pyromania” los catapultó al éxito en 1983, a él siguieron los célebres “Hysteria” y “Adrenalize”. En los 90 se movió hacia el glam y aunque no es ya el grupo que vende enormes cantidades de discos, aún tiene un buen número de seguidores. En el segmento también se contaba a Scorpions, banda fundada en Hannover, Alemania, en 1969, que con sus súper-éxitos “Love me like a Hurricane” y “Wind of Change” logró vender más de 22 millones de discos, lo cual lo convierte en el grupo de rock más importante de la historia surgido en Europa del este. La declinación de su popularidad se debió al surgimiento del grunge a principios de los 90. Otro ejemplo es Van Halen: grupo fundado en 1974, en Pasadera, E.U., que contó inicialmente con el talento musical de Edie Van Halen y el poder espectacular de David Lee Roth. A finales de los 70 y en los 80 el estilo de Van Halen fue ampliamente imitado desde por grupos pop hasta por los de Heavy Metal. Luego de diferencias irreconciliables entre Van Halen y Roth, este último dejó al equipo y en su lugar llegó Sammy Hagar, con quien continuó el éxito. Nueva mente hubo líos y regresó Roth en lugar de Hagar, pero al poco tiempo ya ninguno de los dos podía presumir en que lideraba a esa agrupación. Van Halen contrató para sustituir a Roth a Gary Charone, ex integrante de Extreme.

Otra banda catapultada en aquella época fue Bon Jovi, quizá el grupo más significativo del heavy-pop, el cual mezcló el sonido duro y armonioso de Def Leppard con las melodías y letras para trabajadores de Bruce Springsteen. Además sus integrantes, Jon Bon Jovi, Richie Sambora, Tico Torres, David Brian, John Such y David Sabo también han ganado fama como solistas y por su vida social. Sus discos más importantes son “New Jersey”, “7800 Farenheit” y “Crush”.

Aquella década trajo también a AC/DC, una poderosa banda de heavy-metal y hard rock formada en 1973 en Australia como respuesta al llamado art-rock. El grupo es de corte minimalista y es muy reconocible por la voz fibrosa de su vocalista Bon Scott. Su canción “Highway to hell” fue la que les abrió todas las puertas del mundo y produjo una serie de imitadores por doquier, sobre



todo por su look que consistía en saco, corbata y pantalones cortos. Otras importantes producciones de este grupo son “High Voltage”, “Let there be rock”, “If you want blood you got it”, “Back in black” y “Ballbraker”.

Un ejemplo más: Guns’n Roses, banda formada en 1985 que salió a escena cuando ésta era dominada por el heavy-pop y la músicaailable. Axl Rose, Slash, Izzy Stradlin, Duff McKagan y Steven Adler, que eran todo menos gente decente, según Stephen Thomas Elderwine, sirvieron de contraste ya que su rock era violento, oscuro, misógino, y rudo, pocas veces mostraron sensibilidad, alegría o dulzura. Sus canciones estaban dedicadas principalmente a la violencia, las drogas y la apatía entre los jóvenes de una gran ciudad. Llegaron a las listas de popularidad gracias a la célebre “Sweet Child O’Mine”. Lo que nadie les discutió es que su proyecto fuera honesto, sin embargo comenzaron a diluirse por conflictos internos que los dejaron sin capacidad de competir con los grupos que comenzaron a surgir de Seattle. Sus producciones más famosas son “Apetitte for destruction”, Guns N Roses” y los “Use your Illusion” 1 y 2.

Finalmente tenemos a Sepultura, banda brasileña fundada en 1984 en Belo Horizonte que de inmediato irrumpió en la escena de su país como un potente grupo de Death Metal que por cantar en inglés no tuvo problemas para internacionalizarse. Inicialmente eran seguidores de Metallica, Iron Maiden y Slayer, pero poco a poco se fueron sofisticando y se les comenzó a relacionar con “Death” y “Possesed”. Ello les permitió a Max Calavera, Igor Calavera, Paulo Jr. y Jairo T. evolucionar hacia el heavy-metal, el speed-metal y el metal alternativo, pasando por el trash. Sus producciones más significativas son “Chaos A.D.”, “Roots”, “Arise” y “Beaneath the remains”.

Aunque varios metaleros demostraron calidad, la mayoría representaba a grandes corporaciones y comercialismo que incluso hizo nacer cientos de bandas garage, hasta parecerse a un fenómeno como el de la *onda grupera* en México.

Con rasgos más contestatarios existían algunos raperos como los de Public Enemy, para muchos el mejor grupo de rap de la historia ya que marcó la tendencia que ese género ha seguido en los 80 y los 90. Fundado en 1982 en Long Island, sus raíces eran el beat de Run DMC y las rimas proto-gangstarap, para después ser pioneros en una variación del hard-core-rap que fue política y musicalmente revolucionaria. Su vocalista, Chuck D., centró sus letras en la movilización social de la comunidad negra. Musicalmente tenían

intensos paisajes sónicos, funk, técnicas de sampleo y sirenas poco convencionales. Junto a Chuck D., cuentan con Flavor Flav, un cómico que aparecía con un reloj colgado del cuello que fue una importante imagen y que nunca oscureció el rap del grupo. Sus productos más célebres son “It takes a nation of millions to hold us back”, “Yo! Bum rush the show”, “Fear of a black planet” y “Apocalypse 91... The enemy strikes black”.

Otra interesante opción fue Ice T, considerado uno de los intérpretes más inteligentes y congruentes del hip hop, sin embargo, su sexismo y su violencia barata, lo hicieron lucir frustrante. (Stephen Thomas). Aun así, sus letras siempre han sido sofisticadas y lo han rodeado buenos productores. Además participaba en la banda de heavy metal “Body Count”, sobre todo, porque siempre ha estado interesado en romper barreras raciales. Sus mejores discos son considerados “OG Original gángster”, “The Iceberg” y “Power”.

NWA, banda de gangsta rap, quizá la más reconocida del planeta, abordó sin complejos y sin disculpas el sexismo y la violencia. Aprovechó musicalmente los avances de “Public Enemy”, pero su mensaje fue distinto ya que veneraron el hedonismo de la vida criminal y la violencia con un lenguaje soez. Sin embargo, su imagen cambió a la salida del grupo de Ice Cube y poco a poco se acercó a los adolescentes e hizo fábulas callejeras. Sólo tuvieron dos discos de larga duración, pero su influencia ha sido incalculable. El sólo revisar su line-up da una idea de su poder: Ice Cube, Dr Dre, Eazy E.

Otro acto rapero que despegó en los 80 fue el de los Beastie Boys, cuya fundación tuvo lugar en 1979 como un grupo punk de hard core que rápidamente se dedicó al rap, lo que le causo algunos enfrentamientos ya que les acusó de pirateo cultural a la población negra. Sin embargo, la gente aceptó que su idea era legítima y entendieron que el rap y el hard core alternativo no eran muy distintos. Las burlas de las que fueron presa por parte de raperos negros, lejos de afectarlos, les benefició. Los productos más interesantes de este grupo formado por tres integrantes de familias judías acomodadas de Nueva York, MikeD, MCA y Ad Rock son “Licensed to ill” (con el himno “You have to fight for your right to party”), “Paul’s Boutique”, “Ill Communication”, “Shake your head” y “Hello Nasty”, entre otros, quienes con reminiscencia en el scatt jazzístico, narraban la vida de los marginados del centro de D.C., del Bronx, Harlem, Watts y de zonas similares en Atlanta, Filadelfia, Detroit o St. Louis.



Otro ejemplo de música alternativa es el de una serie de bandas no aglomeradas en un movimiento homogéneo y que representaban híbridos entre el punk, el new wave, el rap y el heavy metal. La más interesante fue quizá Jane's Adiction, banda de rock alternativo fundada en 1984 en la ciudad de Los Ángeles bajo la batuta del carismático Perry Farrell. A él lo acompañaron Erik Avery, Dave Navarro, Flea, Stephen Perkins y Peter Dinklage. Su música fue una mezcla de heavy metal, punk, folk y de muchas y diversas influencias. Sus ejecuciones públicas pusieron a varios promotores a sus pies. "Nothing Shocking" y "Ritual de lo habitual" son sus producciones más célebres. En 1991 se desintegraron, pero los coqueteos para reunirse han sido comunes.

Pero entre esas bandas alternativas la que alcanzó un éxito duradero fue Red Hot Chili Peppers, cuarteto nacido en Los Ángeles en 1983 que ha tenido como puntales al vocalista Anthony Kiedis y al bajista Flea. Su música es un rock híbrido que ha fusionado el metal con el funk, el punk, el rap y hasta el reggae. Aunque en sus inicios los "Peppers" fueron un grupo adelantado a su época, fue tomado por la industria disquera que los proclamó como líderes de una nueva tendencia de la que también emergieron "Faith no more" y "Living Colour". La tragedia tocó al grupo en 1988 cuando el guitarrista Hillel Slovak falleció de una sobredosis, lo que también causó la partida del baterista Jack Irons y una época autodestructiva de Kiedis, también metido en drogas. Entonces llegaron Joe Perkowski y Chad Smith, con ellos el grupo llegó a un gran apogeo con dos discos que tuvieron enorme éxito: "Mothers Milk" y "Blod, Sugar, Sex, Magik", este último con su himno "Under the bridge". Luego Perkowski dejó el grupo y aunque llegó Dave Navarro, proveniente de "Jane's Adiction", su siguiente disco "One Hot Minute", tuvo un éxito muy pequeño, lo que vendría a reivindicarse más adelante con "Californication".

Primus, grupo de Nueva York fundado en 1996 que fue comparado con los Red Hot Chili Peppers, pero que en realidad se dedicó a realizar un pospunk muy ruidoso y no a un sonido sofisticado y con mucha fusión como el de sus colegas angelinos. La banda giraba alrededor del bajista Les Claypool, quien se acopla perfectamente al baterista Tim Alexander y al guitarrista Larry Lalande. Juntos han tenido mucho éxito con discos como "Sailing in the seas of Cheese", "Pork soda" y "Anti-pop" que se caracterizan por ser una especie de rock experimental.

Concrete Blonde, banda pospunk de Los Angeles que a pesar de surgir en 1982, no grabaron su primer disco hasta 1987. Este grupo, que concluyó su

vida en 1995, dependió enormemente de la figura de su vocalista, Johnette Napolitano. Sus discos más importantes fueron “Concrete blonde”, “Walking in London”, “Bloodletting” y “Mexican Moon”. Su hit más recordado es “Joey”, una canción sobre una relación amorosa que naufraga por el alcoholismo.

También estaba Sonic Youth, que según Stephen Thomas Elderwine es la banda más atípica de la escena de rock subterráneo de los 80 en Estados Unidos que logró entrar a las listas de popularidad. La idea de sus integrantes, Thurston Moore, Lee Ranaldo, Kim Gordon, Ann De Marinis y Richard Edson, fue no seguir las ideas tradicionales del rock para abrazar las experimentaciones sónicas de Velvet Underground y “The Stooges”, así como la onda de la escena postpunk neoyorquina. Sus discos más importantes son “Day Dreamer Nation”, “Dirty”, “Sister” y “A thousand live”.

Además está el caso de REM, banda formada en 1980 en Atenas, Georgia, que de acuerdo a Stephen Thomas Erlewine fue la que marcó la transición del postpunk al llamado rock alternativo. En 1981, cuando salió su primer sencillo “Radio Free Europe” se le vio como una banda de garage más, pero al poco tiempo se dijo que su estilo modificaría la forma de grabar. Mágicamente pudieron sonar modernos y antiguos. Durante los 80 grababan un disco cada año y realizaron giras constantes que les permitieron dar a conocerse y hacerse de seguidores y luego de imitadores en toda la Unión Americana. A REM le tomo varios años el llegar a la cima, pero fue forjándose como un grupo de culto mediante sus actuaciones públicas desde la salida de su E.P. “Chronic Town” de 1982, el que fijó al garage y al folk como sus características. Para 1987, su estilo prácticamente no había cambiado, aún así logro dos Top 10 con “The one I love” y “Document”. Después REM se convirtió, poco a poco, en una de las bandas más importante del mundo, lo que trajo a sus más famosos discos: “Out of time” (1991); “Automatic for the people” (1992) y “Monster” (1995). Más adelante llego “New adventures in Hi Fi” de 1986. Entre sus integrantes se cuentan Michael Stipe, Bill Berry, Mike Mills y Peter Dinklage, quienes ganaron celebridad gracias a grandes hits como “Losing my religion”.

Finalmente tenemos a Black Crowes, banda formada en 1984, en Atlanta, que con un sonido clásico de rock se pareció mucho a los Rolling Stones, además de que su vocalista Chris Robinson era comparado con Rod Stewart. Esa es su fuerza, pero también su debilidad ya que les ha costado forjarse una personalidad propia. Su primer disco, “Shake your Money Maker” con sus famosos sencillos “She talks to angels” y “Hard to handle”, les permitió

ingresar con fuerza en las listas de popularidad. A éste le siguió “The Southern harmony and Musical Companion”, quizá más completo desde el plano musical, pero no tuvo el mismo éxito, aunque algunos hits como “Remedy” son bien recordados. Sus siguientes producciones “Amorica” y “By your Side” lo han hecho un grupo de culto entre una audiencia fiel.

## b) El grunge

A principios de los 90, se notaba que Michael Jackson y Madonna, a pesar de seguir dominando las listas de popularidad, iban hacia abajo, mientras que otros géneros, por más que tuvieran estrellas, no tenían un éxito global. También parecía que muchos géneros de música popular estaban anquilosados en la llamada “fórmula probada”.

“Se vivía una atonía creativa que comenzó a afectar a la propia industria, angustiada ante la escasez, justamente de alternativa. Y he aquí que sucedió algo inaudito, nunca antes visto: la propia industria creó su rock alternativo para los 90... y dio en el clavo.”<sup>70</sup>

Las cosas quizá no fueron tan simples como dice García Michel, pero la industria disquera logró dictaminar a tiempo el éxito que prometía un movimiento de grupos “indie-alternativos” y efectivamente dio en el clavo.

En Seattle, un prominente centro industrial del estado de Washington, en Estados Unidos, donde se construyen barcos, aviones y software, principalmente ocurría el nacimiento del grunge.

La esencia del punk fue retomada por los grungeros, jóvenes excluidos de las mieles de los *reagonomics* que transportaron la atmósfera contestataria de los 60 en Greenwich Village de Nueva York a las barras de café y clubs alternativos de Seattle.

El grunge era la expresión artística de los liberales, la clase obrera y los muchachos universitarios a disgusto con el sistema y sin posibilidad de lograr un cambio. No hay escape y el grunge lo hace patente: por más intentos que se hagan no existe posibilidad de revolución, sólo hay insatisfacción y soledad.

---

<sup>70</sup> GARCIA MICHEL H. (1994): “El grunge ha muerto. La triste historia del rock alternativo”; en la revista La Mosca en la pared” Director Hugo García Michel, Ed. Tukán, México D.F, p. 15.

El grunge es representación de lo asqueroso que entre sus manifestaciones cuenta con el *slam*, el baile de contacto para sacar la tensión.

Así nació un mensaje estético ambiguo, el ver a una cantidad de jóvenes chocando entre sí, golpeándose a un ritmo percusivo y dando gritos desgañados para mitigar la presión cotidiana y después pasar al cansancio físico, mas no mental, para escuchar entonces piezas de corte existencialista y llegar a la conclusión de que ni unidos podrán cambiar el panorama de estar solos entre muchas personas. Como agregado, en algunos casos, están las drogas que permiten subir la intensidad y posteriormente causar un *bajón* depresivo.

Los punk aparentemente estaban de vuelta, la alternatividad flotaba en el ambiente. La exposición de ese sentimiento evidente en ciertos estratos de Seattle que luego demostraría que había empatía con jóvenes de otras zonas de Estados Unidos y del mundo, encontró salida en uno de los grupos de neopunk de la esa ciudad. Ese grupo se llamaba Nirvana.

"El caso es que un grupo de la oscura ciudad de Seattle, un trío de música post-punk llamado Nirvana, con un par de álbumes en su haber grabó un video que hubiese pasado sin pena ni gloria de no ser porque a la televisora multinacional MTV se le ocurrió empezar a difundirlo y el éxito fue inmediato. Smells like teen spirit fue la pieza que sirvió como punta de lanza para sacar de las profundidades a una gran cantidad de agrupaciones de Seattle en lo que constituyó un movimiento que vino a revolucionar no tanto al rock en sí como a la industria discográfica."<sup>71</sup>

Nirvana tenía en su haber un LP llamado Bleach y pasó al sello Geffen para el que grabó "Nevermind". Contra lo que comenta García Michel, las cosas al empiezo no fueron tan sencillas. MTV decidió no incluir en su roster diario el video del primer sencillo del disco: Smells Like Teen Spirit y sólo pasaba en una barra nocturna llamada "120 minutos". La difusión radial de Nirvana y el éxito inicial del sencillo obligó a la televisora a redefinir su estrategia y a incluirlo durante todo el día. El éxito inicialmente también sorprendió a Geffen que no tenía suficientes copias de Nevermind para afrontar la demanda. Aun así, el 11 de enero de 1992, ese disco llegó al primer lugar de

---

<sup>71</sup>GARCIA MICHEL H. (1994): "El grunge ha muerto. La triste historia del rock alternativo"; en la revista La Mosca en la pared" Director Hugo García Michel, Ed. Tukán, México D.F, p. 15.

ventas, según la revista Billboard, de acuerdo con los expertos, lo habría hecho semanas antes si hubieran existido discos suficientes.

Kurt Cobain se convirtió en el vocero de un gran número de jóvenes y la industria del entretenimiento, tras la sorpresa inicial, no iba a dejar de aprovechar el fenómeno. De inmediato, buscó en sus catálogos a grupos similares a Nirvana o de plano puso a sus scouts a contratar bandas con ese estilo. Inicialmente se concentraron en Seattle, luego voltearon a otras ciudades para buscar a sus grupos alternativos.

"Había nacido el rock alternativo, sin que se definiera de que o ante que era alternativo. ¿Podría llamarse alternativo a un grupo apoyado por MTV, poderosas disqueras y una enorme cantidad de influyentes medios de comunicación? Ciertamente que el aspecto de los músicos no cambió: conservaron sus camisetas de franela a cuadros desfajadas, sus pantalones de mezclilla raídos o hasta las rodillas, sus zapatos tenis sucios, sus gorras beisboleras o de estambre, sus cabellos descuidados, su actitud de jóvenes agresivos e inadaptados. ¿Cómo no iban a conservar todo ello si era precisamente lo que los hacía aceptados ante las multitudes y, por lo tanto, un producto comercializable?"<sup>72</sup>

El grupo que siguió en popularidad a Nirvana fue Pearl Jam, otra banda de Seattle que devino de una legendaria agrupación subterránea de esa ciudad del noroeste estadounidense. Su antecedente directo fue la banda "Mother Love Bone", la cual se desintegró tras el fallecimiento de su vocalista Andrew Wood. El guitarrista y el bajista originales del grupo, Stone Gossard y Steve Ament, entonces reclutaron a Mike McCrady y a Jack Irons para conformar una nueva banda. Irons propuso como vocalista a Eddie Vedder, quien vivía en San Diego y que le dio un sello muy especial a la banda. Vedder se convertiría a la postre en otro importante ícono del grunge, aunque siempre fue desdeñado por Kurt Cobain. A principios de 91, Pearl Jam grabó su primer disco "Ten". Poco después participaron en un tributo a Wood que se llamó "Temple of the dog", junto a la agrupación Soundgarden. "Ten" salió al mercado hasta agosto de 1991, luego de la irrupción de "Nirvana". Pronto tuvieron un enorme éxito gracias a hits como "Alive", "Even flow" y "Jeremy" donde fusionaban diferentes tendencias subterráneas del rock

---

<sup>72</sup> GARCIA MICHEL H. (1994): "El grunge ha muerto. La triste historia del rock alternativo"; en la revista La Mosca en la pared" Director Hugo García Michel, Ed. Tukán, México D.F, p. 15.

estadounidense de los 70 y los 80. Su popularidad creció con el soundtrack de la película "Singles". Más adelante no quisieron tener sencillos promocionales ni videos con su segundo disco "Vs", sin que ello les impidiera tener buenos resultados. En ese lapso tuvieron un enfrentamiento con Ticketmaster por los precios de los boletos de sus conciertos. Luego presentaron sus discos "Vitalogy", "No code", "Yield", "Live in two legs" y "Binaural", con los que han vendido menos copias, pero con los que han demostrado mayores aspiraciones artísticas.

Soundgarden, con la que Pearl Jam grabó Temple of the Dog, fue para muchos el tercer mayor exponente del grunge, el cual se convirtió en el sello de denominación de la escena subterránea de Seattle. Soundgarden nació en 1984 con fuertes influencias de Black Sabbath y Led Zeppelin, así como de bandas metaleras. Aunque cercana al heavy-metal, no era propiamente una banda de ese género ya que sus letras eran muy irónicas y lo acercaron más a la corriente del rock alternativo. Los especialistas esperaban que Soundgarden" liderado por Kim Thayill, Bruce Pavit, Hiro Yamamoto y Chris Cornell, fuera la banda que abriera las puertas a la incipiente escena subterránea de Seattle y no Nirvana. De cualquier forma llegaron al primer lugar de popularidad en pleno boom del grunge con su L.P. "Superunknown". Previamente tuvieron grandes producciones como "Ultraomega OK", "Screaming life", "Louder than love" y "Badmotorfinger", que tenían mucha calidad y que no fueron descubiertos por varias personas hasta el boom grungero. Luego sacaron "Songs from de the superunknown" y "Down the upside". En 1997 se desintegraron.

Un cuarto grupo de Seattle también ganó gran popularidad con el boom grungero, se trataba de Alice in Chains, formado en 1987 y que es considerado por Stephen Thomas Erlewine como el exponente más importante de heavy metal de los 90, aunque por sus sofisticados sonidos acústicos fue asociada también con el grunge. El ambiente de Seattle no le fue hostil porque sus características fueron atractivas al igual para grungeros, que para metaleros, punks y hasta darks. Su segundo álbum "Dirt" (1992) los llevó a las listas de popularidad, lo cual provocó un enfrentamiento de motivaciones entre el guitarrista Jerry Cantrell, quien deseaba la comercialización del grupo, y el vocalista Layne Staley, quien prefería mantenerse subterráneo. En 1994, "Jarr of Flies" se convirtió en el primer E.P. en ocupar el primer lugar de la lista de los L.P's. más vendidos. En 1995, sacaron el disco "Alice in chains" que se fue directo al primer lugar y al siguiente año se presentó un "unplugged" de MTV. Después de eso, Staley tuvo problemas con la heroína y falleció de una



sobredosis. Cantrell emprendió otros proyectos junto con el resto de la banda: Mike Inez y Sean Kennedy.

Del subterráneo de esa ciudad del estado de Washington también salió Mudhoney, grupo fundado en 1988 que es considerado como uno de los ejemplos más claros de lo que es el "grunge". De hecho su canción "Touch me, I'm sick" quizá sea el grunge más puro que haya. Pero lejos de ser una ventaja, fue su limitación ya que no tuvieron la versatilidad necesaria para igualar a Nirvana, Pearl Jam o Alice in chains, que tuvieron un origen común al suyo.

Además de la celebridad de todos estos grupos de Seattle, se reeditaron discos de una banda llamada Green River, la cual apareció en 1983 en aquella ciudad, cuando la escena rockera local era menospreciada y que grabó en la mítica disquera "Sub-pop" antes de que fuera considerada por las grandes disqueras como un sello con buen tino del que podrían salir grupos de éxito. Paradójicamente se desintegró antes del boom de Nirvana en 1988 y sus discos "Dry as a bone" y "Rehab doll" fueron muy buscados cuando la banda ya había desaparecido. De cualquier forma sus integrantes sí gozaron del éxito del grunge: Mark Arm (vocalista) y Steve Turner (guitarrista) participaron en "Mudhoney"; Stone Gossard (guitarrista) y Jeff Amment (bajista) estuvieron en "Mother Love Bone" y luego en "Pearl Jam".

La industria del entretenimiento buscó grupos alternativos similares a los grungeros fuera de Seattle. El de mayor éxito fue Smashing Pumpkins, grupo de rock alternativo creado por Billy Corgan y James Iha en 1989 en la ciudad de Chicago. A ellos se sumó posteriormente D'Arcy Gretzky y cuando fueron contratados para abrirle un concierto a "Jane's Addiction" incorporaron como baterista al jazzista Jimmy Chamberlain. En 1990 sacaron su primer sencillo "I'm the one" que rápidamente se agotó en Chicago, al igual que el segundo "Tristessa". Ello los llevó a grabar su primer L.P., "Gish", producido por Butch Vig, el que con un collage de música alternativa los llevó a la cima de la fama. Sin embargo, durante una gira posterior, hubo muchos problemas, Iha y D'arcy, que eran amantes, rompieron violentamente, Corgan cayó en una depresión y Chamberlain comenzó a tener problemas de drogadicción. De forma paralela, sus seguidores indies originales les dieron la espalda bajo el argumento de que se habían vendido. Sus problemas amainaron al grabar "Siamese dream", el que contenía los himnos posmodernos "Disarm" y "Today". Su música, al igual que la de Pearl Jam, estuvo en la película "Singles" y participaron en la gira "Lolapalooza". Luego sacaron "Pisces

Iscaariot” un raro disco de lados B en octubre de 1994. En 1995 introdujeron el emblemático álbum doble llamado “Mellon Collie and the infinite sadness” que fue producido por “Flood” y Alan Moulder. Los Pumpkins taparon la boca a los críticos que señalaron que un disco doble que además tenía un nombre ridículo jamás tendría éxito. Sus poderosos sencillos “Tonight”, “Bullet with butterfly wings”, “Zero” y “1979” llegaron al primer lugar y ayudaron a convertir al producto en el de más éxito del grupo. Sin embargo, Chamberlain salió del grupo luego de que una persona murió al estar drogándose con él. Más tarde vinieron los álbumes “Adore” y “Makina, the machines of god”, antes de que se desintegraran. Corgan fundaría entonces el grupo Zwan.

De San Diego llegaron los Stone Temple Pilots, banda fundada en 1992 e integrada por Scott Weiland, Erik Kretz y los hermanos Robert y Dan de Leo. Sonaban muy similar a Pearl Jam, Soundgarden y Alice in chains, por lo que fueron señalados por los críticos como imitadores y oportunistas. Sin embargo, sus álbumes “Core” y “Purple” lograron un éxito inusitado que les permitió ganar respetabilidad en el mundo del rock alternativo para colocarse como pares de los grupos antes mencionados. Incluso se les criticó mucho que hayan desdeñado públicamente a grupos como los Sex Pistols y Döner kebab. Luego vino el disco “Tiny Music... songs from the Vatican Giftshop”, el que no pudo tener el mismo éxito de los anteriores por falta de promoción a causa de las adicciones a la heroína y cocaína de Weiland. Posteriormente Weiland sacó un disco solista y los restantes miembros del grupo crearon un nuevo grupo “Talk show”. Luego se volvieron a reunir para grabar “No. 4”.

El grunge fue un movimiento alternativo en Seattle que poco a poco se extendió hacia Chicago, Vancouver y toda la costa oeste de Estados Unidos, pero al masificarse mediante la popularidad de Nirvana, Pearl Jam, Soundgarden, Alice in Chains y Smashing Pumpkins, perdieron esa característica subterránea. Por más que sus letras fueran existencialistas y contestatarias perdieron legitimidad como voceros contraculturales.

"De golpe, ser grunge fue igual a ser chic. Las revistas de moda presentaron el estilo grunge y aquellas ropas de aspecto corriente y deslavado empezaron a venderse en las boutiques a precios estratosféricos. Fue un negocio redondo, que aún sigue rindiendo frutos."<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> GARCIA MICHEL H. (1994): “El grunge ha muerto. La triste historia del rock alternativo”; en la revista La Mosca en la pared” Director Hugo García Michel, Ed. Tukán, México D.F, p. 15.



La incompatibilidad entre el espíritu contestatario grunge y la comercialización en la que se contextualizó, deslegitimó su imagen. Finalmente el grunge tuvo razón, no hay forma de escape y lo vivió en carne propia durante su mitificación.

El golpe de muerte para la corriente fue el deceso de Kurt Cobain, el gran letrista de la tendencia, quien trató de modificar su desenfreno, pero no lo logró y murió en medio de su desubicación personal, su intensidad y sus adicciones.

Asimismo existió un desdén por parte de varios críticos y gente del medio discográfico hacia el grunge, lo atacaron con dureza y señalaron que fue una copia del rock del pasado.

Se notó entonces que el grunge además abrió una brecha generacional cuando por ejemplo Sammy Hagar, entonces vocalista del popular grupo Van Halen, llamó a Cobain un *vulgar perdedor y jamás un héroe*, cuando si se analizan las letras del ex líder de Nirvana, precisamente el se ostentaba como perdedor y a los demás también porque las sociedades no podían hacer nada para mejorar y vencer al actual esquema, cosa incompatible con la visión de Hagar.

Lo cierto es que la explosión del grunge vino a renovar a la escena del rock, sacando del subterráneo a varios grupos, algunos con conexiones grunge, otros no. Como ejemplos están Green Day, grupo punketero creado en 1989 en Berkley, California, considerado como el segundo de mayor influencia en la era inmediatamente posterior a la desintegración de Nirvana. La banda integrada por Billy Joe Armstrong, Mike Dirnt y Tre Cool, resultó muy energética, con muchos riffs y speedy, cuya mayor virtud fue llevar el punk puro a las audiencias más jóvenes. Su impacto inicial fue tremendo. El L.P. "Dookie", con éxitos tales como "Long View", "Basket case" y "When I come around", vendió más de 15 millones de copias. Siguieron Insomniac, con ventas muy modestas y "Nimrod" que los han mantenido vigentes, aunque no en primer plano.

Live, grupo fundado en 1988 en York, Pennsylvania, llamó la atención de disqueras al diversificarse la escena alternativa luego del impacto grungero. Frecuentemente comparados con U-2 y REM, sus letras parecían inspiradas con ánimo de crear himnos idealistas. En su pueblo tuvieron éxito durante su época escolar, lo que les llevó a probar éxito en clubs de Nueva York con la

idea de grabar un disco. Ed Kowalczyk, Chad Taylor, Chad Gracy y Patrick Dahlheimer, llegaron a un acuerdo con la disquera "Giant", pero el proyecto no se concretó y para su fortuna se le rescató por otra disquera menor "Radioactive". Después de un éxito relativo lograron que Jerry Harrison produjera su primer álbum "Mental Jewlery" (1991) que tuvo bastante aceptación. Tres años después grabaron "Throwing Copper" con el que llegaron a la cúspide de las listas de venta gracias a los hits "Lightning crashes" y "Selling the drama". Posteriormente apareció "Secret Samadhi" (1997) y "The distance to here" que los consolidaron con un grupo importante de seguidores, aunque por ahora no han igualado el éxito comercial y de crítica de "Throwing Copper".

A Counting Crowes, grupo creado en 1989 en San Francisco, se le calificó como una extraña mezcla de REM, Van Morrison y The Band. Al comenzar su carrera muchos los veían prácticamente como una banda-cover, pero la expresiva voz de su vocalista Adam Duritz, sumada a las letras sombrías y a la buena ejecución del grupo en su álbum debut "August and everything after" los llevó directo al estrellato. Su canción "Mr Jones" fue un éxito fuera de serie. Aunque ya con muchos menos discos vendidos, sus álbumes "Recovering the satellites", "Across a wire". Live in New York" y "This desert life" han tenido buena fortuna.

L-7, banda punk femenil de Los Angeles fundada en 1985, llamó la atención a principios de lo 90 gracias al fenómeno de Nirvana y grabó para la disquera alternativa "Sub Pop". Su postura es feminista no fue su bandera más importante y su música fue mucho más dura que sus letras e incluso no redujeron su intensidad al pasar a una disquera de gran calado. "Bricks are Heavy", producido por Butch Vig, ha sido su disco más importante y exitoso.

Helmet, banda neoyorkina, fundada en 1989 bajo la tutela del experimentado guitarrista Page Hamilton, explotó el poder y la simplicidad del hard rock y del heavy metal. Aunque Hamilton y sus compañeros Peter Mengele, Rob Echeverría y John Stanier, fueron desdeñados por la prensa que los consideraba inferiores a otras bandas del mismo estilo como "Motorhead" y los "Melvins", obtuvieron un éxito considerable con sus álbumes "Meantime", "Betty" y "Aftertaste".

Los Lemonheads, grupo creado en 1984 en Boston, buscó inicialmente seguir las huellas del famoso grupo punk estadounidense Hüsker Dü, pero finalmente se entregó al comercialismo y gracias a la imagen de su vocalista, Evan

Dando, fue muy seguido por chicas adolescentes. “It’s a shame about Ray”, “Lick” y “Come on feel the lemonheads” fueron sus álbumes más populares.

Sponge es un grupo alternativo de Detroit que según los especialistas cayó en la tentación de imitar a los “Stone Temple Pilots”, tuvieron un éxito relativo con los discos “Wax extatic” y “New Pop Sunday”.

El grupo Spin Doctors vio la luz en 1988 en Nueva York. Sus fundamentos en música pop le permitieron a esta banda ser la única entre muchas de las pseudo-hippies que convivían en la gran manzana a principios de los 90 en alcanzar las listas de popularidad. Su álbum “Pocket full of cryptonite” fue todo un hit gracias a los sencillos “Two Princes” y “Little miss can’t be wrong” que tuvieron una altísima rotación en MTV y en estaciones de radio de todo el mundo por más de un año. Su éxito fue descendiendo gradualmente con sus dos siguientes trabajos “Turn it upside down” y “You’ve got to believe in something”, al grado que el fracaso de este último provocó que los corrieran de su disquera. A medias de 1999 pudieron grabar con un nuevo sello “Here comes the bride”.

Kim Deal, bajista de los Pixies, fundó en Dayton, Ohio, en 1990, a los Breeders, organización formada por Kim Deal, Kelly Deal, Josephine Wigs y James Macpherson. Su signo diferenciador fue un pop muy excéntrico, tanto musical como letrísticamente.

También alcanzaron gran popularidad bandas subterráneas que fueron mencionadas por Cobain como sus raíces, caso de Rollins Band, grupo pospunk de gran calibre artístico que es la continuación de la legendaria agrupación subterránea de los 80, Black Flag. Su líder es el carismático Henry Rollins, quien además de vocalista punketero es un reconocido poeta subterráneo. En este proyecto, Rollins es acompañado por el guitarrista Chris Haskett y el bajista Melvin Gibb y el baterista Sim Cain. Ellos han entregado “Weight” y “Life time”.

Cobain también mencionó como fuente a los Meat Puppets, banda punk de Phoenix creada en 1980 que grabó durante mucho tiempo para la legendaria disquera “SST”, la cual también tenía en su elenco a Hüsker Dü y Minutemen. A pesar de que los Puppets nunca alcanzaron la celebridad de esas bandas, su carrera ha sido mucho más larga. “Meet Puppets II”, “Up un de sun” y “Huevos” fueron los álbumes más importantes en la primera parte de su

carrera. En 1989 se desintegraron, pero en 1991 se volvieron a reunir y fueron rápidamente contratados por la disquera "London". Cobain incluso hizo covers a tres de sus canciones y mucho de su material fue redescubierto gracias a él. "Too high to die" y "Live in Montana" han sido sus discos más populares en la segunda parte de su carrera.

Nine Inch Nails, proyecto formada en 1988 en Cleveland por una de las figuras más representativas del llamado rock alternativo, Trent Reznor, a quien se le atribuyen fusiones que vinieron a enriquecer a este género musical también se catapultó con el efecto grunge. Reznor en realidad es todo NIN, ya que al grabar él es el programador de sonidos industriales, toca la guitarra, el bajo, las percusiones y los teclados, además de que canta. Sólo cuando sale de gira contrata a otros músicos para establecer el line-up temporal de NIN. Sus productos más conocidos son "Downward Spiral" y "Pretty Hate Machine". Puso en tela de juicio su presunto carácter anticomercial al oponerse rotundamente al sitio de Internet en el que se compartía música gratis: "Napster".

En esta lista no se puede excluir a Hole, grupo pospunk liderado por la princesa alternativa Courtney Love, viuda del vocalista de Nirvana Kurt Cobain. Los críticos han dicho de forma reiterada que se trata de un muy buen grupo de rock, sin embargo, las teorías conspirativas que ponen a Love como asesina de Cobain, le han impedido tener una mayor popularidad, a pesar de contar con producciones de gran valor como "Live through this".

Los Screaming Trees, banda formada en 1984 en Ellensburg, en el estado de Washington, es considerada como pionera del rock alternativo que a finales de los 80 y principios de los 90 irradiaría a todo el mundo desde el noroeste de los Estados Unidos. Sus integrantes Mark Lenegan, Gary Lee Conner, Van Conner y Barret Martin tuvieron como cimientos al pospunk y la psicodelia, elementos que más tarde serían comercializados por bandas posteriores a la suya.

La industria también mejoró la promoción de Babes in Toyland, banda formada en 1987 en Minneapolis, la cual era integrada por Kat Bjelland, Maureen Herman y Lori Barbero. Se trataba de una agrupación punk con fuertes bases éticas y feministas. Entre sus producciones más notables se cuentan Spanking Machine for Twin/Tone y Fontanelle.

Dinosaur Jr., un grupo formado en 1984 en Massachusetts por J Mascis, Mike Johnson, Mellorom y George Bertz, basó su música en los trabajos de Neil Young. Para cerrar esta lista de grupos beneficiados con la emergencia del grunge está Afghan Wings, formado en 1987 en Cincinnati por Greg Dulli, Rick McCollum, John Curley y Steve Earle. Su mayor éxito fue "Gentlemen".

Aparentemente independientes a la corriente grunge y a los grupos alternativos salidos del subterráneo, también podemos incluir aquí a Liz Phair y a PJ Harvey. Phair es una cantante indie nacida en New Haven, Connecticut, cuyas letras son principalmente feministas. Su gran éxito es "Exile in Guyvalley". PJ Harvey, Polly Jean Harvey, es una electrizante cantante británica que ha causado furor en Europa, Estados Unidos y México, por sus tendencias oscuras y neo-góticas, mezcladas con letras de corte alternativo, las que llegaron a la palestra en un momento sin corrientes definidas de cara al cambio de milenio.

Paralelamente otro tipo de actos alternativos también hicieron trabajos representativos en el mundo discográfico, tal y como fue el caso de Ice Cube, gurú del rap cuyo verdadero nombre es O'Shea Jackson. Sus cantos son principalmente contra la opresión. Inició en el legendario grupo de gangsta-rap NWA y posteriormente, en 1990, emprendió una carrera solista en la que ha obtenido importantes éxitos con los discos "AmeriKKKa's Most Wanted" y "Lethal Injection".

En ese mismo género está Dr Dre, rapero instalado en el gangota que se inició en NWA. Su nombre verdadero es André Young y en sus cánticos ha realizado una fuerte crítica social. A partir de 1992, al volverse solista, ha sacado los discos "The Chronic" y "Concrete Roots". Otro artista callejero similar es Snoop Doggy Dog, rapero que se unió a Dr Dre cuando éste se volvió solista, tras salir de NWA. Vendió cuatro millones de discos con su disco "Doggystyle".

Salt'n Pepa, pioneras del rap femenil, saltaron a la fama en 1986 con su disco "Hot, Cool and Vicious", del que se desprendieron los hits "Push it" y "Let's talk about sex". Este grupo formado en Nueva York cuenta con Cheryl "Salt" James, vocalista; la jamaicana Sandy "Pepa" Denton, vocalista, y la DJ "Spinderella".

Patra, jamaicana rapera y exponente del reggae, es considerada toda una diva. Inicialmente rapeaba en canciones de Mad Cobra y Richie Stevens, luego emprendió una carrera solista.

De la Soul, grupo de rap pionero en cuanto a rimas y sampleos creativos, abrió el camino a la corriente funk-groove que vino a continuación suya. Su disco más importante es “Three feet high and Rising”. Esta agrupación contó en su alineación con Pops Mercer, David Jolicoeur y Mase Mason.

### **c) Las implicaciones del grunge**

El grunge representó la adaptación del rock a la sociedad posmoderna por medio de una serie de grupos con identidad homogénea que reflejaban en sus canciones parte de la realidad que día a día enfrentaban los adolescentes y los adultos jóvenes de principios de los 90.

En el fondo, el grunge era una extensión del punk y por ende, era rock. Los críticos de rock trataron de precisar las fuentes de los grupos grungeros, pero con todo la influencia de roqueros de antaño, en este punto resplandece algo dicho por Jürgen Habermas: no existen leyes universales capaces de describir la construcción de significados, por lo que a pesar de la evolución, con el paso del tiempo, el contexto varía y nada puede darse por sentado.

Cada individuo atribuye significados personales a cada objeto y significado, lo que lo vuelve más complejo si se toma en cuenta que el mensaje de Nirvana surge de connotaciones sobre situaciones concretas que no pueden ser totalmente expresadas.

Steven Feld (1984) asegura que uno no toma el objeto musical sin hacer asociaciones de carácter musical y extramusical, pues uno no puede encontrar el objeto musical sin transformar percepciones en conceptos, tanto a musicales como extramusicales; ya que, después de todo, el objeto musical existe a través de un código y a través de un proceso de codificación.

Como escuchas, trabajamos la experiencia momentánea con el contexto de las anteriores, agrega Feld (1994), para interpretar lo que está ocurriendo, lo cual es un proceso dialéctico de *movimientos interpretativos*.



Para que el virus de este movimiento se esparciera de Seattle, Washington, primero a toda la Unión Americana y luego al mundo, los medios de comunicación masiva jugaron un papel determinante.

La audiencia no se limitó a los que hablaban su mismo idioma, sino que afectó a públicos en todo el mundo, pues en cuanto a la proximidad, la lejanía espacial no importa ni cultural ni temporalmente en la música, tal y como ocurre en la interpretación de medios como la radio y el periódico.

La capacidad del arte para crear multiinterpretaciones puede sin duda establecerse como base para explicar como se libra la barrera mencionada, aunque aquí es importante decir que al ser el *grunge* un movimiento musical de características homogéneas que afecta a un grupo específico, es a la vez un código restringido, limitante para el creador al comunicar significados muy específicos, pero que pueden encontrar comunión en el móvil más amplio.

Simon Frith (1987) dice al respecto que vivimos inmersos en un ruidoso horizonte de sonido y músicas de todo tipo que se asocian inconscientemente con imágenes, lugares, gente, productos y estados de ánimo, lo cual puede explicar la no interferencia de las letras en otro idioma.

Esa comunicación se fraguó con mucha velocidad, venciendo fronteras gracias al impulso de los medios de comunicación masiva que intervinieron para afectar precisamente a un tipo de audiencia juvenil.

La cadena *Music Television (MTV)* fue punta de lanza para el grunge al mitificar mundialmente la figura de un hombre: Kurt Cobain, quien pronto comenzó a ser visualizado como el líder de la corriente y de hecho se le definió como *el vocero de su generación*.

La radio no se quedó atrás y programó, como nunca lo había hecho, una canción de aparente manufactura punk: *Smells like teen spirit* de Nirvana, lo que coadyuvó para que no hubiese rincón donde no se conociera al menos de nombre a ese trío de Seattle. Consecuentemente hizo salir al mercado a un sinnúmero de posters, calendarios y souvenirs del grupo.

En las revistas cada día eran más cotidianas las fotos de portada, los reportajes, las entrevistas y los análisis de una banda que se perfilaba como la de mayor éxito de principios de los 90, por encima de actos del calibre de U-2, REM y Guns 'n Roses.



"La interdependencia entre los soportes audio del rock (disco vinilo, disco compacto, radio FM) y los soportes video (cadenas musicales, cassettes, cinema rock) es muy grande. A esto hay que añadir la influencia de las revistas de rock, que son la parte escrita de la cultura de rock. Inicialmente los críticos eran solamente pinchadiscos convertidos en animadores; hoy en día son verdaderos especialistas capaces de acosar a las estrellas, obtener entrevistas, de presentar análisis de discos y películas. Su papel es considerable en medida de que su selección influye en los compradores."<sup>74</sup>

Por ello más que una industria disquera se puede señalar la existencia de una *industria del ocio* capaz de fomentar el impacto de grupos y solistas por medio de canales como la radio, la televisión, la prensa, la promoción publicitaria del arte y de las personalidades como productos de venta.

En este caso específico, muchos se identificaron de inmediato con la canción "*Smells like teen spirit*", pero varios más lo hicieron debido a su intenso videoclip y otros, primero se sintieron atraídos por la figura del grupo que era difundida por la *industria del ocio* en los medios.

Peter L. Berger asegura que siempre hay un anhelo humano de significado, luego de ese paso, se captan o se niegan ciertas producciones sociales, cuyo resultado no ocurre en forma total.

De esta manera, el *grunge*, aparentemente alternativo y subterráneo fue explotado a través de las concesiones que hicieron bandas como Nirvana, Pearl Jam o Soundgarden, con tal de volverse famosos para llevar a un grupo mayor de receptores sus motivaciones e inquietudes. De esta manera, se presentaron menos ásperos, como una versión renovada y mejorada del rock, lo que finalmente creó contradicciones insalvables entre el ser y exhibirse como *grunge*.

Es concluyente decir que en estos tiempos, expresiones artísticas como la música no pueden ser relevantes sin que los medios las exploten de manera que no sólo se trate de melodía, sino de imagen. Aunque hubiese existido el *grunge*, mediante Nirvana, Pearl Jam, Alice in Chains, Soundgarden, etcétera, no habría tenido impacto, si no es por ejecutivos experimentados de las

---

<sup>74</sup> PARAIRES, P. (1992): "50 años de música rock", trad. Annie Gondal, p.p. 258 Madrid, Ed del Prado, p. 15.

disqueras que alentaron a esos grupos a comercializarse de acuerdo a sus cánones.

"Los soportes del rock, sin duda alguna, han ampliado la audiencia en 40 años, pero en reciprocidad su evolución ha influido mucho en sus estilos."<sup>75</sup>

Se podría decir que existía una interdependencia necesaria entre Nirvana y los medios, para que el grupo saliera del anonimato y triunfara, en una mutua influencia que provocará en primera instancia la adaptación del *grunge* a la industria.

Por ejemplo, *el grunge* es un tipo de música *áspera* que no requiere de grandes tecnologías digitales de reproducción pues estrictamente éstas le quitan su *rugosidad tonal*, pero al ser el CD el canal más rentable, sólo existen piezas de colección en acetato producidas en ediciones limitadas de Nirvana y Pearl Jam.

El video de "*Smells like teen spirit*", donde se escenificaba un mega baile de slam, era mucho más duro que los grupos de *hard* y *heavy metal*, sin embargo, también era una visión suavizada de la realidad de las situaciones típicas de los conciertos de *grunge* y *hard core*.

Existe además la anécdota de que Cobain deseaba poner un nombre más agresivo a su último álbum "*In Utero*", sin embargo, por cuestiones de mercadotecnia y para cuidar las formas se optó por desechar la proposición del líder de Nirvana que era *I hate myself and I want to die*.

Por ello, la idea popular de que al entrar un grupo o un solista de corte alternativo o subterráneo al elenco de una gran compañía disquera, sacrifica buena parte de su autenticidad para lograr el éxito. De hecho, Nirvana firmó para David Geffen Co., tras grabar para Subpop, porque consideraron que en esa casa tendrían mayor respeto y libertad respecto a otras.

"After releasing Incesticide, a compilation of singles and B sides, the band recorded In Utero, an inspired but less comercial follow-up to Nevermind. The

---

<sup>75</sup> PARAIRES, P. (1992): "50 años de música rock", trad. Annie Gondal, p.p. 258 Madrid, Ed del Prado, p. 14.

1993 record sat at the center of controversy with Geffen, Nirvana's new label, over the album's production."<sup>76</sup>

De esta manera, se vislumbra un conflicto entre lo que los medios desean, tanto política como comercialmente y un grupo artístico que trata de relatar su forma de vislumbrar la realidad.

En un principio Nirvana demostró la viabilidad de lo alternativo y engendró una revolución discográfica que la industria necesitaba para revitalizar sus ventas y su imagen.

Políticamente Nirvana creó una especie de himno anticomercial para la juventud, pero la industria no enfatizó el enfoque rebelde del grupo sobre la realidad, sino la manera en que tres jóvenes cumplían con el *sueño americano*, lo cual resultaba ideal para el sistema.

Lo que ocurrió se puede explicar como un intento de dar orden a las concepciones colectivas del mundo y entre los receptores se encontraron estas dos concepciones, una de forma y otra de fondo, ambas legítimas dentro del orden social: una, el escape y otra, la adaptación. Después de todo, como señala Berger, el mundo se define objetivo y se percibe subjetivo.

"La base social de cualquier esfera de significado y pertenencia en particular, es socavada por la existencia de otros. Las diversas estructuras de plausibilidad, tal y como existen en el mundo global y tal como interceptan la vida del individuo, se encuentran en una implícita competencia recíproca. La movilidad social, por razones similares relacionadas con las estructuras de plausibilidad cambiantes también contribuye a la institucionalización del significado."<sup>77</sup>

Los medios crearon un ídolo en torno a la figura de Kurt Cobain y después, a raíz de su suicidio, acaecido en 1994, se creó un mito parecido al de Elvis Presley y John Lennon, pero ahora para otra generación.

---

<sup>76</sup> MUNDY, J. (1994): "Rolling Stone Magazine" (Jun. 2, 1994 No. 683); "Kurt Cobain 1967-1994"; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 53.

<sup>77</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 73.

Como antes señalamos, el *grunge* se convirtió en un código restringido, mismo que atendía a un grupo específico muy amplio y disperso, pero que aun sin los integrantes se conocieran entre sí, tenían supuestos comunes, los que se reafirmaron con el mensaje de Nirvana, de ahí la importancia del suceso de la muerte de Cobain.

Al respecto, Mary Douglas explica que si bien se habla de un grupo, no hay que mal interpretar el papel de Nirvana. No trató de fomentar una serie de valores, sino que los sentimientos comunes los reafirmó a través de los supuestos compartidos.

Los supuestos compartidos a través de esa manifestación musical entonces confirman que la parte de la letra, ahí donde existen posibles barreras lingüísticas, no se convierte en interferencia, sino en parte integrante del mensaje con características similares al ritmo y a la melodía.

Steven Feld (1984) señala que la *ideología expresiva* involucra valores y tiende a establecer un altamente pautado ordenamiento estético en relación con el estilo, el momento musical, actuación y aspecto físico de dicha actuación.

Aprovechando la cultura rockera que se globalizó a partir de los años 60, los medios pudieron realimentar su mediación de una manera efectiva sobre las nuevas generaciones de los 90 a partir del *grunge*.

Dentro de esa cultura rockera es importante también señalar la identidad musical (también postulada por Feld), la que determinó las singularidades del *grunge* ante la audiencia y frente a otros fenómenos de música popular paralelos.

Por ello, Kurt Cobain, Krist Novoselic y David Grohl, el grupo Nirvana, marcan un hito en la historia discográfica. Ellos amalgamaron un producto que permitía a muchos jóvenes visualizar su identidad a través de un acto que surgió de la alternatividad para redimensionar la música popular, mediante su álbum "Nevermind", vendedor de más de 10 millones de copias, cuyo hit característico fue "Smells like teen spirit".

Feld agrega que el ingrediente final de fenómenos como éste es la aparente coherencia del mensaje, el que como *evento musical* llega a ser indivisible de otras formas de relacionarse con el mundo subjetivo.

Aunque hay que tomar en cuenta el hecho de que la fuerza del grupo donde existen barreras lingüísticas no obedezca a la multiinterpretación, sino a una pseudocomunicación, donde no se activó un consenso grupal, situación que no obstante nosotros desechemos en este caso particular, debido a la *imagen* que se dio a través de la *industria del ocio*.

Es decir, cuando los medios coadyuvan tanto a la entrada de un producto y lo catalogan tan claramente, es más difícil que se llegue a la pseudocomunicación, como cuando no hay precedentes de un grupo, situación que podría crear una confusión sobre sus motivaciones.

#### **d) El caso de Kurt Cobain y Nirvana**

La continua transformación social se demuestra en creaciones culturales que son la objetivación de los significados que las personas comparten intersubjetivamente. El impacto de Nirvana ocurre en el momento en que muchos crearon y recrearon sus mundos, en el momento clave de la globalización prácticamente sin barreras de los procesos económicos y culturales de un occidente liderado por Estados Unidos. Esa temática era imperante a nivel mundial y era un buen tópico para el rock, de manera similar como lo fueron la paz y la igualdad enarboladas por los roqueros de los 60.

Además de ese tema catapultador, otro aspecto importante a evidenciar tras la aparición y posterior fallecimiento de Cobain, líder de la banda, es que los movimientos artísticos, para su masificación requieren de ídolos y mitos.

No solamente se trata del gusto por tal o cual *beat*; si se aprehenden o no motivaciones *hippies*, *grungeras* o *punks*; también existe la necesidad de identificación y/o solidaridad con personajes como Elvis Presley, Janis Joplin, Jimmy Hendrix, John Lennon, Jim Morrison, Sid Vicious o Kurt Cobain, para la popularización de un movimiento a gran escala.

Estos mitos se constituyen como fórmulas simples para construir parte de la realidad de mucho y al ser personalidades de los medios, se vuelven importantes referencias del contexto social, junto a creencias, valores máximas, costumbres y sabiduría popular.

De esta manera, los mitos rockeros pasan a formar parte de lo que Peter L. Berger llama conocimiento preteórico, el que forma parte de la dinámica motivadora de la conducta institucionalizada.

Lo que se expresa musical y guturalmente, es sin lugar a dudas de suma importancia, sin embargo, el *cómo* y *quién* lo haga, lo es más, ante lo cual se puede afirmar que el arte y la música popular emiten su información no sólo a través de su mensaje, sino también por su ejecución, aspecto que sin duda hace crecer el grado de ambigüedad y sus consecuentes multiinterpretaciones.

"Esta ambigüedad del significado puede ser introducida, deliberada, en su origen o bien puede residir en formas de lenguaje empleadas (especialmente imágenes visuales), o bien puede ser consecuencia de la variabilidad de la percepción y de la situación del receptor. El empleo de formas mecánicas de reproducción por parte de los medios de comunicación de masas no contribuye mucho a reducir las posibilidades de ambigüedades del significado."<sup>78</sup>

Por esto, la forma en que se filtró la personalidad de Kurt Cobain y en menor medida de sus compañeros, no fue totalmente debido a su música y a las reacciones provocadas por ésta, sino que MTV, revistas especializadas como *Spin*, *Rolling Stone*, *Guitar*, *Musician*, entre otras; estaciones de radio y programas de espectáculos en la TV, provocaron una contextualización que por la ambigüedad del producto, amplía sus posibilidades.

El resultado es que actualmente, expresiones artísticas como la música no pueden ser relevantes sin que los medios las exploten de manera que no sólo se trate de melodía, sino de imagen.

Hay ejemplos de sobra de esta influencia de los medios y su aprovechamiento mercantil: Michael Jackson, Madonna o los Beattles, quienes no son populares por ser los mejores, sino por el endiosamiento a su alrededor provocado por los medios. Existen sin duda, mejores artistas, pero no con perfil idóneo para ser difundidos y promocionados como los antes citados.

En el caso de Nirvana, muchos grupos subterráneos de Seattle, Los Ángeles, Chicago o Nueva York, existieron con motivaciones similares durante muchos años antes, pero fue hasta el surgimiento del trío comandado por Cobain que

---

<sup>78</sup> McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmots; México D.F., Ed. Paidós, p. 228.

el *grunge*, el *post-punk tardío* o el *sonido Seattle* - - como se quiera etiquetar a la corriente - - entró por la puerta grande.

Sin duda, la llamativa figura de Kurt Cobain y su sobreexplotación por parte de la industria discográfica impresionó a muchos adolescentes, como es común a su edad, y a varios jóvenes universitarios y personas entre 20 y 30 años que hasta ese entonces carecían de un ídolo significativo.

Denis McQuail (1993), sobre este tipo de hechos, señala que la creación de mitos sobre la base de la ficción y a las *estrellas* de la música proporciona explicaciones de la historia y la sociedad actual, la conducta humana, el delito, la sexualidad o la guerra.

"Para la juventud, la música puede ser la mejor forma de fomentar las relaciones sociales y cuando la soledad y la insatisfacción aparecen, ocupa el papel de compensación."<sup>79</sup>

De esta manera, quienes constituyen las audiencias específicas establecen relaciones fundamentalmente vicarias con la comunicación de masas, en especial estrellas como Cobain. Este hecho es definido como interacción parasocial.<sup>80</sup>

Noble (1975) señala dos formas de participación en la referida relación: la identificación - - atribuida a Schramm - - que es perder la identidad ante el personaje y sentirse él; o el reconocimiento, cuando se interactúa para forjar una personalidad con base en los medios.

Para tratar de explicar el uso que un escucha puede hacer del mensaje de Nirvana, debemos tomar en cuenta que el señalamiento de McQuail en el sentido que las circunstancias sociales y personales, así como las disposiciones psicológicas, influyen conjuntamente sobre los hábitos generales del uso de medios de comunicación, así como en las creencias y expectativas acerca de los beneficios ofrecidos por éstos. También modelan los actos específicos de elección y consumo de medios, a los que siguen evaluaciones de la

---

<sup>79</sup> HEDINSSON, E. (1981): "Television, family and society - The social origins and effects of adolescent TV use", Ed. Almqvist and Wikesel, Estocolmo; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós, p. 77.

<sup>80</sup> HORTON, D Y WHOL R.R. (1956): "Mass communication and parasocial interaction", *Psychiatry* No. 19; pags 215-219; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós. P. 215.



experiencia (consecuencias para el uso posterior de los medios de comunicación) que interactúan y se suman a los beneficios obtenidos en otras áreas de la experiencia y la actividad social. En pocas palabras: se busca una gratificación.

Kurt Cobain poseyó ciertos valores de influencia y ejerció el poder sobre una audiencia porque fue aceptado por la gratificación de sus temas y el referente emocional que representaba.

"Si bien las instituciones proporcionan un trasfondo de definiciones de la realidad, pautas de conducta estables, hay también un primer plano en el que los individuos pueden elegir, crear, innovar y manipular. Esto forma parte del mundo específico de la concepción bergeriana de la construcción de identidad."<sup>81</sup>

Nirvana, al ser parte de la vida cotidiana, coadyuvó a la formación de la identidad de un grupo de personas en un sentido a favor o en contra de sus pensamientos, donde hay que apuntar que dicha identidad es un producto incomprensible del contexto social.

Su música y sus letras, que fueron sus vehículos de expresión, pueden considerarse como un conjunto de abstracciones o fantasías que podrían aumentar de grado en lugares donde no se comprendían ciertos pasajes letrísticos.

La exitosa introducción de Cobain en México se debió primordialmente a su sello de ídolo y en menor grado a las letras de sus canciones, el cliché de ser alternativo o ser políticamente vocero de una generación.

"La gente se fijó en Kurt Cobain porque sus canciones capturaban lo que ellos sentían, antes siquiera de que ellos supieran que eso era lo que sentían. Aun con sus problemas - -con la fama, las drogas y su identidad - - captaba el drama generacional de nuestro tiempo. Tras verse a sí mismo desde su niñez como un inadaptado estaba impresionado - - confundido, temeroso, asqueado

---

<sup>81</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 51.

y a decir verdad, no completamente decepcionado (nadie forma una banda para mantenerse anónimo) - - por haberse convertido en una estrella”.<sup>82</sup>

Kurt Cobain era un ídolo y en torno a él se creó un mito a raíz de su suicidio, ocurrido en los primeros días de abril de 1994 en la ciudad de Seattle, tras una larga agonía moral.

"Antes de tomar la decisión definitiva, Cobain intentó mimetizarse con el mundo, quiso reconciliarse con los formalismos y reglamentos sociales, ser otro ladrillo en la pared del american way of life"... "La cosa es que ya no pudo, su condición animal se le imponía, el mister Hyde que se le columpiaba en algún lugar del alma buscaba salidas de emergencia para poder seguir dándole vuelo a la hilacha. Cobain comenzaba a sentir de nuevo esa repulsión por cada uno de los puntos del mapa social."<sup>83</sup>

Formalmente el deceso del líder de Nirvana consiguió acrecentar la mitología del rock, misma que lo convierte en un fenómeno masivo que sobrepasa el simple gusto por una tendencia musical y se convierte en un *modus vivendi*, para un gran número de personas, quienes cuentan con Lennon, Morrison o Cobain como un ídolo de importancia similar que para otros tiene alguna imagen religiosa.

“El hecho de que el mundo se haya interrelacionado con su familia es testimonio del poder de la catarsis y confusión compartida de Cobain. No importa que un gran número de personas desearan mostrarlo de una manera distinta a la que verdaderamente era, Kurt Cobain no fue la reencarnación o la manifestación de algún otro héroe generacional. Fue simplemente Kurt Cobain, el ejemplo paradójico de una generación llena de individuos singulares y paradójicos. Con todo y que era sumamente frágil, logró tener la oportunidad de penetrar el silencio de la radio para enfrentar al rock’n roll con Nevermind; era un fan poco pretencioso de la música que le dio a sus ídolos más de lo que ellos le dieron a él; algunas veces era dulce, otras pasivamente antisocial; era un hijo del divorcio, esposo y padre; era un adicto a la heroína; era un defensor apasionado de los derechos de las mujeres y de los homosexuales y finalmente una estadística más en el número de suicidios en

---

<sup>82</sup> DE CURTIS. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 30.

<sup>83</sup> ALBARRAN, J.C. (1994): “La sociedad de los rockeros muertos”; “El Búho”, suplemento dominical de cultura del diario Excelsior, p. 6.

Estados Unidos, cuyo número se había duplicado en su grupo de edad durante los últimos 10 años”.<sup>84</sup>

Kurt Cobain era un pueblerino insatisfecho, pero que pasó a través de los medios. Una cosa era Cobain antes de la megadifusión y otra después. Ese es el reflejo.

“Kurt Cobain falleció a los 27 años de edad. Le sobrevivieron una esposa a la que amaba, una hija que nunca llegará a conocerlo y millones de extraños que enriquecieron su vida gracias a qué existió”.<sup>85</sup>

Ese fue el hombre que intentó expresar de manera artística su muy específica problemática, alimentada por la realidad de toda una generación, y que fue aprovechada para redinamizar la industria disquera y para intentar revigorizar la fe en el sistema de vida occidental.

"Los universos simbólicos ayudan a mantener como plausible y establecen la realidad de la vida cotidiana."<sup>86</sup>

Para la *industria del ocio* es sumamente importante el surgimiento de figuras generacionales de la talla de Cobain, porque dan sentido a su perfil productivo y cuando éstas se desgastan, se emprende la búsqueda de su reemplazo, sin embargo, al ocurrir muertes trágicas en pleno apogeo de la estrella, sucede un fenómeno comercial inusitado para los disqueros, quienes aprovechan el nacimiento de un mito o bien para generarlo.

"En este sentido, los rockeros muertos se vuelven pasajeros de una mitología a la que se rinde culto y puntual reverencia. Son estatuas de sal que se yerguen y señalan hacia el horizonte con el índice de fuego y al mismo tiempo hacia el infierno."<sup>87</sup>

---

<sup>84</sup> MUNDY, J. (1994): "Rolling Stone Magazine" (Jun. 2, 1994 No. 683); "Kurt Cobain 1967-1994"; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 51.

<sup>85</sup> MUNDY, J. (1994): "Rolling Stone Magazine" (Jun. 2, 1994 No. 683); "Kurt Cobain 1967-1994"; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 53.

<sup>86</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 61.

<sup>87</sup> ALBARRAN, J.C. (1994): "La sociedad de los rockeros muertos"; "El Búho", suplemento dominical de cultura del diario Excelsior, p. 6.

Un ejemplo extraño a citar es que pasó más de un año de la muerte de Cobain para que su viuda Courtney Love pudiese encontrar un lugar para colocar las cenizas de quien fuera su esposo, ya que muchos panteones se negaron a recibirlos bajo el argumento de que habría peregrinaciones molestas para los deudos de los demás ocupantes.

La historia de Cobain está llena de situaciones depresivas con las que muchos jóvenes se identificaron, pues si bien no sufrían toda la problemática que Cobain, entendían alguna parte de ella.

En un afán de tratar de descubrir como se gestó la emergencia de Cobain, es importante señalar características personales e interpretaciones sobre él, que realizaron especialistas del llamados *showbizz* para explicar el éxito fuera de serie que tuvo un hombre aparentemente desolado.

Comenzaremos con reminiscencias sobre el pasado del cantautor nacido en Aberdeen, Wash., las que son un verdadero drama provocado por el modo de vida de un país como Estados Unidos, que por su poder político-económico, ha permeado muchas de sus características a naciones como México.

“Los recuerdos más tempranos de su vida eran muy felices. Se trataba de un niño muy activo e inquisitivo, era el centro de atención - -cantaba, pintaba y actuaba en las reuniones familiares. Pero su vida cambió drásticamente cuando cumplió 8 años. Su madre pidió el divorcio, el cual su padre rehusaba darle. Kurt se deprimió y se volvió huraño durante el año posterior a la separación que vivió con su madre antes de mudarse con su padre”.<sup>88</sup>

Una primera impresión nos lleva a explicarnos como alguien que ha sufrido al extremo las condiciones más conflictivas de vida, en la que la mayor preocupación no fue satisfacer necesidades primarias, sino las más altas, como las de satisfacción personas y felicidad.

En ese tiempo Kurt era muy enfermizo y además tenía recetado un medicamento llamado Ritalin (muy parecido a la droga *speed*) para contrarrestar su hiperactividad infantil. Luego se le diagnosticó bronquitis crónica y escolosis.

---

<sup>88</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 53.

Kurt Cobain enfrentó desde temprana edad situaciones adversas para el desarrollo normal de cualquier niño y ello no sólo implicaba situaciones físicas, sino el sufrimiento psicológico del que fue presa debió afectarlo decisivamente para atravesar por una adolescencia muy problemática.

“La familia de Cobain enfrentó en 1979 el suicidio del tío abuelo de Kurt. Cinco años después, otro familiar, un tío, también se quitó la vida. Quedaba claro que la vida dentro de la familia Cobain no era sencilla”.<sup>89</sup>

Suena irónico, pero el cantautor fue parte de una familia con muchos problemas, donde el suicidio es por tercera generación una forma recurrente para eludir depresiones.

“Cuando Donald Cobain se volvió a casar con una mujer que tenía una hija y un hijo propios, la relación con Kurt, que de por sí era tensa, comenzó a destruirse. Kurt fue echado de su casa y tuvo que irse a vivir con unos tíos antes de que eventualmente regresada a la casa de su padre”.<sup>90</sup>

Cobain deambuló por las casas de sus parientes y no tuvo hogar fijo, incluso las anécdotas cuentan que de vez en cuando, al no recibir alojamiento ni de familiares ni amigos, dormía bajo un puente del río Wishkah.

Wendy Cobain también se había casado nuevamente, pero la llegada de Kurt significaba la adición de su problemático hijo a un ambiente de por sí ya enrarecido.

“En una ocasión, tras descubrir que su esposo le fue infiel, Wendy le apuntó en la cabeza con una pistola y amenazó con matarlo. Los dos hijos presenciaron como su madre intentó sin éxito disparar el arma. Frustrada, ella salió durante la noche y aventó todas las armas de la casa al río Wishkah. Al día siguiente, tras pagarles a dos chicos para que las sacaran, Kurt vendió las armas. Usó el dinero para comprar su primer amplificador”.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 52.

<sup>90</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 52.

<sup>91</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 51.

En ese tiempo Cobain tomó la mejor mediación que de su realidad se hacía, la que representaban las bandas punk, alternativas y subterráneas, las que recreaban temáticas de desintegración familiar, desubicación social y un total desencanto por el sistema imperante en el mundo occidental. Seguramente en ese momento se decidió por sumarse a aquellos que expresaban su sentimiento por medio de la música.

“Mientras tanto, el punk-rock estaba prosperando y esa música sonaba como Cobain se sentía, desesperado, enfadado, emotivo. Abandonó la preparatoria, lo corrieron de la casa de su madre y estuvo peregrinando del sillón de un amigo al auto de otro amigo. En algún momento, Cobain vivió debajo de un puente”.<sup>92</sup>

Muchos contemporáneos de Cobain pasaron por los mismos sufrimientos morales del posmodernismo, algunos con mayor intensidad, otros con menor, pero lo cierto es que Nirvana apareció como un gran espejo mediador de sus circunstancias, las que eran mostradas a través de los medios con mucha mayor fuerza que sus ídolos *Black Sabbath*, *Black flag*, *Butthole Surfers* y *Meat Puppets*.

Además de eso, la pequeñez de Aberdeen provocó un sentimiento de impotencia ante la realidad costumbrista del lugar, donde dedicarse a la leña y emborracharse eran aparentemente parte del destino de sus habitantes.

Estados Unidos presenta un tipo de geografía humana en la que la descentralización y diversificación, provoca la existencia de pequeñas comunidades muy coincidentes con Aberdeen, pero con actividades económicas diferentes. Esa inquietud de Cobain fue lo que llamaría la atención de los miles de muchachos de pequeños pueblos que sueñan con el dinamismo de ciudades como Nueva York o Los Ángeles.

Fue en esa época cuando le propuso a su amigo Krist Novoselic formar una banda de rock, tras un par de años y un número igual de nombres (*Al garette* y *Materia Fecal*), nació Nirvana y de forma coincidente, Cobain dejó Aberdeen.

“La proyección de las virtudes artísticas y espirituales de Cobain finalmente tuvo lugar en el otoño de 1987. Olimpia, Washington, y Aberdeen estaban a

---

<sup>92</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 51.

una distancia de tan solo 50 millas, pero para Cobain, eran polos tan divergentes como el paraíso y el infierno: Hohar del Evergreen State Collage, la meca artística ultraliberal del noroeste, Olimpia se convirtió en la base psíquica de Cobain durante el resto de su vida. Cobain se fue a vivir ahí con su novia Tracy Marander, pero también descubrió –por primera vez en su vida— una comunidad que le daba un buen recibimiento y apreciaba sus talentos”.<sup>93</sup>

Kurt Cobain, en esa ciudad encontró a un importante mentor, Calvin Jones, quien lo introdujo a la idea de que expresase sus sentimientos por la vía artística. Comenzó así a escribir letras, a dar forma a su pintura y a hacer colages.

Ahí descubrió la impotencia de sentirse atado a las circunstancias, a un sistema de hacer las cosas, que concibe como represor, gracias a ello comienza a plantear la tentativa de abandono a dicha represión por medio de un modelo de aspereza e intensidad.

“Para 1988, Nirvana había grabado varios demos y sacó su primer sencillo, *Love Buzz/big Cheese*, con Sub Pop Record, la disquera que se llevó el crédito de captar el sonido Seattle. En 1989, el álbum debut de la banda, *Bleach* (grabado por solo 606.17 dólares), demostró que se estaba gestando algo verdaderamente nuevo. Era abrasivo y atemorizante, pero su calidad era familiar y cálida. La banda salió de gira, reemplazó al baterista Chad Channing por David Grohl y estaba listo para grabar de nuevo. Y fue entonces cuando ocurrió”.<sup>94</sup>

En septiembre de 1991 salió *Nevermind* y con el *Smells like teen spirit*, sencillo promocional que se convirtió en la primera canción punk que llega al primer lugar de las listas de popularidad; además el éxito de hits como *Lythium* y *Come as you are*, provocaron que la venta sobrepasara los 10 millones de copias del célebre producto en cuya portada se mostraba a un bebé nadando hacia un billete de un dólar, el que era carnada en una caña de pescar.

---

<sup>93</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 52.

<sup>94</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 52.



“Además de los conflictos de su compositor, la música presentó a Kurt Cobain al mundo”.<sup>95</sup>

Asimismo, el punk revivió y no había quien no conociera a Nirvana, fruto de lo cual comenzaron a aparecer en cascada bandas alternativas afines a su filosofía, primero de Seattle y luego de toda la unión americana, que empezaron a ser etiquetadas bajo el concepto *grunge*, aprovechado sin igual por la *industria del ocio*.

El sentimiento asimilado por los integrantes de Nirvana fue bien entendido además de por los muchachos *atrapados* en pequeñas localidades, por aquellos que tenían el mismo sentimiento, pero en las grandes metrópolis, sobre todo, por pospreparatorianos sin oportunidades universitarias y por universitarios que no estaban satisfechos con sus perspectivas y realidades.

“(Nevermind) Era violento y escapista, se trataba de un latigazo que mitigaba el dolor. Más que el mensaje, el método de Nevermind fue capturar lo que los escuchas estaban muriendo por expresar.”<sup>96</sup>

La creación de Cobain, Novoselic y Grohl, representaba un total cambio de época, era además la adaptación de la industria disquera un fenómeno anteriormente desdeñado: la alternatividad, la que sorteaba la vida a través de pequeños sellos independientes y *radio colleges*. Además era la música necesaria para la juventud posmoderna, la que consideraba personajes como Bono, Michael Stype, Axl Rose, Neil Young o Bruce Springsteen, ajenos a su generación, por más que sus producciones tuviesen calidad y autenticidad.

“Obviamente ellos no hicieron las cosas solos –los cambios culturales nunca son así de sencillos. Sin embargo, en 1999 Smells like teen spirit demostró ser un momento definitorio en la historia del rock. Una canción política que jamás habla de política, un himno cuyas letras no se entendían, un hit muy popular que denunciaba el comercialismo, un grito colectivo contra la alienación, se trataba del (*I can't get no*) *satisfaction* para una nueva época y para una tribu

---

<sup>95</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 52.

<sup>96</sup> MUNDY, J. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 52.

de jóvenes incomprensidos. Era un enorme “chinga tu madre” y una declaración satisfactoria sobre la incapacidad de sentirse satisfechos”.<sup>97</sup>

Nirvana quedó como líder del movimiento, al frente del grunge, a la cabeza de la llamada generación X; y al ser Cobain la figura más representativa de la banda, era el símbolo de la autenticidad de su generación y también para la industria disquera, el ejemplo a seguir para los chicos: "era un ganador".

Fuera del escenario, sin embargo, Cobain era serio, introspectivo, y las cosas a su alrededor eran más fuertes que él. Nirvana estaba cambiando la cara de la música de los 90 y por más que intentara refugiarse en una esquina lejos de los reflectores, era el ojo del huracán. En ese devenir, desarrolló un problema de consumo de drogas que fue una plaga que lo acompañó hasta sus últimos días. Su romance con la vocalista de la banda punk *Hole*, Courtney Love, por su parte, también tuvo importantes secuelas.

La música era intensa y reducía la tensión provocada por el sistema a través de un masaje moral, sin embargo, esa era sólo la forma, el fondo consistía en el reajuste del mismo sistema por medio de Nirvana.

Por ello era de pensarse que no importando las palabras que emitía Cobain al interpretar sus canciones, en las que intensidad y depresión eran patentes, él ya era parte de la *industria del ocio* de una manera cabal y era un *rock star* como cualquier otro.

Y en ese momento estaban sus amigos y su matrimonio, los fanáticos capaces de darle una probada de felicidad y de paz a Cobain. Y estaba Frances Bean, su hija, a la que consideraba la mayor gracia recibida durante su vida. Sin embargo, Kurt Cobain seguía siendo un caos.

Entonces Cobain se suicidaría y ello serviría para que se le viese congruente a su depresión y agresividad; mientras que para la *industria del ocio*, era el momento para echar a andar su maquinaria para tratar de hacer del autor de *Smells like teen spirit* una figura similar a Lennon, Morrison o Presley.

---

<sup>97</sup> DE CURTIS. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 30.

El *grunge* falleció con Cobain y a ellos acompañó la esperanza de una gran parte de la generación que representaba, la que permanece sola, sin fe y sin autenticidad, pusilánime ante sus desesperanzadas expectativas.

De esta manera, se enseña como una manifestación artística con su capacidad de crear multiinterpretaciones, todas ellas con base en una forma de mediar la realidad en este tiempo, pertenece a una *industria del ocio*, la que es un medio para permear la realidad, como cualquier otra de las industrias comunicativas utilizando la ambigüedad como un arma muy poderosa.

## V EL IMPACTO DE NIRVANA EN MÉXICO

### a) Contraste de éxitos de los 80 con las canciones de Nirvana

Tal y como relatábamos en el capítulo anterior, durante los años 80 Madonna y Michael Jackson dominaron los mercados discográficos.

Veamos la letra de Billie Jean, una de las canciones de mayor éxito de Jackson en los 80:

#### *"Billie Jean"*

*[1er verso]*

*She Was More Like A Beauty Queen From A Movie Scene  
I Said Don't Mind, But What Do You Mean I Am The One  
Who Will Dance On The Floor In The Round  
She Said I Am The One Who Will Dance On The Floor In The Round*

*[2º verso]*

*She Told Me Her Name Was Billie Jean, As She Caused A Scene  
Then Every Head Turned With Eyes That Dreamed Of Being The One  
Who Will Dance On The Floor In The Round*

*[Puente]*

*People Always Told Me Be Careful Of What You Do  
And Don't Go Around Breaking Young Girls' Hearts  
And Mother Always Told Me Be Careful Of Who You Love  
And Be Careful Of What You Do 'Cause The Lie Becomes The Truth*

*[Coro]*

*Billie Jean Is Not My Lover  
She's Just A Girl Who Claims That I Am The One  
But The Kid Is Not My Son  
She Says I Am The One, But The Kid Is Not My Son*

*[3er verso]*

*For Forty Days And Forty Nights  
The Law Was On Her Side  
But Who Can Stand When She's In Demand  
Her Schemes And Plans  
'Cause We Danced On The Floor In The Round  
So Take My Strong Advice, Just Remember To Always Think Twice  
(Do Think Twice)*

*[4° verso]  
She Told My Baby That's A Threat  
As She Looked At Me  
Then Showed A Photo Of A Baby Cries  
Eyes Would Like Mine  
Go On Dance On The Floor In The Round, Baby*

*[Puente]  
People Always Told Me Be Careful Of What You Do  
And Don't Go Around Breaking Young Girls' Hearts  
She Came And Stood Right By Me  
Then The Smell Of Sweet Perfume  
This Happened Much Too Soon  
She Called Me To Her Room*

*[Coro]  
Billie Jean Is Not My Lover  
She's Just A Girl Who Claims That I Am The One  
But The Kid Is Not My Son  
Billie Jean Is Not My Lover  
She's Just A Girl Who Claims That I Am The One  
But The Kid Is Not My Son  
She Says I Am The One, But The Kid Is Not My Son  
She Says I Am The One, But The Kid Is Not My Son  
Billie Jean Is Not My Lover  
She's Just A Girl Who Claims That I Am The One  
But The Kid Is Not My Son  
She Says I Am The One, But The Kid Is Not My Son  
She Says I Am The One, She Says He Is My Son  
She Says I Am The One  
Billie Jean Is Not My Lover  
Billie Jean Is Not My Lover*

*Billie Jean Is Not My Lover  
Billie Jean Is Not My Lover  
Billie Jean Is Not My Lover  
Billie Jean Is Not My Lover*

**Traducción:**

**"Billie Jean"**

*[1er verso]*

*Ella parecía una reina de belleza salida de una película  
Le dije que no se preocupara, pero qué quieres decir con que soy el único  
Que voy a bailar en el centro de la pista  
Ella dijo que yo soy el único que iba a bailar en el centro de la pista*

*[2º verso]*

*Mientras causaba una escena, ella me dijo que se llamaba Billie Jean  
Entonces todos voltearon a ver con ojos de que soñaban con ser el que  
Bailaría en el centro de la pista*

*[Puente]*

*La gente siempre me dijo que tuviera cuidado con lo que hiciera  
Y que no anduviera por ahí rompiéndole los corazones a las jovencitas  
Y mi madre me dijo que siempre tuviera cuidado cuando me enamorara  
Y ten cuidado con lo que haces porque las mentiras se vuelven realidad*

*[Coro]*

*Billie Jean no es mi amante  
Simplemente es una chica que asegura que soy el único  
Pero el niño no es mio  
Ella dice que soy el único, pero el niño no es mi hijo*

*[3er verso]*

*Durante cuarenta días y cuarenta noches  
La Ley estuvo de su lado  
Pero quién puede contradecir su reclamo  
Sus proyectos y planes  
Porque nosotros bailamos en el centro de la pista  
Así que toma mi consejo firme. Simplemente recuerda pensar dos veces  
(Piensa dos veces)*

*[4° verso]*

*Mientras me miraba*

*Ella dijo mi bebé que es un riesgo  
Entonces mostró la foto de un bebé, gritó  
Que los ojos hubiesen sido como los míos  
Bailemos, nena, en el centro de la pista*

*[Puente]*

*La gente siempre me dijo que tuviera cuidado con lo que hiciera  
Y que no anduviera por ahí rompiéndole los corazones a las jovencitas  
Ella se acercó y se paró ante mí  
Luego el olor de un dulce perfume  
Esto pasó muy rápido  
Ella me pidió ir a su habitación*

*[Coro]*

*Billie Jean no es mi amante  
Simplemente es una chica que asegura que soy el único  
Pero el niño no es mi hijo  
Billie Jean no es mi amante  
Simplemente es una chica que asegura que soy el único  
Pero el niño no es mi hijo  
Ella dice que soy el único, pero el niño no es mi hijo  
Ella dice que soy el único, pero el niño no es mi hijo  
Billie Jean no es mi amante  
Simplemente es una chica que asegura que soy el único  
Pero el niño no es mi hijo  
Ella dice que soy el único, pero el niño no es mi hijo  
Ella dice que soy el único, ella dice que es mi hijo  
Ella dice que soy el único  
Billie Jean no es mi amante  
Billie Jean no es mi amante  
Billie Jean no es mi amante  
Billie Jean no es mi amante  
Billie Jean no es mi amante*

Billie Jean es una canción con ritmo y estructura de balada en la cual el cantante aborda a la manera blusera una relación amor/conveniencia, bajo un canon comercial que la música negra viene utilizando desde los años 70. El



ritmo de la canción permitía que Jackson hiciera gala de sus dotes de bailarín que funcionaban como un recurso extraordinario para la exposición de la canción en el formato de video. Así como en el pasado los jazzistas llevaban sus creaciones a niveles altos por medio de una virtuoso y rebuscada manera de tocar el saxofón, Jackson entregaba ese plus con el baile. La música de Billie Jean, su letra, el baile y todo el lenguaje corporal de Jackson hacían que la interpretación de la canción fuera toda una ejecución, lo cual se volvió un canon para todos los demás productos que aspiraban a acercarse al éxito del cantante originario de Indiana. Además, estamos hablando de una balada, por ello, todo aquel baladista que aspiraba atraer grandes públicos ya no solo podía tratar de conseguirlo con una interpretación “calmada” en el centro de un escenario, el sentimiento también se demostraba con gesticulaciones acompañadas de baile. Con esto no queremos decir que los baladistas se extinguieron, sino que hubo una transición en el género.

De manera paralela a Jackson, otra gran figura de los 80 fue Madonna, quien siempre se ha sabido adaptar para mantener su vigencia. En aquella época, explotó la liberación y el orgullo femeninos, además de que buscó convertirse en un icono sexual del calibre de Marilyn Monroe. En la canción que aquí presentamos (Material Girl), se describe el modus operandi de las chicas que aceptan citas solo con aquellos que tienen el dinero suficiente para comprarles algunos o muchos caprichos. El “dando y dando” podría eventualmente tratarse como una crítica, pero dada la desfachatez de Maddona, pareciera una manera justificar y dar pertinencia al proceder de algunas chicas que solo querían divertirse de la manera en la que por años los hombres lo hacían.

### ***"Material Girl"***

*Some boys kiss me, some boys hug me  
I think they're O.K.  
If they don't give me proper credit  
I just walk away*

*They can beg and they can plead  
But they can't see the light, that's right  
'Cause the boy with the cold hard cash  
Is always Mister Right, 'cause we are*

*[Coro]*

*Living in a material world  
And I am a material girl  
You know that we are living in a material world  
And I am a material girl*

*Some boys romance, some boys slow dance  
That's all right with me  
If they can't raise my interest then I  
Have to let them be*

*Some boys try and some boys lie but  
I don't let them play  
Only boys who save their pennies  
Make my rainy day, 'cause they are*

*[Coro]*

*Living in a material world (material)  
Living in a material world  
[repeat]*

*Boys may come and boys may go  
And that's all right you see  
Experience has made me rich  
And now they're after me, 'cause everybody's*

*[Coro]*

*A material, a material, a material, a material world*

*Living in a material world (material)  
Living in a material world  
[repeat and fade]*

**Traducción:**

**"Chica material"**

*Algunos chicos me besan, algunos chicos me abrazan  
Creo que hacen bien*

*Pero si no me compensan bien  
Simplemente me marchó*

*Pueden rogar y berrear  
Pero no pueden ver la realidad, lo que es  
Porque el chico que traiga dinero contante y sonante  
Siempre será el Señor Adecuado, porque nosotras estamos*

*Viviendo en un mundo materialista  
Y soy una chica materialista  
Tú sabes que vivimos en un mundo materialista  
Y soy una chica materialista*

*Algunos chicos son románticos, otros bailan las calmadas  
Todo eso está bien para mí  
Pero si no pueden despertar interés, entonces  
Tengo que dejarlos hacer*

*Algunos chicos lo intentan, otros mienten, pero  
Yo no les doy entrada  
Sólo los que ahorran su dinerito  
Hacen mi día, porque ellos están*

*Viviendo en un mundo materialista (materialista)  
Viviendo en un mundo materialista*

*Chicos van, chicos vienen  
Y, como ves, eso está bien  
La experiencia me ha enriquecido  
Y ahora todos están detrás de mí, porque todo mundo está en*

*Un mundo materialista, materialista, materialista, materialista*

*Viviendo en un mundo materialista (materialista)  
Viviendo en un mundo materialista*

Las dos canciones que aquí presentamos de Jackson y Madonna son emblemáticas de sus productos: en cuanto a sus letras son anecdóticas y buscan crear empatía con su auditorio cautivo; musicalmente pertenecen al canon de la música popular y pretenden ser agradables al oído. No lucen, a

primera oída y leída, tener aspiraciones estilísticas elevadas, de hecho, su único parámetro son las ventas de discos.

Como decíamos en el capítulo IV, algunos segmentos de escuchas de música moderna popular intentaron encontrar alternativas más sofisticadas en grupos británicos que en los 80 tuvieron una incursión de bastante éxito en los 80, como fue el caso de Duran Duran, Tears for Fears, Wham!, entre otros. Una figura que sobrevivió al impacto inicial del llamado new romantics y que es bastante representativa es George Michael, quien originalmente formó parte de Wham! Como muestra de su trabajo podemos tomar a "Faith", canción que alcanzara grandes niveles de popularidad.

### ***"Faith"***

*Well I guess it would be nice  
If I could touch your body  
I know not everybody  
Has got a body like you  
But I've got to think twice  
Before I give my heart away  
And I know all the games you play  
Because I play them too  
Oh but I  
Need some time off from that emotion  
Time to pick my heart up off the floor  
And when that love comes down  
Without devotion  
Well it takes a strong man baby  
But I'm showing you the door  
'Cause I gotta have faith...  
Baby  
I know you're asking me to stay  
Say please, please, please, don't go away  
You say I'm giving you the blues  
Maybe  
You mean every word you say  
Can't help but think of yesterday  
And another who tied me down to loverboy rules  
Before this river  
Becomes an ocean*

*Before you throw my heart back on the floor  
Oh baby I reconsider  
My foolish notion  
Well I need someone to hold me  
But I'll wait for something more  
Yes I've gotta have faith...*

**Traducción:**

**“Fe”**

*Creo que sería agradable  
Si pudiera acariciar tu cuerpo  
Sé que no cualquiera  
Tiene un cuerpo tan bueno como el tuyo  
Pero tengo que pensarlo dos veces  
Antes de entregar mi corazón  
Y conozco bien tus juegos  
Porque yo también los juego  
Ah, pero yo  
Necesito desconectarme de esa emoción  
Tiempo para levantar mi corazón del suelo  
Y cuando ese amor se entrega  
Sin devoción  
Bueno se necesita, nena, de un hombre fuerte  
Pero estoy enseñándote la puerta  
Porque debo tener fe  
Nena  
Sé que tú pides que me quede  
Di no te vayas por favor, por favor, por favor  
Dices que te estoy contagiando la tristeza  
Dices en serio cada una de tus palabras  
No ayuda, pero piensa en el ayer  
Y en otra que me ató a las reglas del amante  
Antes de que este río  
Se convierta en un océano  
Antes de que vuelvas a aventar de nuevo mi corazón al suelo  
Ah, reconsidero, nena,  
Mi ingenua noción  
Necesito a alguien que me abrace*

*Pero voy a esperar algo más  
Sí, debo que tener fe*

La letra de “Faith” ejemplifica las relaciones de pareja en los 80 entre grupo de clase media alta o alta. La complejidad para encontrar el amor y el dolor que causan los continuos desengaños en una época donde divorciarse emocionalmente parece sencillo. Una época donde un one-night-love-stand puede confundirse con el amor a primera vista. Sus aspiraciones parecían incrustar al romanticismo en un contexto más pertinente y que evidenciara la caducidad de baladas cursis o rebuscadas, sin importar cuan bien pudiera bailar su intérprete.

Además de actos de enorme popularidad global como Madonna o Jackson y los exponentes del new romantics, entre los públicos blancos de clases medias y bajas, el Heavy Metal fue el que sentó sus reales. En muchos casos hubo grupos con temática demoniaca o que explotaban tópicos neonazis y apocalípticos. El movimiento fue muy popular en algunas capas sociales estadounidenses y luego se reprodujo con grupos locales en Europa y América Latina, pero hubo bandas que suavizaron el modelo y lograron colarse al mainstream, tal y como fue el caso de Van Halen, de quienes aquí mostramos un ejemplo de sus letras:

**“Jump”**

*I get up, and nothing gets me down.*

*You got it tough. I've seen the toughest around.*

*And I know, baby, just how you feel.*

*You've got to roll with the punches to get to what's real*

*Oh can't you see me standing here,*

*I've got my back against the record machine*

*I ain't the worst that you've seen.*

*Oh can't you see what I mean?*

*Might as well jump. Jump!*

*Might as well jump.*

*Go ahead, jump. Jump!*

*Go ahead, jump.*

*Aaa-ohh Hey you! How said that?*

*Baby how you been?*

*You say you don't know, you won't know*

*until we begin.*

*Well can't you see me standing here,*

*I've got my back against the record machine  
I ain't the worst that you've seen.  
Oh can't you see what I mean?  
Might as well jump. Jump!  
Go ahead, jump.  
Might as well jump. Jump!  
Go ahead, jump.  
(solo de guitarra)  
(solo de teclado)  
Might as well jump. Jump !  
Go ahead, jump.  
Get it and jump. Jump !  
Go ahead, jump*

**Traducción:**

**“Brinca”**

*Me elevo, y nada me baja.  
La tienes difícil. He visto a los rudos de por aquí.  
Y sé exactamente como te sientes.  
Tienes que soportar los golpes para entender que es lo auténtico  
Acaso no me ves parado aquí,  
Estoy recargado en la rockola  
No soy el peor al que has visto.  
¿No entiendes lo que digo?  
También puedes brincar. ¡Brinca!  
También puede brincar.  
Vamos, brinca. ¡Brinca!  
Anímate, brinca.  
Aaa-ohh ¡Hey tú! ¿Cómo puedes decir eso?  
¿Cómo has estado?  
Dices que no sabes, no quieres saber  
hasta que empecemos.  
Bueno, acaso no me ves parado aquí,  
Estoy recargado en la rockola  
No soy el peor al que has visto.  
¿No entiendes lo que digo?  
También puedes brincar. ¡Brinca!  
Vamos, brinca.*



*También puedes brincar. ¡Brinca!  
    Ámate, brinca.  
    (solo de guitarra)  
    (solo de teclado)  
También puedes brincar. ¡Brinca!  
    Vamos, brinca  
    Entiéndelo y brinca. ¡Brinca!  
    Vamos, brinca.*

En "Jump" se puede notar una letra muy sencilla, incluso sosa, pero el ritmo es tenaz y perseverante. Lo que los adolescentes y los jóvenes trabajadores necesitan para evadirse de la realidad y divertirse, ya sea en la soledad de su habitación o bien en un club nocturno. Para buscar más adeptos, la industria convirtió al Heavy Metal en Hard Rock y hubo grupos que incluso se pusieron a explotar las baladas, como Bon Jovi:

***"I'll Be There For You"***

*I guess this time you're really leaving  
I heard your suitcase say goodbye  
And as my broken heart lies bleeding  
You say true love in suicide*

*You say you've cried a thousand rivers  
And now you're swimming for the shore  
You left me drowning in my tears  
And you won't save me anymore*

*Now I'm praying to God you'll give me one more chance, girl*

*I'll be there for you  
These five words I swear to you  
When you breathe I want to be the air for you  
I'll be there for you  
I'd live and I'd die for you  
Steal the sun from the sky for you  
Words can't say what a love can do  
I'll be there for you*

*I know you know we're had some good times*

*How they have their own hiding place  
I can promise you tomorrow  
But I can't buy back yesterday*

*And Baby you know my hands are dirty  
But I wanted to be your valentine  
I'll be the water when you get thirsty, baby  
When you get drink, I'll be the wine*

*I'll be there for you  
These five words I swear to you  
When you breathe I want to be the air for you  
I'll be there for you  
I'd live and I'd die for you  
Steal the sun from the sky for you  
Words can't say what a love can do  
I'll be there for you*

*[Solo]*

*And I wan't there when you were happy  
I wasn't there when you were down  
I didn't mean to miss your birthday, baby  
I wish I'd seen you blow those candles out*

*I'll be there for you  
These five words I swear to you  
When you breathe I want to be the air for you  
I'll be there for you  
I'd live and I'd die for you  
Steal the sun from the sky for you  
Words can't say what a love can do  
I'll be there for you*

**Traducción:**

***"Por ti, yo ahí estaré"***

*Creo que esta vez en serio te vas  
Escuché tu maleta diciendo adiós*

*Y mientras mi corazón yace sangrante  
Tú dices que el amor verdadero es suicidio*

*Dices que has llorado miles de ríos  
Y ahora nadas hacia la costa  
Me dejas ahogándome en mis lágrimas  
Y no me volverás a salvar*

*Ahora, chica, le estoy rezando a Dios para que me des una nueva oportunidad*

*Por ti, yo ahí estaré  
Te juro esas cinco palabras  
Cuando respires, quiero ser el aire que necesitas  
Por ti, yo ahí estaré  
Viviré y moriré por ti  
Robaré el sol del cielo para ti  
Las palabras no pueden decir de lo que es capaz el amor  
Por ti, yo ahí estaré*

*Sé que tú sabes que tuvimos buenos tiempos  
Como pueden tener su propio escondite  
Puedo prometerte el mañana  
Pero no puedo regresar el pasado*

*Y, nena, tú sabes que tengo las manos sucias  
Pero con todo y eso, quise ser tu Valentín  
Yo seré el agua cuando tengas sed, nena  
Cuando te embriagues, yo seré el vino*

*Por ti, yo ahí estaré  
Te juro esas cinco palabras  
Cuando respires, quiero ser el aire que necesitas  
Por ti, yo ahí estaré  
Viviré y moriré por ti  
Robaré el sol del cielo para ti  
Las palabras no pueden decir de lo que es capaz el amor  
Por ti, yo ahí estaré*

*Y quiero estar presente cuando estés feliz  
No estuve cuando estabas deprimida*

*No quise perderme de tu cumpleaños, nena  
Me hubiese gustado ver cuando apagaste las velas*

*And I wan't there when you were happy  
I wasn't there when you were down  
I didn't mean to miss your birthday, baby  
I wish I'd seen you blow those candles out*

*Por ti, yo ahí estaré  
Te juro esas cinco palabras  
Cuando respires, quiero ser el aire que necesitas  
Por ti, yo ahí estaré  
Viviré y moriré por ti  
Robaré el sol del cielo para ti  
Las palabras no pueden decir de lo que es capaz el amor  
Por ti, yo ahí estaré*

Pareciera que los jóvenes veían en ciertas canciones y poesía, ejemplos de cursilería, por lo cual buscaron alternativas aparentemente más adecuadas a su presente, esa era la razón por la que les gustaban canciones como “I’ll be there for you”. Esa canción abrió las puertas para que las bandas de hard rock promocionaran sus álbumes por medio de una o dos baladas. I’ll be there for you también cimentó el triunfo comercial de Bon Jovi, acto por el cual hay mucha reverencia a nivel mundial.

Los productos con ese tipo de letras funcionaron muy bien como gratificante emocional y satisficieron a un público masivo, sin embargo, llegó el momento en que lucían desgastadas. Entonces, hubo un público receptivo para productos distintos, “alternativos”.

“Es el retrato de la juventud moderna, incluyendo a quienes apenas han entrado a la adultez, pero que no están seguros de que quieren estar ahí. Es un grupo de amigos sentados en un sillón dentro de un departamento, muy aburridos, que no quieren ser molestados si quitan el Discovery Channel. No les importan las consideraciones políticas, no tienen predilección por ninguna corriente política ni se emocionan por algún candidato. Y sobre todas las

cosas, en este ambiente, sienten la necesidad humana por algo más –amor, inspiración—y la expectativa de que eso quizá exista.”<sup>98</sup>

A ese público no tardó en llamarle la atención una canción llamada “Smells like teen spirit”:

***“Smells Like Teen Spirit”***

*Load up on guns and  
Bring your friends  
It's fun to lose  
And to pretend  
She's over bored  
And self assured  
Oh no, I know  
A dirty word*

*hello, how low? [repetida “n” número de veces]*

*With the lights out it's less dangerous  
Here we are now  
Entertain us  
I feel stupid and contagious  
Here we are now  
Entertain us  
A mulatto  
An albino  
A mosquito  
My Libido  
Yeah*

*I'm worse at what I do best  
And for this gift I feel blessed  
Our little group has always been  
And always will until the end*

*hello, how low? [repetida “n” número de veces]*

---

<sup>98</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).

*With the lights out it's less dangerous  
Here we are now  
Entertain us  
I feel stupid and contagious  
Here we are now  
Entertain us  
A mulatto  
An albino  
A mosquito  
My Libido  
Yeah*

*And I forget  
Just why I taste  
Oh yeah, I guess it makes me smile  
I found it hard  
It was hard to find  
Oh well, whatever, nevermind*

*hello, how low? [repetida "n" número de veces]*

*With the lights out it's less dangerous  
Here we are now  
Entertain us  
I feel stupid and contagious  
Here we are now  
Entertain us  
A mulatto  
An albino  
A mosquito  
My Libido  
Yeah, a denial  
A denial  
A denial...*

**Traducción:**

***"Huele a Teen Spirit"***

*Cárgate de armas y  
Trae a tus amigos  
Es divertido perder  
Y disimular  
Ella está demasiado aburrida  
y segura de sí misma  
Oh no, lo sé  
Un mundo sucio*

*Hola, hola, hola ¿Qué tan bajo? [repetida "n" número de veces]*

*Con las luces apagadas es más seguro  
Aquí estamos ahora  
Entreténganos  
Me siento estúpido y contagioso  
Aquí estamos ahora  
Entreténganos  
Un mulato  
Un albino  
Un mosquito  
Mi libido  
Sí*

*Soy peor en lo que hago mejor  
Y por ese don, me siento bendecido  
Nuestro pequeño siempre ha estado  
y estará unido hasta el final*

*hola, ¿qué tan bajo? [repetida "n" número de veces]*

*Con las luces apagadas es más seguro  
Aquí estamos ahora  
Entreténganos  
Me siento estúpido y contagioso  
Aquí estamos ahora  
Entreténganos  
Un mulato  
Un albino  
Un mosquito  
Mi libido*



*Si*

*Y olvidé  
por qué probé  
Ah sí, creo porque me hace sonreír  
Lo encontré difícil  
Era difícil de encontrar  
Ah bueno, lo que sea, no importa*

*hola, ¿qué tan bajo? [repetida “n” número de veces]*

*Con las luces apagadas es más seguro  
Aquí estamos ahora  
Entreténganos  
Me siento estúpido y contagioso  
Aquí estamos ahora  
Entreténganos  
Un mulato  
Un albino  
Un mosquito  
Mi libido  
Sí, una negación  
Una negación  
Una negación...*

De entrada, es evidente que la letra tiene mayores aspiraciones estéticas que las que mostramos aquí líneas arriba. Se trata de la poesía de un joven del noroeste de Estados Unidos que entró en contacto con artistas universitarios y que intentó, por sus medios, expresarse. No tuvo la formación de un poeta aristócrata ni la de un virtuoso de la música, simplemente utilizó al rock como medio de expresión y lo hizo imprimiéndole un sello punk, corriente que llevaba varios años marginada de los planes de la industria disquera.

A la ambigüedad de la letra de “Smells like teen spirit” se suma otro elemento ambiguo: a Kurt Cobain no se le entendía con claridad lo que estaba cantando. Además, la canción tenía un nombre que no se repetía —como era costumbre— en su coro. Los escuchas ataban cabos, caían en cuenta de que se criticaba al comercialismo, algunos ubicaban el dardo contra el mundo discográfico, otros a cualquier elemento de la sociedad, tal y como era el “Teen Spirit”, un

desodorante para niñas que quizá ni siquiera lo necesitaban. Cobain y Nirvana también mostraban que la situación los enfurecía.

“Era claro que el cantante estaba enfurecido, pero no podía entender ni una sola palabra de lo que estaba diciendo. También estaba alcanzando la estratosfera melódica y regresando con una tonadita sencilla que te invitaba a hacer algo, inclusive si tú eras un jugador de béisbol fracasado al que sólo le quedaban ganas de beber cerveza.”<sup>99</sup>

Nirvana entonces conformó un himno político que no tiene ni un solo verso en el que hable expresamente de política, era una muestra de insatisfacción, una insatisfacción que exasperaba a sus creadores y que deseaban transmitir para abrir los ojos a quienes estuvieran dispuestos a ver lo que ellos querían decir.

“La frase (Smell...) no viene en la canción. Pero el título sardónico de la canción le imprimía algo primitivo: para l observador casual “eso” a lo que se refería no era al teen spirit, algo que se podía encontrar en un jugo de futbol americano preparatorio. Olía a eso. La referencia es sexual, pero también apuntaba a un producto cuyo marketing está diseñado para venderlo a la gente joven de la misma manera que las canciones en la radio, Huele a algo falso. Y el cantante quiere, sobre todas las cosas, algo real”.<sup>100</sup>

Pero ¿contra quién dirige su rabia Nirvana en Smells...: el vendedor, el comprador o ambos?

“Aquí estamos, entreténganos... era la fuerza central del coro de la canción. Desde el punto de vista de la primera persona, se ve que la canción es un desesperado pregón contra aquellos que siguen al pastor, aquellos que compran discos simplemente porque están en los primeros lugares de popularidad o porque MTV así se los indica. Cobain, interpretando el papel del ingenuo, dice que se siente estúpido y contagioso/Aquí estamos entreténganos. Es un desafío directo a los consumidores jóvenes para que busquen su propia música, su propia vida”.<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).

<sup>100</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).

<sup>101</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).

En pocas palabras, se refiere con desprecio hacia a los pusilánimes.

“Lo he encontrado difícil, es difícil de encontrar/Bueno, al diablo, no importa. El verso quizá representa mejor que cualquier otra letra de los 80 o 90 la generación post-boomer y su reputación de apatía, sin decir realmente nada. Parece ser un día de flojera en aquel sillón y Cobain está tratando de llamar la atención sobre ese mundo bizarro. Sin embargo, pierde la concentración y como en el fondo no le importa mucho y como no hay algo que quizá valga medianamente la pena ver en televisión, abandona su causa”.<sup>102</sup>

Y finalmente, el cierre es categórico.

“Durante el clima musical, con las guitarras y la batería a todo volumen, la apatía de Cobain se convierte en una violenta declamación, finalmente grita lo que él en verdad piensa: una negación, una negación, una negación, una negación. La voz furiosa de Cobain dice que la negación es un crimen de la peor calaña”.<sup>103</sup>

Para aumentar más la ambigüedad de la letra, la música y la interpretación, “Smells like teen spirit” contó con un video que en su momento generó mucho impacto.

“El video de Teen Spirit –ideado por Cobain—lleva la letra de la canción un paso más adelante: no sólo es el vocalista enojado por algo, es está haciendo algo al respecto. Está convirtiendo un desfile escolar de porristas inadaptados en un mosh-pit. Es una liberación gigantesca, un microcosmos de los descontentos de la nación demandando tomar el control de su propia historia.<sup>104</sup>

“La esencia de Nirvana es claramente retratada. Grohl es un monstruo en la batería, su cabello y sus brazos vuelan como si fuera una caricatura. Novoselic estaba bebido y drogado durante la grabación, de acuerdo al biógrafo Michael Azerrad, y su cabello caído sobre su cara de bebé lo convierte en un roquero en escape. Cobain con su grasoso cabello rubio y su playera de Freddy

---

<sup>102</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).

<sup>103</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).

<sup>104</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).

Krueger, parece un loco, saltando como mono en ciertos momentos, literalmente toma por asalto la cámara. Es rock'n roll –una fiesta con mensaje”.<sup>105</sup>

Con base precisamente en las ambigüedades de Smells y de las demás canciones de Nirvana, Jamie Allen (2002) intenta explicarse que fue Kurt Cobain para sus escuchas: “Cobain fue el rol perfecto para todo aquel que pretendía ser alguien que no era. Se trataba de alguien como Brad Pitt en el Club de la Pelea; era el artista en tu mente, tu alter ego rebelde que da saltos dentro de todo aquel que tiene una existencia conformista.”

Dejemos Smells y veamos más canciones de Nirvana.

### ***"Heart - Shaped Box"***

*She eyes me like a pines when I am weak  
I've been locked inside your Heart-Shaped box for a week  
I was drawn into your magnet tar pit trap  
I wish I could eat your cancer when you turn back*

*Hey  
Wait  
I've got a new complaint  
Forever in debt to your priceless advice  
Hate  
Haight  
I've got a new complaint  
Forever in debt to your priceless advice  
Hey  
Wait  
I've got a new complaint  
Forever in debt to your priceless advice*

*Meat-eating orchids forgive no one just yet  
Cut myself angel's hair and baby's breath  
Broken hymen of your highness I'm left black  
Throw down your umbilical noose so I can climb right back*

---

<sup>105</sup> ALLEN, J. (2002): “Smells like teen spirit”, Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon (www.salon.com).

## Traducción:

### *"Caja con forma de corazón"*

*Me vigila como un piscis cuando estoy débil  
He estado atrapado en tu caja en forma de corazón durante una semana  
Me arrastraste a tu trampa de corcho magnético  
Ojalá pueda comerme tu cáncer cuando vuelvas*

*Hey  
Espera  
Tengo una nueva queja  
Por siempre en deuda por tu invaluable consejo  
Odio  
Altura  
Tengo una nueva queja  
Por siempre en deuda por tu invaluable consejo  
Hey  
Espera  
Por siempre en deuda por tu invaluable consejo*

*Las orquídeas carnívoras todavía no han perdonado a nadie  
Me corté yo mismo mi cabello de ángel y respiración de bebé  
Roto el himen de su alteza, yo quedo negro  
Deshazte de tu cordón umbilical para que pueda escalar de regreso*

“Heart Shaped Box” es una poderosa canción en la que Nirvana aborda el tema del amor desde el punto de vista de la dependencia, las ataduras y la prisión que puede llegar a producir ese sentimiento. Lo que se hace es comparar al amor hacia una persona como una adicción. Pero “Heart Shaped Box” no patentiza que esa situación en que uno se vuelve dependiente sea por un alguien, sino también por un algo. Ese algo no solo es una cosa común y corriente, es un objeto de consumo muy poderoso, tanto como alguien al que uno ama y al que esta atado. Hablamos de una droga, de la heroína.

Con “Dumb”, Nirvana vuelve a mostrar su preocupación por la indiferencia y los pusilánimes, quienes capitulan con tal de ser aceptados por quienes les rodean. Es una invitación a recapacitar.

## **"Dumb"**

*I'm not like them  
But I can pretend  
The sun is gone  
But I have a light  
The day is done  
But I'm having fun*

*I think I'm dumb  
or maybe just happy  
Think I'm just happy  
my heart is broke  
But I have some glue  
help me inhale  
And mend it with you  
We'll float around]  
And hang out on clouds  
Then we'll come down  
And I have a hangover...  
Have a hangover*

*Skin the sun  
Falkl asleep  
Wish away  
The soul is cheap  
Lesson learned  
Wish me luck  
Soothe the burn  
Wake me up*

*I'm not like them  
But I can pretend  
The sun is gone  
But I have a light  
The day is done  
But I'm having fun*

**Traducción:**

## *"Tonto"*

*No soy como ellos  
Pero puedo disimular  
El sol se fue  
Pero tengo una luz  
El día se acabó  
Pero me divierto*

*Creo que soy un tonto  
o quizá esté contento  
Creo que me estoy poniendo alegre  
mi corazón está roto  
Pero tengo un poco de pegamento  
ayúdame a inhalarlo  
Y reparémoslo juntos  
Vamos a flotar por aquí  
Y nos colgaremos de las nubes  
Luego descenderemos  
Y yo tengo una resaca...  
Tengo una resaca  
Desnuda al sol  
Me quedo dormido  
Sueña que alma es barata  
Lección aprendida  
Deséame suerte  
Cura la quemada  
Despiértame*

*No soy como ellos  
Pero puedo disimular  
El sol se fue  
Pero tengo una luz  
El día se acabó  
Pero me divierto*

Pero "Dumb" también puede ser entendida como otro tipo de capitulación, la de la vida. Pareciera que uno finalmente puede darse cuenta de lo tonto que es tratar de pretender lo que no se es y que por cualquier cosa que se haga, uno

esta solo. Es el peso de la individualidad del fin del Siglo XX y principios del 91.

Tras ver los contenidos de “Smells...”, “Heart Shaped...” y “Dumb”, no deja de llamar la atención la letra de “Lithium”:

**"Lithium"**

*I'm so happy.  
Cause today I found my friends.  
They're in my head.  
I'm so ugly.  
But that's ok. 'Cause so are you.  
We've broke our mirrors.  
Sunday morning.  
Is everyday for all I care. And I'm not scared.  
Light my candles.  
In a daze cause I've found god.*

*Yeah ["n" número de veces]*

*I'm so lonely.  
And that's ok. I shaved my head.  
And I'm not sad.  
And just maybe.  
I'm to blame for all I've heard. And I'm not sure.  
I'm so excited.  
I can't wait to meet you there.  
And I don't care.  
I'm so horny.  
But that's ok. My will is good.*

*Yeah ["n" número de veces]*

*[Coro]  
I like it.  
I'm not gonna crack.  
I miss you.  
I'm not gonna crack.  
I love you.*



*I'm not gonna crack.  
I kill you.  
I'm not gonna crack. [x2]*

*I'm so happy.  
Cause today I found my friends.  
They're in my head.  
I'm so ugly.  
But that's ok. 'Cause so are you.  
We've broke our mirrors.  
Sunday morning.  
Is everyday for all I care. And I'm not scared.  
Light my candles.  
In a daze cause I've found god.*

*Yeah ["n" número de veces]*

*[Coro]...*

## **Traducción:**

### **"Litio"**

*Soy tan feliz.  
Porque hoy encontré a mis amigos.  
Están en mi cabeza.  
Soy tan feo.  
Pero no importa. Porque tú también lo eres.  
Hemos roto nuestros espejos.  
Todos los días son domingo por la mañana.  
Por lo que a mi respecta  
No tengo miedo  
Enciendan mis veladoras.  
Durante un aturdimiento encontré a Dios.*

*Sí ["n" número de veces]*

*Estoy tan solo.  
Y so está tan bien. Me rasuré la cabeza  
Y no estoy triste.*

*Y sólo quizá.  
Culparé a todo lo que he oído. Y no estoy seguro.  
Estoy tan emocionado.  
No puedo esperar para encontrarte ahí.  
Y no me importa.  
Estoy tan caliente.  
Pero está bien. Tengo buena voluntad.*

*Sí ["n" número de veces]*

*[Coro]  
Me gusta.  
No me voy a partir.  
Te extraño.  
No me voy a partir.  
Te amo.  
No me voy a partir.  
Te maté.  
No me voy a partir. [x2]*

*Soy tan feliz.  
Porque hoy encontré a mis amigos.  
Están en mi cabeza.  
Soy tan feo.  
Pero no importa. Porque tú también lo eres.  
Hemos roto nuestros espejos.  
Todos los días son domingo por la mañana.  
Por lo que a mi respecta  
No tengo miedo  
Enciendan mis veladoras.  
Durante un aturdimiento encontré a Dios.*

*Sí ["n" número de veces]*

*[Coro]...*

Aquí se interpreta que la dejadez pudiera ser signo de timidez, timidez de la que se quiere escapar de alguna manera, ya sea por la vía de las drogas o de alguna religión capaz de aliviar al espíritu. Otra vez se juega también un poco con la posibilidad del suicidio ante la inconformidad ante la vida.

Por lo que toca a "All Apologies", su contenido es más poético, lo cual abre la puerta para más interpretaciones, verso por verso.

**"All Apologies"**

*What else should I be  
All apologies  
What else should I say  
Everyone is gay  
What else could I write  
I don't have the right  
What else should I be  
All apologies*

*In the sun  
In the sun I feed as one  
In the sun  
In the sun  
I'm married  
buried  
I wish I was like you  
Easily amused  
Find my nest of salt  
Everything is my fault  
I'll take all the blame  
Acur scafoam shame  
Sunburn with freezefurn  
Choking on the ashes of her enemy  
All in all we all are*

**Traducción:**

**"Todas las excusas"**

*¿Qué más debo ser?  
Con todo respeto  
¿Qué más debo decir?  
Todos son gays  
Qué más puedo escribir*

*No tengo el derecho  
Qué más debo ser  
Todas mis excusas*

*En el sol  
En el sol me alimento como el único  
En el sol  
En el sol  
Estoy casado  
enterrado  
Me hubiera gustado ser como tú  
Fácilmente entretenible  
Encuentra mi nido de sal  
Todo es mi culpa  
Asumiré la responsabilidad  
Vergüenza de espuma marina  
Bronceado con quemadura de congelador  
Asfixiándose en la ceniza del enemigo  
Todo en todo es todo lo que todos somos*

“Rape me” en cambio es más directa, es la historia de alguien que va a la cárcel por violación y que ya tras las rejas recibe su merecido al convertirse él en el violado. “Ojo por ojo”, pero un “ojo por ojo” que uno no sabe si resulta hipócrita o de arrepentimiento masoquista.

### ***"Rape Me"***

*Rape me,  
Rape me, my friend  
Rape me,  
Rape me again*

*I'm not the only one [x4]*

*Hate me,  
Do it and do it again  
Waste me  
Rape me, my friend*

*I'm not the only one [x4]*

*My favorite inside source  
I'll kiss your open sores  
Appreciate your concern  
You'll always stink and burn*

*Rape me,  
Rape me, my friend  
Rape me,  
Rape me again*

*I'm not the only one [x4]*

*Rape me.....*

**Traducción:**

***"Viólame"***

*Viólame,  
Viólame, mi amigo  
Viólame,  
Viólame otra vez*

*No soy el único [x4]*

*Ódiame,  
Hazlo una ve y otra vez  
Friégame  
Viólame mi amigo*

*No soy el único [x4]*

*Mi fuente favorita dentro  
Besaré tus heridas abiertas  
Apreciaré tus preocupaciones  
Siempre arderás y apestarás*

*Viólame,  
Viólame, mi amigo*

*Viólame,  
Viólame de nuevo*

*No soy el único [x4]*

*Viólame.....*

## b) La audiencia de Nirvana en México

Sostenemos que algunos elementos presentes en la descripción de las canciones de Nirvana, ya sea de primera o segunda mano, ayudaron a Kurt Cobain, David Grohl y Krist Novoselic a trascender a su grupo generacional, a sus espectadores asiduos y al público angloparlantes, para presentar al menos a Cobain como el músico, el ídolo capaz de hacer recordar al hombre común su sensibilidad y humanismo

Esto lo pudo lograr Cobain al impactar al mundo de la naturaleza (lo que puede conseguir sólo si los receptores detectan pertinencia en el mensaje), al mundo de la sociedad (al no salirse de la norma preestablecida en el entorno social), al mundo interno (al ser efectivo en materia de sentimientos, deseos e intenciones) y al lenguaje (ya que la música, al tener una semántica, gramática y sintaxis, sui-generis, resulta efectiva como medio, con todo y las interferencias propias de las barreras lingüísticas y de la estridencia).

Como prueba de la efectividad de la penetración tenemos estas líneas expresadas por una de las seguidoras de Cobain:

“Podía sentirme totalmente como una mierda y al escuchar una canción de Nirvana terminaba completamente renovada. Quizá no se suponía que eso debiera pasar. Quizá escuchar a alguien cantando sobre ira, dolor, confusión, pérdida, no tenía como propósito hacer que te sintieras bien. Pero siempre me hacían sentir feliz y vivo de nuevo. Me duele que Cobain no haya encontrado el mismo apoyo que yo tuve en su música”.<sup>106</sup>

Esas palabras pueden sonar sin importancia para acercarse al impacto de Nirvana en México, pero el panorama cambia con algunos datos, tales como que una estación de radio del DF, ya desaparecida, Rock 101 realizó una votación para determinar cual era la canción más popular entre 1990 y 1995, dentro de su audiencia, quedando en primer lugar Smells like teen spirit de Nirvana.

---

<sup>106</sup> “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York.

El impacto de personalidades como la de Cobain se atribuye a su efectiva mediación de la realidad que resulta sumamente atractiva para las audiencias jóvenes.

Mary Douglas dice que para que se de este tipo de penetración "no se trata sólo de que esto sea esto y aquello, aquello, sino de que esto esté en su lugar justo, correcto y adecuado. En efecto la realidad social se legitima por su mera existencia, independientemente de cualquier conjunto más amplio de reglas, mitos o creencias religiosas formales."<sup>107</sup>

Así, podemos ver que Kurt Cobain se mostró en concordancia con el entorno, lo que le dio legitimidad y éxito. Lo que hizo fue reafirmar lo que ocurría hacia adentro de un grupo social específico, donde la música de Nirvana operó como parte de un ritual. Guardando las debidas distancias, incluso se podría decir que la comunidad grungera se asemejaba en sus características con círculos artísticos cultos restringidos.

"La vida en Estados Unidos puede matar a los jóvenes. Kurt Cobain fue la Gran Esperanza Blanca para muchos chicos atrapados en vidas deprimentes. Al madurar como un adolescente promedio en Estados Unidos en los 80. Compartió una triste historia social común entre los miembros de su generación. Un héroe lumpen de la prole, no solo salió vivo de la tierra árida de la adolescencia, sino que llegó a lo más alto. El triunfo de Cobain le dio esperanza a los chicos, la esperanza de que podías ser tú mismo, ser un humano y no quedar destruido en el intento. Era la prueba de que un chico inadaptado al final se le revelaría la verdad y la justicia prevalecería. En Nirvana, Cobain hizo del infierno particular de un chico cualquiera el aullido colectivo de toda una generación. No se suponía que se suicidara".<sup>108</sup>

Cobain se presentaba como el ejemplo a seguir por los jóvenes de los 90. El y sus compañeros de Nirvana, a pesar de sus problemas familiares y emocionales, demostraron que Estados Unidos no es un lugar estéril para cumplir con el American way of life.

---

<sup>107</sup> WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós, p. 101.

<sup>108</sup> GAINES. (1994): "Rolling Stone Magazine" (Jun. 2, 1994 No. 683); "Kurt Cobain 1967-1994"; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 59.



Estados Unidos había ganado la guerra fría, sin embargo, el país parecía incapaz de ofrecer un futuro digno a la mayoría de sus adolescentes, los que resentían con mayor fuerza la recesión económica y moral.

“Los 80 le ofrecieron a los jóvenes violencia social y humillación. Traumatizados por padres ausentes o abusivos, maestros, psicólogos o policías; inmersos en trabajos insignificantes, sin salarios dignos, desorientados por instituciones desintegradas, muchos jóvenes estaban atrapados en un ciclo de futilidad y dispersión. Los adultos abandonaron a su suerte a toda una generación al no poder protegerla ni prepararla para la vida independiente. Y cuando la juventud empezó a exhibir síntomas de la negligencia de los adultos, la que se reflejaba en la tasa de suicidios, abuso de sustancias, homicidios, fracaso escolar, rebeldía y miseria, fueron condenados como apáticos, iletrados y perdedores morales”.<sup>109</sup>

Jürgen Habermas (1984) apunta que hay grupos capaces de disociarse lo suficiente de la conciencia tecnocrática, entre ellos señala a grupos de actividades informales como sería el rock en sus niveles subterráneos, de donde salió Nirvana.

Por su parte, la juventud mexicana enfrenta una insatisfacción similar provocada por el desempleo, la falta de oportunidades, la educación defectuosa, el centralismo, el favoritismo por el que muchas veces no aparecen como los más capaces, las crisis económicas recurrentes, el subdesarrollo político y su escasa posibilidad de expresión.

Frente a ello, la música rock se convierte en un significado subjetivo sobre el mundo, del que se vuelven conscientes.

Lo cierto aparentemente es que tanto en Estados Unidos como en México, la juventud parece estar alienada ante su problemática y quienes tratan de exponer sus ideas sobre ella, quedan al margen.

“A través de los peores años de sus vidas, la música de los chicos –hard core, trash, metal y hip hop—expresaban la brutal verdad de la generación resultante del Estados Unidos de Reagan. Dado que los adultos no lo entendían, fue a través del subterráneo juvenil que los adolescentes se crearon

---

<sup>109</sup> GAINES. (1994): “Rolling Stone Magazine” (Jun. 2, 1994 No. 683); “Kurt Cobain 1967-1994”; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 60.

oportunidades para explorar la macabra realidad con la que tenían que luchar. A través de los paradigmas musicales, artistas tan diversos como Slayer, NWA, Henry Rollins, Axl Rose, Suzzane Vega, Courtney Love y Morrissey han intentado solucionar sus experiencias miserables y de humillación. Actualmente, los jóvenes saben que la alienación, la pérdida y la ira son condiciones normales de vida”.<sup>110</sup>

En México, algunas bandas de rock, música latinoamericana, urbana, blues y reggae han intentado mostrar una bandera de inquietudes e insatisfacciones juveniles, sin embargo, su adhesión a organizaciones políticas, muchas veces bloquea la intención de englobar a grupos más heterogéneos. Otras tantas el canto se vuelve de minorías e incluso elitista porque un grupo se auto-ostenta como el único legítimamente rockero.

Todo ello en un contexto en el que los jóvenes lucen escépticos respecto a los beneficios de la escolaridad ante la distancia abismal que hay entre los que se les enseña y lo que se exige para sobrevivir en el medio urbano, lo que según Castillo, Zermeño y Ziccardi los deja frente a trabajos inestables, deserción escolar, delincuencia, desintegración familiar y pandillerismo.

"El panorama de la subcultura... se desvaneció en base de la represión y la satanización, el romántico y utópico sueño de-paz-y-amor que proponían los jóvenes de los años 60, la dura realidad se asentó y el desencanto cobró formas inquietantes: los jóvenes se despeñaron en las complacencias enajenantes de la música disco, o, si no, mostraron su inconformidad a través del rock progresivo (música formalista, más bien fría, interiorista y refinada) o al ruidoso metal pesado (heavy metal o "simpatía por el diablo" que con su estética ligada a la fantasía, la barbarie, al erotismo, la muerte, los espectros y el satanismo, para bien o para mal era el reflejo del desolador paisaje moral de la pujante clase media del país), o mediante el rock punk que vino a ser una manifestación de las condiciones agudizadísimas de opresión moral, cancelación de esperanzas e ilusiones y pobreza material en numerosos de los jóvenes de las ciudades. Su rechazo ciego y visceral al sistema los hizo simpatizar con el nazismo y la svástica fue su medio de identificación y provocación."<sup>111</sup>

---

<sup>110</sup> GAINES. (1994): "Rolling Stone Magazine" (Jun. 2, 1994 No. 683); "Kurt Cobain 1967-1994"; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York, P. 61.

<sup>111</sup> AGUSTIN, J. (1983): "Tragicomedia mexicana 2", México D.F., Ed. Planeta, p. 123.

Ello nos sirve para observar la formación de una audiencia que en menor o mayor grado no cuenta con esperanza en el futuro.

La escena nacional basada en los hoyos fonquis, tuvo como exponentes mayores al TRI, Rockdrigo González, Botellita de Jerez y Paco Gruexxo. A esa generación le siguieron Chac Mool, Manchuria, Anchorage, Tex Tex, Kerigma, Banda Bostic, Real de Catorce, Decibel, Size, Hangar, Ambulante, Trolebús, Nuevo México, Ritmo Peligroso, entre otros.

Estas agrupaciones permanecieron en planos netamente subterráneos y la comercialización resultó factible a raíz del llamado "Rock en tu idioma", encabezado por actos argentinos y españoles.

Así, Mecano, Radio Futura, Miguel Mateos y Zaz, Soda Stereo, La Unión, Ricardo Porceto, Fito Páez, Hombres G, Danza Invisible, Duncan Dhu, Charly García, Enanitos Verdes, entre varios más, se apoderaron de la escena y permitieron a la vez la popularización de agrupaciones como Caifanes, Fobia, Los Amantes de Lola, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, entre otros.

Hugo García Michel se mofa del rock en español y señala que la mayoría de los grupos mexicanos pertenecen a la "pequeña burguesía" y son "hijos de Luis Llano" y entre sus fuentes están Parchís, Timbiriche, Chamos y Menudo, además de que viven en el engaño del "Rock en Español", porque bandas como Soda Stereo y La Unión lo que practican es un "pop bien hehechito".

No obstante lo anterior, la conclusión del debate sobre qué es rock y qué no, se soluciona en Argentina donde se concluyó que el rock no era una corriente musical, sino un cúmulo de actitudes relacionadas con la sinceridad, la autenticidad, el arte y las preocupaciones no comerciales.

"El rock es nuestra cultura. La cultura de una generación que rechaza la herencia de las generaciones anteriores una herencia de crisis, de sangre, una de las peores del mundo. El arte de hoy implica toda una postura ideológica y filosófica. Los rockeros estamos más preocupados y conectados con el planeta que los supuestos artistas que el establishment sustenta." (Andrés Calamaro)

Así el rock pasa de adjetivo a sustantivo y en ese tenor Nirvana apoyaba aparentemente la transformación que ocurría en la juventud, proveyendo formas y rituales, a través de los que lograron liderazgo.

A pesar de las contradicciones, hay una expansión en el movimiento, pero es controvertido en cuanto a su penetración y se haya en ventaja frente a la música popular, entre las bandas de impacto están Café Tacuba, Santa Sabina, La Lupita, La Castañeda, Transmetal, Víctimas del Doctor Cerebro, Coda, Azul Violeta, Radio Kaos, Tijuana No, Juguete Rabioso, Limbosamba, Estrambóticos, Crista Galli, La Concepción de la Luna, KGB, Consumatum Est, Ansia, Casino, La Gusana Ciega, etcétera, cuya fuerza aún es restringida.

En ese contexto, figuras como la de Cobain vienen a cubrir un hueco, sobre todo en clases medias, donde los muchachos, no pertenecen a la elite o no se sienten aludidos por grupos que cantan sobre temas políticos específicos, hoyos, drogas y sobre "la banda", e incluso muchas veces no aceptan música nacional por malinchismo o endiosamiento de las letras en otro idioma.

Por eso Nirvana también viene a convertirse en un importante símbolo entre chicos mexicanos que en su perfil presentan aparentemente características culturales y étnicas difíciles de superar para cantantes internacionales, e incluso barreras idiomáticas, las que rompen gracias a la magia artística de la música.

La identidad, que se da en el contexto de una estructura social específica, participa en un proceso de coproducción del mundo social y de sí misma, cuenta entonces con un rol rockero al que se corresponde ante la parafernalia de éste y se complementa con otros (roles) que tienen que ver con presiones sociales y psicológicas.

### **c) El impacto de Nirvana en México**

Para rastrear el impacto de Nirvana en México, tenemos varias aristas: éxito comercial, influencia en grupos de rock locales, creación de nostalgia en algunos grupos generacionales y activismo político.

Universal, la disquera de Nirvana, señala que Nirvana obtuvo ventas muy importantes con "Nevermind", las cuales se mantuvieron con "All Apologies" y "Unplugged in New York", además de que hubo resultados significativos con discos como "Bleach" y "Mosquito Insecticide", con todo y que estos dos últimos trabajos no recibieron promoción radial en ninguno de sus sencillos. La disquera, desafortunadamente, no brindó datos duros sobre esta información, ya que por política interna, no se hacen públicas las cifras de

venta de sus productos, con todo y que en algunos casos muy publicitados, se entregan premios (discos de oro y platino) a sus artistas por superar determinados números de copias.

Además del dato de “ventas sostenidas” en México de los discos originales de Nirvana aparecidos antes del fallecimiento de Kurt Cobain, hay otro indicador que nos puede ayudar a verificar el impacto de Nirvana en México: el lanzamiento en 2002 de un disco compilatorio. Dicha producción incluye un sencillo inédito hasta el lanzamiento de esta compilación: “You know you’re right”, así como éxitos remasterizados de la banda que originalmente aparecieron en sus discos anteriores: “About a girl”, “Been a son”, “Oliver”, “Smells like teen spirit”, “Come as you are”, “Lithium”, “In bloom”, “Heart shaped box”, “Pennyroyal tea”, “Rape me”, “Dumb”, “All apologies”, “The man who sold the world” y “Where did you sep last night”.

El disco recopilatorio se llama simplemente Nirvana y generó bastante expectativa en la prensa nacional desde más de un año antes de su lanzamiento. El motivo principal fue el conflicto entre los herederos del patrimonio del grupo de Seattle: Dave Grohl, Krist Novoselic y la viuda de Kurt Cobain: Courtney Love. Los periódicos mexicanos relataron paso por paso el proceso judicial y de negociación entre las partes, el cual concluyó con la autorización general de la utilización comercial de “You know you’re right” dentro de un disco especial donde se incluirían versiones renovadas de éxitos originales de Nirvana. Los editores de las secciones de espectáculos de los diarios mexicanos coincidieron en que el tema era de relevancia para sus lectores y que estos tenían un buen conocimiento de la historia del grupo y les dieron espacios relativamente importantes.

Al dirimirse los problemas legales para el lanzamiento de “Nirvana”, Universal realizó una campaña agresiva en México para su venta, sobre todo en lo que hace a la publicidad estática. Se compraron espacios en anuncios espectaculares de las ciudades más importantes del país, al grado que la mayoría de los “parabuses”, las estructuras de las paradas de camiones en el DF, mostraron durante más de dos semanas propaganda sobre el disco de Nirvana cuando éste aún no llegaba siquiera a las tiendas de discos.

Una revista especializada en rock y de larga tradición en México llamada “La Mosca en la Pared”, tras la euforia del disco y un aniversario más de la muerte de Kurt Cobain, preparó una edición especial sobre el grupo de Seattle. La edición mexicana –de reciente lanzamiento por parte de Prisa– de la

importante publicación especializada en música y entretenimiento, Rolling Stone, también generó un número con un amplio dossier dedicado al grupo de Seattle y la portada era una fotografía de Kurt Cobain.

Especialistas comentaron que Nirvana era quizá el único grupo de su generación e incluso de épocas roqueras anteriores capaz de ocupar las portadas de las publicaciones de música popular más importantes del mundo al competir con las bandas y artistas más representativos del género pop (Britney Spears, Ricky Martin, Kyle Minogue, Christina Aguilera, Jennifer López o Justin Timberlake), la música electrónica (Moby) y de movimientos renovadores del punk (Strokes, White Stripes, The Vines) y el metal (Linkin Park o Papa Roach).

Posterior al lanzamiento de “Nirvana”, hubo otros dos catalizadores para renovar el gusto para el grunge.

El primero fue una serie de tres presentaciones en la ciudad de México del considerado segundo grupo en importancia del género: Pearl Jam. Esa agrupación, a pesar de contar con una trayectoria de más de 10 años, jamás se había presentado en la república mexicana y su vista resultó tener un muy amplio impacto: los boletos para sus dos primeras presentaciones en el foro conocido como Palacio de los Deportes se vendieron en tan solo dos días, durante una venta especial para los clientes de un banco en especial. El suceso provocó la apertura de una tercera fecha que también tuvo muy buenas ventas y que sería transmitida por una estación de radio de la ciudad de México – Radioactivo 98.5—y un canal de televisión restringida –Telehit. Dado que Pearl Jam comúnmente saca a la venta discos de cada una de sus presentaciones en vivo, no se descarta que en breve salgan a la venta las respectivas a los conciertos de México.

Un segundo hecho que revitalizó la nostalgia por el grunge fue la aparición en escena de un grupo de nombre Audioslave que aglutinó a los ex músicos de una popular agrupación de rock contestatario de los 90 llamada Rage Against the Machine y a quien fuera el vocalista de Soundgarden –otro de los grupos más populares del grunge: Chris Cornell.

Así, de buenas a primeras, las voces de Cobain (Nirvana), Eddie Vedder (Pearl Jam) y Cornell (Audioslave/Soundgarden) empezaron a tener de nuevo muchísima exposición en radio y televisión en 2002 y 2003. El público mexicano les dio buena acogida comprando discos, boletos de conciertos,



publicaciones y pidiendo sus canciones a la radio, así como distribuyendo su material por canales informales.

Raúl David Vázquez, encargado de programación de la estación Radioactivo de la ciudad de México, comentó que Nirvana en su momento fue un grupo de mucho éxito, pero que actualmente lo sigue siendo entre los escuchas de su estación –cuyo target es de entre 15 y 25 años de edad. “Es de los favoritos”, comentó.

Sus palabras revelan que Nirvana sí tuvo impacto importante en la audiencia mexicana y que es perdurable ya que su surgimiento tuvo lugar cuando el principal grupo de edad de escuchas de Radioactivo tenía entre 5 y 15 años. Él afirma que su impacto se debió a su calidad: “(es) La banda más importante de los últimos 20 años. Su impacto social fue gigante, tanto por el momento en el que apareció como por la muerte de Cobain y sus razones para quitarse la vida. Como compositor, Cobain me parece excelente y a nivel sonido, un gran grupo.”

Nirvana también es generador de nostalgia en un importante grupo de la audiencia e Iñaki Manero, gerente de la estación de radio Mix-FM de la ciudad de México, señaló que en unos años, Nirvana será un ingrediente importante en la confección de las programaciones para adulto contemporáneo –gente entre 30 y 40 años de edad. De hecho, cabría en la clasificación de “alternativa contemporánea”.

Su incorporación a ese segmento, sin embargo, no cuenta con un proceso rápido, ya que Nirvana sigue vigente en canales de promoción para públicos juveniles, lo cual podría contribuir a que su culto crezca en muchas generaciones y se acerque a fenómenos como el de Beatles, Rolling Stones o Elvis Presley. Uno de los aspectos a destacar es el de que como Kurt Cobain falleció a los 27 años, es como si se hubiese estacionado ahí y no hubiera evolucionado hacia productos más propios a su generación contemporánea.

“Cobain se convirtió en parte del *club de los 27* (Morrison, Joplin, Hendrix, Jones), por su forma de vivir y de morir; él fue un honesto representante de su década y de las condiciones de vida clasemediera de Estados Unidos”, dijo Manero.

De cualquier manera, es importante señalar que el impacto de Nirvana a poco más de 10 años de su surgimiento está focalizado en grupos urbanos de entre

15 y 35 años afectos a seguir de cerca las tendencias culturales y de entretenimiento emanadas de los principales centros emisores del mundo, ubicados principalmente en Estados Unidos, Canda, Europa y Australia. Para ellos, la barrera que significa el uso de un idioma extranjero es franqueable por necesidad.

Paralelamente a los discos, también se hicieron gran cantidad de camisetas alusivas a Nirvana (su número no está disponible) y ellas se convirtieron en un signo distintivo del gusto por el grunge, por la predilección del grupo al interior de la corriente, pero no sólo eso, también como la muestra de pertenencia a un grupo determinado.

Comprar un disco de Nirvana y usar artículos alusivos al grupo de Seattle, servía y sirve para mostrar afección por la banda y por el grunge, pero también para resaltar que no se tenía afecto por otras corrientes musicales, ya fueran nacionales o importadas.

También fue el acercamiento de los jóvenes a un fenómeno musical, mediático y cultural que los acercaba a su anhelo de cosmopolitismo y que servía para mostrar que ante la globalización, cada vez existían menos cosas que los diferenciaban de sus contrapartes de las mayores urbes del mundo.

“La poesía musicalizada de Nirvana refleja claramente el dolor de una generación finimilenarista sin ambiciones y con profundo terror a las consecuencias de un mundo devastado y sin oportunidades presto a cruzar la imaginaria y subjetiva línea que separa a un siglo de otro”, comentó Manero.

La irrupción de Nirvana sirvió en alguna medida para revitalizar la venta de discos de grupos estadounidense, pero de forma paralela, algunos grupos nacionales que usaban al rock como medio de expresión, sufrieron la influencia del grunge en general y de Nirvana en particular.

Aun así la ambigüedad del mensaje de Nirvana no podía ser aprehendida totalmente por los grupos que posiblemente haya influenciado en primera o segunda generación. Ellos toman la obra y la adaptan a su manera, creando algo distinto que a través de los medios puede ser visto más o menos cerca de Nirvana, ese acercamiento puede ser subrayado o desdeñado de acuerdo a los intereses de los medios.



Además, de acuerdo a las motivaciones de Kurt Cobain (las que eran principalmente de empatía y anticomercialismo), se puede decir que su mensaje evidentemente no causó gran efecto en la industria o entre sus receptores, al menos no en un enorme nivel.

En Estados Unidos, algunos activistas cercanos al movimiento grunge posteriormente aparecieron dentro de grupos antiglobalización y en México, durante algunas protestas de carácter social, se pueden observar a personas con camisetas estampadas con la cara de Kurt Cobain. En Estados Unidos, gente cercana al grunge también se vio alineada con el candidato presidencial independiente Ralph Nader, en México es más factible ver a los seguidores de Nirvana en manifestaciones de grupos de izquierda.

“(a Nirvana) se le puede considerar como parte del último movimiento contracultural del siglo veinte que desembocó en varias formas de arte, entre ellas, la más inmediata, la música. Al ser un movimiento con raíces honestas, logro pernearse a nivel internacional; su impacto no resultó tan grande como con la cultura punk, sin embargo, su inclusión a la corriente mercadotécnica dominante, provocó ciertos cambios de modas y costumbres”, afirmó Manero.

No obstante todo lo anterior, el mensaje de Nirvana se ha desgastado, el himno anticomercial ahora es un éxito pop que cae dentro de una nueva clasificación comercial denominada adult-alternative. Hasta a eso se ha moldeado la industria, la cual no deja de satisfacer los gustos de aquellos que a principios de los 90 eran los grandes compradores de discos y que ahora en la primera década del nuevo siglo, quizá estén dentro de los grupos que más discos compran, si se toma en cuenta que ellos están menos habituados que las generaciones posteriores al swap. Incluso el swap pueden usarlo como vehículo para escoger que discos comprar y no como el mejor medio para adquirir música.

El idioma no ha sido obstáculo para el impacto de Nirvana en México porque su mensaje no sólo era letrístico, sino que también musical y mediático, por lo que había muchos soportes rock que les ayudaban a moldear al grupo a su entorno, entorno global donde el inglés cada vez es mejor aprendido por la juventudes.

Nirvana sigue produciendo nostalgia y al mismo tiempo se muestra a las juventudes como un mito roquero, quizá como el grupo estándar del hip alternativo, ahora tan socorrido. De ahí que cada aniversario luctuoso de

Cobain, publicaciones especializadas no dudan en poner al vocalista de Nirvana en sus portadas, desdeñando a estrellas del momento tales como Linking Park, Avril Lavigne, Britney Spears, Christina Aguilera, Papa Roach o Shakira.

#### **d) El papel de los medios**

Los medios de comunicación son señalados como legitimadores del estatus por sus detractores o bien como motor fundamental para el desarrollo social por sus simpatizantes. No obstante, hay artistas que confirman e invalidan ambas posturas, por lo que éstos se muestran como cualquier fenómeno comunicativo: ambiguos.

Podemos recurrir al postulado de Niklas Luhman (1993) referente a que la comunicación no es lo que siempre se ha creído: el poner en común, sino más bien una serie de malos entendidos en un intento de antemano infructuoso del emisor por dar a entender sus inferencias sobre un referente a uno o unos receptores. Con base en esto se puede afirmar que cada quien entiende lo que desea y no lo que el emisor propiamente se ha propuesto.

Lo anterior y las enunciaciones que aquí se han hecho sobre las múltiples inferencias que pueden nacer de una expresión artística dan fuerza al postulado de Luhman.

Uno de los ejemplos es precisamente el grupo de grunge Nirvana, el que a pesar de tener raíces marginales, fue explotado por la industria sin eliminar por completo su filosofía primaria. Inmersos en esta situación confluyen intereses sociales de todo tipo.

La obra de Cobain sirve perfectamente para aplicarlo, pues como se ve, los medios lo presentan de una manera para que los receptores puedan admitirlo y posteriormente con base en las motivaciones de cada individuo, se fabrican explicaciones sobre su propio contexto.

Nirvana media los referentes que impulsaron su música, su letra y su actitud, pero también refleja las intenciones de la disquera creándose una amalgama donde se objetiva a la industria que se vuelve, junto al grupo musical, significativos.

En ese plano, Nirvana y en el fondo la industria disquera se convierten en catalizadores de la gran ambigüedad que es la identidad personal de un grupo determinado de personas, afectándolos, incluso de manera distinta.

De paso, la industria coadyuva a un tipo de integración significativa de orden institucional de toda la sociedad.

Un fenómeno interesante que apunta Denis McQuail (1993) es que a raíz de la identificación con estrellas musicales, la parafernalia y consecuente búsqueda de artículos ligados a ídolos como Cobain, es la ampliación del campo de la atención crítica, lo que reduce la brecha entre aficionados y críticos. Ello facilita que un individuo desee parecerse a la fuente, imitándolo o adoptando su comportamiento, ya que además de la ambigüedad, el contexto, la publicidad y las experiencias personas, están los multiplicadores de opinión hacia adentro de subgrupos.

Cobain era un hombre solo que hacía sentir a sus solitarios seguidores que no lo estaban tanto y ahí comenzó su mito que tuvo como claves la mediación eficiente y las multiinterpretaciones que de su música se podían hacer.

Claro que los dueños del capital se interesaron en él con fines que iban más allá y lo utilizaron según sus ideas, actuando exactamente como el mecenas, papel existente desde fines del medioevo.

Los dueños del capital se encuentran inmiscuidos al ser parte de instituciones comunicativas, cuyas acciones las reconocen los individuos, dice Berger, como pautas o tipos específicos que brindan estabilidad y predictibilidad, donde se puede innovar y deliberar.

Por esta razón, su papel es legítimo ante los individuos, ya que contribuyen al control social y dar fuerza al establishment.

Todos estos aspectos caben en nuestras consideraciones, pues como dice la antropóloga Mary Douglas, los significados son relativos pues son más amplios que los contextos en que aparecen.

José Joaquín Brunner (1991) incluiría esto entre las cuestiones que debe estudiar la sociología de la cultura, a través de sus interacciones y desfases, para explicar el papel clave de la industria cultural como aparato de mediciones entre las dimensiones de la cultura y con la política y la economía.

Por principio de cuentas, el avance de la industria cultural y la definición a través de un nuevo tipo de producción de ideologías "livianas" y "pesadas" de las que habla Brunner (1991), no permite en nuestro análisis colocar a Nirvana en medio de éstas porque en el afán de transmitir una concepción especial se aprovecha para reforzar ciertas rutinas culturales cotidianas con elementos de identificación y proyección en el ámbito individual y de masas.

Esto porque pretendemos no colocar a Nirvana como un simple producto de la "cultura idiota" de la que habla Carl Bernstein y cuya ideología es "liviana", pero tampoco es de agruparse con filósofos mayores de cuyas escuelas emanan las "pesadas".

El estar en medio de estas ideologías permitió a los medios de comunicación penetrar a Nirvana con el método de las "ideologías livianas" entre una audiencia heterogénea que incluyó a estudiantes de las "ideologías pesadas" quienes usaron al producto como un nuevo aditamento a su formación, mientras que muchachos sin preparación académica los vieron como lo más "pesado" en su contexto.

Cuando se produjo el L.P. "Nevermind", las mentes de la industria seguramente planificaron que Nirvana tenía el potencial de convertirse en un grupo de gran éxito, sin embargo, el fenómeno superó lo que presuponian.

El suceso de Nirvana resultó ambiguo y en especial el de su líder Kurt Cobain, por lo que se argumentó que era "la música que los jóvenes esperaban", el resurgimiento de lo verdaderamente alternativo.

En Estados Unidos afectó a adolescentes, jóvenes universitarios, posuniversitarios y a los que no tuvieron oportunidad de ir a algún "college" o desertaron en grados inferiores, con un denominador ambiguo.

Los ingredientes para que surja un ídolo resultan de por sí ambiguos, lo mismo que la forma en que los medios de comunicación actuaron para mitificar a una persona controvertida como Cobain.

Entonces, la forma en que se planificó la introducción de este fenómeno en México crece porque llega a un mercado heterogéneo donde fue compartido por habitantes de cinturones de miseria y por hijos de las elites cosmopolitas, sí como por las clases medias.

El impacto en México de grupos como Nirvana, sin importar el éxito o el fracaso en otras latitudes, no se puede tener por seguro y si se repite su popularidad con igual fuerza, la importancia del fenómeno sería de mayor.

La industria disquera, desde su matriz en E.U. puede coadyuvar a una gran difusión, pero ni eso garantiza que se vaya más allá de la influencia en pequeños grupos afectos a las modas internacionales.

Para el público, el producto se presentaba en otro idioma, pero se le invita a entender: se les dijo que era algo alternativo, un pasaporte que proporcionaba consenso sobre el capitalismo inmisericorde, pero también quedó claro que era el vehículo para producir ganancias exorbitantes. Entre sus contradicciones estaban que era libre y desinteresado, pero que estaba respaldado por la poderosa industria del disco; estaba diseñada para movilizar socialmente, pero también como entretenimiento; como arte, pero muchos por su sólo apariencia quedaba descalificado en ese sentido; como ejemplos para los jóvenes, pero que contradictoriamente la publicidad los presentaba como nocivos.

George Yudice (1994) evalúa las contradicciones y señala que la sociedad ya no acepta la premisa según la cual el ámbito de lo estético es intrínsecamente libre y desinteresado, sino que más bien funciona en aras de la hegemonía de cierto grupo.

Por eso resulta extraño que en primera instancia la disquera, en este caso Geffen Records, lograra vender con éxito la imagen de Cobain como el consensuador de la juventud con el establishment.

Quizá el que se haya promulgado la idea de que cualquier forma la sociedad estaba enajenada y era imposible el cambio, explicaría realmente el éxito, es decir, el canto de la soledad y la derrota como el verdadero estatus de la juventud, la que no tenía forma de emancipación.

La posmodernidad, el contexto en que supuestamente se basa Nirvana, es el tiempo, según Octavio Paz, en el que reina el escepticismo y la vanguardia retoza.

Nirvana, desde un punto de vista como el de Peter Berger, no organizaría una nueva praxis de vida, sino un canto al escepticismo y la ambigüedad.

La motivación de Geffen Records para respaldar a Nirvana ante los ojos de sus fanáticos, no era difundir los sentimientos de la juventud, sino aprovecharlo para cumplir con sus objetivos empresariales, sin importar que esa compañía pudiese señalar su identificación con lo subterráneo.

Ese choque de motivaciones o hasta de rótulos deslegitima, poco a poco, la capacidad del grupo para reflejar los intereses del segmento del que emanaron.

Jameson (1991) dice que el lenguaje esquemático de la cooptación ofrece una base teórica sumamente inadecuada para entender una situación en la que todos, de una u otra manera, sentimos nebulosamente que no sólo las formas contraculturales, puntuales y locales de resistencia cultural y guerra de guerrillas, sino también las intervenciones abiertamente políticas como las de The Clash, son desarmadas, de una manera secreta, por un sistema del que ellas mismas pueden considerarse parte, puesto que no logran tomar distancia de él.

El conflicto entre lo marginal y lo empresarial, en el caso de Nirvana en México, puede acrecentarse o minimizarse según la actitud de los integrantes del grupo y del beat de su música.

Las letras de las canciones pasan a un segundo plano y la intensidad musical se vuelve catalizador para entender a Nirvana como áspero o suave, conceptos que muchas veces sirven de referencia para catalogar la competitividad.

Algo más importante que las letras para conceptualizar a una agrupación musical es la opinión de los expertos, quienes por su experiencia y su información de primera mano, determinan la valía marginal del producto.

El impulso de la mayoría de los comentaristas tradicionales del rock "alternativo", llevó a muchos jóvenes de México a ver a Nirvana como un catalizador para desarrollarse y estar más cerca de su contraparte en países desarrollados.

Las contradicciones propias de los objetivos de la empresa disquera, igual que en otros países, restó envergadura al contexto que coadyuvó para prefabricar una magnificación de un buen producto musical.

Jameson (1991) señala los aspectos por los que se vuelve contradictorio el proceder de los medios, en un afán de estandarizar a la audiencia son:

- El populismo estético que tolera el kitsch.
- La destrucción de la expresión del ser, la que reemplaza por simulacros.
- El debilitamiento de afectos con su correspondiente referencia a la profundidad humana y el surgimiento del gozo, la experiencia eufórica de la muerte del sujeto.
- La sustitución de la paranoia por la conformidad.
- El reemplazo de la historia por el historicismo.
- La moda retro sin nostalgia.
- La pérdida del pasado radical.
- El narcisismo y la esquizofrenia sociales como resultado de la desedipización.
- La transformación de obra y sujeto en "textualidad" constituida por diferencias.
- Lo sublime histórico ya no como resultado de una incapacidad para imaginar o representar la inconmensurabilidad sino del terror ante una existencia.
- La apoteosis del maquinismo de la tercera revolución industrial, también denominada cibernética.
- La abolición de la distancia crítica.
- La pérdida de las coordenadas en el espacio urbano.

Asimismo en nuestro país, muchos nunca han visto con buenos ojos a los productos culturales de E.U. y en el caso de Nirvana aseveraron que era parte de la gran maquinaria de dominación ideológica que impone hábitos de consumo y formas de vida que nada tienen ver con la identidad mexicana, lo que finalmente crea sujetos sin capacidad de decisión.

Entonces surge la pregunta de por qué esa gran maquinaria promociona a un grupo como Nirvana que presenta tópicos sobre marginación en la



posmodernidad, si supuestamente es un aparato reducido a la prohibición, represión y negación.

La respuesta podría ser que los medios no son el factor dominante que dicta sobre la sociedad lo conveniente para la reproducción del sistema, por lo que reprime, prohíbe y niega, sino que son hegemónicos y concibiéndolos así se puede entender porque muestran simbolismos alternativos.

Por ello, la difusión de Nirvana no sólo se puede ver como imposición, sino como la adaptación del mensaje en la articulación de necesidades de quienes tienen un pasado cultural definido.

Así segmentos de audiencia, según sus particularidades formativas, adaptan a Nirvana a su entorno, mientras otros no lo logran o ni siquiera lo intentan.

Los grupos en que penetra Nirvana, lo toman para reciclar sus tradiciones y reformarlas.

Otro punto contradictorio que mueve a los medios es que dicha toma del producto debiese ser natural y no la recepción de lo que se espera. Es decir, Nirvana desde el punto de vista del humanismo estético, jamás debe ajustarse al estímulo sensorial de su público, sino mantenerse más allá para elevarse a un plano de ideas de la experiencia estética, sin embargo, la industria, en un proceso que erradica lo que se llama "alta cultura", aparentemente sabe o pretende saber lo que el público quiere o necesita y eso es lo que produce.

Firth (1987) dice al respecto que la palabra rock acarrea llamados a la sinceridad y la autenticidad, el arte y las preocupaciones no comerciales.

Nirvana, para Geffen, era lo que una parte de la audiencia necesitaba y por eso se les sacó del pequeño sello discográfico "Subpop" para promocionarlos con mayor eficacia.

Desde la óptica de Carlos Monsiváis podemos decir que Nirvana puso el talento y Geffen las pantallas grandes y chicas, cassettes, discos, conciertos en escenarios soberbiamente iluminados y sonorizados, pósters y miniposters, revistas y giras.

Esa conjunción llevó al estrellato a David Grohl y Krist Novoselic, además de convertir en ídolo a Kurt Cobain.



"Los verdaderos ídolos son en gran medida promociones de la industria, pero en lo fundamental resultan del sólido contrato social, en donde una parte dota de modelos perdurables a deseos y obsesiones colectivas, y otra parte se comprende a reproducir y desvirtuar creativamente, en su oferta de mínimo dominio, el arquetipo ofrecido. En el fondo de este pacto, hay manipulación y enajenación; también la experiencia infalsificable de millones de latinoamericanos que la literatura ya reinterpreta."<sup>112</sup>

#### e) Su estudio comunicativo

El producto de Nirvana es un bien simbólico propio de la sociedad estadounidense, pero que al ser una obra artística, media entre ella y los receptores mexicanos, quienes tienen a ese grupo bajo preceptos rockeros, punks o grungeros.

Néstor García Canclini (1991) señala que la expansión de la cultura de masas, al multiplicar las ofertas, ha facilitado la penetración de agrupaciones como Nirvana a través de la inclusión de públicos más amplios de repertorios de distintas culturas, en especial la estadounidense, lo que propicia diversas apropiaciones e interpretaciones de bienes culturales, en relación con las tradiciones de las que provienen los receptores.

Nirvana causa una comunicación más fluida entre sistemas culturales de naciones como Estados Unidos y México, pero a la vez señala una diferencia palpable entre ellas.

La canción "Smells like teen spirit", presentación a gran escala del grupo, nos sirvió para conocer la forma en que algunos jóvenes veían su contexto en Estados Unidos y equiparamos algunos aspectos y otros nos permiten observar las divergencias.

La información que se adquiere de Nirvana, poco a poco, junto a la irrupción de otros grupos de grunge más, en conjunto con las prácticas comunes del

---

<sup>112</sup> MONSIVAIS, C. (1991): "Literatura latinoamericana e industria cultural", pags 187-210; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. CONACULTA, p. 204.

segmento de audiencia, crea una estética alternativa, lo que es más evidente en un país como México.

A partir de la asimilación, surgen expresiones equivalentes y ahí principia el debate si se trata de una copia o una adaptación.

Según Enrique Lihn (1980) Nirvana sería ejemplo de lo mal entendido que provoca imitaciones y copias.

Roberto Schwarz (1986) por su parte descarta la "dicotomía maniquea entre imitación y original", pues la intervención de productos de Nirvana, representa una articulación, donde grupos subalternos remodelan formas estéticas de acuerdo a sus intereses.

La intensidad que refiere el mensaje musical de Nirvana fue el que incidía en parte de la juventud nacional que la adaptó a móviles de queja y rencor ante la economía y el poder del Estado.

El poder de la música para apelar a sentimientos y volverse un símbolo más allá que un mero mensaje verbal, llevó a Nirvana a ser un referente legítimo para los jóvenes de los 90.

Fenómenos como éste resultan de gran importancia para analizar el sistema comunicativo actual, donde la moderna cultura popular no evoca, como la tradicional, situaciones míticas futuras o pasadas de la sociedad, sino que propone las suyas propias.

Así Kurt Cobain, David Grohl y Krist Novoselic buscaban reflejar su vida cotidiana como estrategia comunicativa principal para vincular la creación artística con el pueblo.

Cada uno de los aspectos que se relacionan en Nirvana comunican algo y por ello, sus integrantes, en especial Cobain, se convierten en una oferta cultural que entrega lo mismo su ropa, sus valores, sus actitudes que su vida privada.

Sobre este fenómeno, Xóchitl Ramírez y Eduardo Nivón (1991) dicen que Nirvana se integró a la rutina, constituyéndose en elemento de los hábitos públicos y privados de muchos jóvenes, en una suerte de integración a una compleja cadena de elaboraciones simbólicas.

Por esa fuerza comunicativa, Nirvana se incorporó a través de los medios como un código social distintivo de un grupo en un periodo de tiempo determinado.

“Nos encontramos frente a un fenómeno en los que se mezclan elementos diversos: creaciones de la cultura popular de las que se apropian y las revierten modificadas a los públicos consumidores y al mismo tiempo con productos creados por los medios que pasan a formar parte de la imaginaria social: ideas sobre la juventud, sobre cómo ser moderno o estar en la modernidad, entre otros, y que derivan en el ya mencionado proceso de retroalimentación de símbolos. En México, el crecimiento de esa enorme maquinaria de producciones simbólicas ha sido notable en los últimos 40 años. Su crecimiento se encuentra ligado al discurso de la modernización del país y al éxito de la institucionalidad política que ha permitido ese desarrollo.”<sup>113</sup>

El que las letras de las canciones de Nirvana estén en inglés no es impedimento para su introducción a través del impulso de la maquinaria de producciones simbólicas.

Ramírez y Nivón (1991) aseguran que la mitificación de fenómenos como éste es factor de rompimiento de la estructura de opinión pública tradicional y de costumbres.

Ocurre una transformación tal que en México, una fiesta popular puede incluir a concheros, chinelos, mariachis, grupos de ritmos afroantillanos, nortños, música "dance" y de Nirvana, en una amalgama sui-generis.

Quizá la singular importancia de productos musicales con letra en inglés, se deba también a la urbanización incesante que experimenta el país. Ello podría significar que situaciones comunicativas como ésta sean termómetro de la transformación social cuando ocurre una tensión entre la tradición y la innovación.

Esta urbanización crea una profunda heterogeneidad de nuestras sociedades y hace que actos como Nirvana cultiven la pluralidad cultural.

---

<sup>113</sup> RAMIREZ X. y NIVON M. (1991): “El estudio de la cultura de masas en México”, pags 95-104; en N. García Canclini (comp.) “Cultura y Pospolítica”, México D.F., Ed. CONACULTA, p. 95.

Muchas veces los jóvenes se sienten marginados y al encontrar un producto, en este caso Nirvana, que choca con la opinión conservadora, se identifican con el grupo.

Al paso del tiempo, al avanzar generacionalmente, los jóvenes de cierta época pueden provocar que Nirvana pase a ser una manifestación popular de un clásico.

Lo que reforzó el paso de Nirvana hacia lo clásico fue su disolución a raíz de la muerte de Kurt Cobain, pues su explosión fue como toda detonación, fugaz.

Sin la desintegración, era previsible el desgaste de la banda, a la que se vería como "perversamente comercial", "inescrupulosamente capitalista" y "mantenedora de la conciencia del status quo".

Nirvana, que es un producto transitorio, libera a la sociedad del peso y la responsabilidad de la memoria. Sin embargo, remite a la memoria larga, al sentimiento de una visión del mundo.

Por ello, en nuestro país, Cobain se volvió para algunos un estilo de vida, comunicándolo fehacientemente con camisetas, posters, discos, bagatelas o de plano, imitando su apariencia.

Carlos Monsiváis lo explica al decir que los jóvenes ven en el rock extranjero la única posibilidad de allegarse las sensaciones contemporáneas porque sin ellas se desvanece la vivencia de la juventud.

"Los personajes de estos relatos desean encarar las cualidades atribuibles a los semidioses del rock y viven para la frase incisiva, el desplante, el sexo experimentado como alucinación inducida presentada como orgasmo, el desafío de la droga, la incomprensión del tedioso mundo de los adultos."<sup>114</sup>

Por ello, muchas veces las bandas no son rockeras por su música, sino por su actitud.

---

<sup>114</sup> MONSIVAIS, C. (1991): "Literatura latinoamericana e industria cultural", pags 187-210; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. CONACULTA, p. 200.

Simon Firth (1987) asegura que este factor contribuye a que el gusto por el rock, el seguir a grupos como Nirvana y rendir devoción a Kurt Cobain, funciona como co-constructor, junto a la identidad social, de la identidad individual.

"En por lo menos los últimos 50 años, la música popular ha sido una forma importante en la que hemos aprendido a entendernos a nosotros mismos como sujetos históricos, étnicos, de clase y género. Lo que la música popular puede hacer es poner en juego en sentido de identidad que puede o no ajustarse con la forma en que nosotros somos ubicados socialmente por otras fuerzas sociales. La música por cierto que nos pone en nuestro lugar, pero también puede sugerir que nuestras circunstancias sociales no son inmutables y que otra gente -músicos- comparta con nosotros nuestras insatisfacciones."<sup>115</sup>

Nirvana representaría así la intención comunicativa que provocó representaciones sobre el grupo, Cobain, Grohl, Novocelik, su música, sus letras, su actitud, su vestimenta, Geffen Record, la industria, la sociedad estadounidense. Ello alimenta una autocomunicación que se basa en nuestra búsqueda interior, sin que quizá la letra interfiera en nada y eventualmente la emisión de opiniones sobre Nirvana o la creación de música que lleve implícita su influencia.

Por ello, esta investigación intenta apelar sobre el estudio comunicativo de productos que como Nirvana intervienen en el desarrollo juvenil de una cultura propia, de la que Castillo, Zermeño y Zicardi (1991), dicen que la música es su elemento sustancial.

---

<sup>115</sup> FRITH, S. (1984): "Sounds effect", Ed. Pantheon Books, Nueva York, pag 53; en P. Vila, "El rock nacional, género musical y construcción de la identidad juvenil en Argentina"; a su vez en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. CONACULTA, p. 236.

## CONCLUSIONES

MTV recibe el video de la canción *Smells like teen spirit* de un grupo de rock vecindario en la ciudad de Seattle llamado Nirvana y lo empieza a programar después de la media noche al considerar que su propuesta no amerita ser exhibida en los mejores horarios de dicho canal de televisión. Sin embargo, la canción —de corte punk— se convierte en un enorme hit en la radio estadounidense ya que encontró buena recepción entre los jóvenes estadounidenses que en ese entonces padecían las consecuencias de una crisis económica en la época del gobierno del presidente George Bush padre. *Smells like teen spirit* era un himno político-anticomercial que no tenía ni un sola línea que hablara de política.

El impacto fue tal que la disquera Geffen carecía del suficiente número de copias del disco de Nirvana para enfrentar la demanda. MTV tuvo que incluir *Smells like teen spirit* en todos sus horarios y finalmente el 11 de enero de 1992 el grupo de Seattle conquistó el primer lugar de ventas en Estados Unidos, algo inusitado para un grupo considerado de punk.

Nirvana se convirtió en un fenómeno mediático y abrió la puerta para la explosión del *grunge*, una corriente musical contestataria de la ciudad de Seattle, ciudad a la que todas las disqueras voltearon en busca de otras bandas con las mismas características que la que era liderada por Kurt Cobain. Así llegaron a la escena o se promocionó mejor, dependiendo el caso, a grupos como Soundgarden, Alice in Chains o Pearl Jam.

El éxito de Nirvana en Estados Unidos obligó a su exportación a todo el mundo. De entrada podría pensarse que los obstáculos primordiales para la entrada de Nirvana a países emergentes como México serían los móviles de su mensaje y la barrera que representaba el idioma inglés para un gran número de personas.

Aun así, según Universal, los discos de Nirvana, tales como *Bleach*, *Nevermind*, *Mosquitoe Insecticida* y *Unplugged in New York*, tuvieron una muy buena recepción entre el público mexicano y la fuerza del grupo —desaparecido tras la muerte de su vocalista, Kurt Cobain— sigue vigente como pudo observarse con el exitoso *Nirvana*, álbum compilatorio del grupo de

Seattle que apareció en 2002 y que contenía canciones remasterizadas y un sencillo inédito: *You know you're right*.

Raúl David Vázquez, programador de Radioactivo, estación juvenil de la ciudad de México, señaló que Nirvana tiene gran aceptación entre su auditorio y que el gusto por ese grupo existe en México desde antes del fallecimiento de Kurt Cobain, aunque comercialmente ese hecho ayudó para que trascendiera diferentes grupos generacionales.

Iñaki Manero, gerente de Mix FM, dijo por su parte que Nirvana no tardará en incorporarse a la programación de las estaciones de radio que se dedican a tocar música para una audiencia con una edad entre 30 y 40 años que es el segmento conocido como de *adulto contemporáneo*.

La inclusión de Nirvana en estaciones de ese corte ampliaría en abanico de su audiencia, con lo cual se convertiría en un factor de nostalgia para un amplio grupo de personas, situación que abriría el camino para que el grupo de Seattle tuviera una trascendencia en el tiempo y en el espacio similar a algunos otros fenómenos de la música popular internacional. El proceso sería similar al de grupos como los Beatles, utilizando el ejemplo de ese grupo como el estándar más alto y sin la intención de equiparar en popularidad a la banda inglesa --ni a nivel mundial ni en México-- con la norteamericana en la que hemos concentrado nuestro trabajo.

De acuerdo con esa información, se puede sostener que Nirvana tiene en México una fuerte base de seguidores con edades de entre 15 y 35 años principalmente, pero con la susceptibilidad de seguir creciendo hacia escuchas más jóvenes, influenciados por familiares y medios de comunicación. También podemos señalar que esa base de fanáticos tiene como característica principal que se aglutina en ciudades y que en su mayoría debe ser de clase media o alta.

¿Qué factores propiciaron este panorama y facilitaron la evasión de obstáculos culturales o idiomáticos?

Primero, sostenemos que la obra de este grupo de rock alternativo angloparlante nacido en el noroeste de Estados Unidos, guarda coincidencias con cualquier expresión artística. Con esto queremos decir que la obra de Nirvana es ambigua, produce multiinterpretaciones y su objetivo primario es



el goce de un receptor que a su vez encuentra en ella espíritu, éxtasis, pasión, sentimientos enfrentados, vanguardismo y trascendencia histórica.

Por ello no dudamos en afirmar que se trata de un producto artístico que debido a sus características de *apertura* no reconoce limitantes geográficas, lingüísticas, espaciales e incluso temporales. Su intención es poner en crisis al modelo comunicativo tradicional ya que no se manifiestan significados, sino claves.

Afirmamos también que no hay un "ojo artístico natural" que pueda establecer cánones de belleza ya que cada persona tiene la libertad de catalogar una obra musical de acuerdo a las representaciones que ésta le produzca. De esta manera, con base en su bagaje cultural, sus experiencias e incluso sus características físicas podrá determinar si le gusta una obra y qué tanto.

Además, los jóvenes atraídos por Nirvana no únicamente vieron en ese grupo un factor de placer, sino también un canal para identificarse con gente de su propia generación y gustos. Fue un factor para que muchos jóvenes mexicanos se integraran y al mismo tiempo se diferenciaron de otros grupos de edades, gustos y motivaciones distintas.

Hay que tomar en cuenta que la música es parte de un ritual que solidariza a grupos; que al ser uno de esos grupos lo bastante homogéneo se puede lograr que la corriente musical sea restrictiva. Con esa ayuda, es fácil comprender porque muchos chicos se acercaron a Nirvana para "vivir su tiempo" sin importar que tuvieran que enfrentar una limitante de idioma.

No obstante todo lo anterior, hay que subrayar que la focalización del impacto de Nirvana en grupos urbanos de clases medias y altas, limita en buena manera la propagación de sus inquietudes estéticas y comerciales tanto del grupo como de la casa disquera que los promocionó.

El gusto por Nirvana también refleja la intención de algunos grupos sociales mexicanos de comprenderse a sí mismos como parte de una cultura global y no solamente nacional. Ellos quieren estar cerca de los principales polos de generación de productos culturales y de entretenimiento, con el entendido de que su entorno podría llegar a convertirse en el sitio de donde emane una importante corriente artística o de entretenimiento en un futuro.



Paradójicamente, el anhelo de esos grupos, sobre todo en su juventud, comparte el país con un gran número de personas que viven en una pobreza, en muchos casos extrema, y ello es uno más de los contrastes de los países emergentes en la era del neoliberalismo comandado por los grandes conglomerados de producción.

Uno de los objetivos de este trabajo era analizar que tanto era el inglés una barrera para la propagación de Nirvana en México. Si tomamos en cuenta el panorama de los grupos de personas atentos a manifestaciones como el grunge, podemos señalar por una parte que el idioma extranjero no se convierte en un obstáculo, sino quizá en el acicate para que los adolescentes mexicanos empiecen o perfeccionen el uso de él en un afán por sentirse cercanos a sus equivalentes en ciudades como Nueva York, Los Ángeles, Londres, Madrid, Berlín, Barcelona, Manchester, Seattle, Buenos Aires, Dublín, Sao Paulo, Bangkok, Sydney, San Francisco, Filadelfia, Lisboa, París, Roma, etcétera.

Así, también se va configurando una perfil de consumo cultural que puede empezar por la radio, los discos o las películas, para trasladarse a las publicaciones especializadas, la TV de paga, las páginas más sofisticadas de Internet, los instrumentos de comunicación en la red que incluyen chat rooms, foros o weblogs y la utilización de nuevas tecnologías, todo ello limitado por el poder adquisitivo de cada quien.

Ahí está latente el problema de la brecha digital en países como México. Obviamente no queremos decir que aquellos que escuchan a grupos como Nirvana necesariamente se van haciendo hábitos que los acercan a la tecnología y a la globalización cultural, sino más bien que el uso del idioma inglés, mismo que a veces puede ser franqueado por el gusto de grupos como Nirvana, es uno de los rasgos importantes de la apertura de dicha brecha digital, la cual obviamente es más bien determinada por factores económicos.

El hallazgo de fenómenos como Nirvana alienta a los grandes conglomerados a vender. Ello los electrifica y su producción se incrementa. Primero se producen discos, con ello también se tiene material para los contenidos de revistas, portales de Internet, videos, programas de televisión en canales abiertos o de paga. Ello retribuye en más ventas de discos, boletos de conciertos, libros, calendarios y demás parafernalia. De manera paralela, también se vende la imagen de un grupo (Nirvana), de un héroe (Kurt Cobain) y de un movimiento roquero (el grunge).

Aun así, el idioma puede seguir erigiéndose como un obstáculo, pero si el producto musical es lo suficientemente bueno estéticamente y comercialmente, habrá menos barreras que sortear en un contexto de fenómenos mayores, tales como son la transculturación México-Estados Unidos y el lanzamiento sin limitantes de la globalización económica tras el fracaso del socialismo científico en la Unión Soviética y el este de Europa.

Como parte de los factores adyacentes a la obra de Nirvana está la acción de los medios de comunicación que hacen que una obra artística pase a ser etiquetada como *presunta obra artística* ya que se le cataloga más bien como un *producto comercial* como cualquier otro.

Sin embargo, mantenemos nuestra afirmación de que en este caso la obra de Nirvana es artística y comparte las características de cualquier repertorio de música culta. La forma y el fondo varían pero la finalidad es la misma: la producción del deleite y la transmisión de una idea innovadora y fuera de serie.

Aquí es donde entran los medios de comunicación —la industria del ocio, como la llegamos a llamar en este trabajo— cuya función es difundir conocimientos, entretener y formar. Pero como su meta es también producir riqueza, se convierten, como mencionamos antes, en factores adyacentes de la obra artística.

En la obra de Nirvana no sólo se distinguen ritmo, melodía y voz, sino también una estrategia de difusión y ventas que paradójicamente también *comunica*. Así, uno no sólo se hace representaciones sobre una canción de Nirvana en el que el ritmo es áspero, la interpretación vocal es intensa y la letra habla de insatisfacción y amargura por el mundo materialista. También hace representaciones de la estrategia de medios de la disquera de Nirvana, el dinero que producen las ventas de los álbumes del grupo y el comportamiento de sus integrantes durante la promoción.

Aquí en México, Nirvana fue *vendido* como un producto alternativo, como un pasaporte que proporcionaba consenso sobre el capitalismo inmisericorde. Sin embargo, las contradicciones eran inevitables. Nirvana y Kurt Cobain lucían libres y desinteresados, pero al mismo tiempo eran respaldados por la poderosa industria del disco; su producto supuestamente era para movilizar,

pero más bien fue un divertimento; era artístico, pero los expertos lo descalificaban.

De ahí que un rock-star que canta contra el sistema, el comercialismo y los valores de clase, invariablemente se contradice al ganar muchos millones de dólares, hospedarse en hoteles de cinco estrellas y volverse un nuevo rico entregado al materialismo.

Las instituciones comunicativas son las encargadas de mediar entre la realidad social y la experiencia personal. Cuando difunde el mensaje de Nirvana, éste comunica más de lo que planeaba Cobain cuando se sentaba a escribir sus canciones.

Pero si bien los medios tienen una estrategia de difusión cimentada en la mercadotecnia, la ambigüedad artística no desaparece, sino se acrecienta. Su handicap es la estandarización, de ahí la rapidez en el surgimiento y fallecimiento de movimientos musicales alternativos.

También podemos señalar que en el caso del producto de Nirvana, la fuente no sólo es el grupo, sino toda una organización, de la que ellos forman parte y que fomenta la creación de la cultura de masas. El objetivo fue la eficacia comercial donde audiencia es igual a mercado.

De ahí la gran gama de productos musicales (géneros) que van desde la llamada música clásica hasta la música popular. Esto es en todo el mundo porque se busca el mayor número de compradores posibles. Es por ello que los medios reemplazan rituales y simbolismos de comunidades reales, ofreciendo temas de conversación y personajes prestos a la identificación, quienes además son objeto de culto y chisme.

La gente de la industria llega entonces a parecer ingeniosa y maquiavélica. Las letras de las canciones pasan a un segundo plano y la intensidad musical se vuelve catalizador para entender a Nirvana como áspero o suave, conceptos que muchas veces sirven de referencia para catalogar la competitividad. Algo más importante que las letras para conceptualizar a una agrupación musical es la opinión de los expertos, quienes por su experiencia y su información de primera mano, determinan la valía marginal del producto. El impulso de la mayoría de los comentaristas tradicionales del rock "alternativo", llevó a muchos jóvenes de México a ver a Nirvana como un catalizador para desarrollarse y estar más cerca de su contraparte en países desarrollados.

Aún así, la difusión de Nirvana no sólo se puede ver como imposición, sino como la adaptación del mensaje en la articulación de necesidades de quienes tienen un pasado cultural definido. Así segmentos de audiencia, según sus particularidades formativas, adaptan a Nirvana a su entorno, mientras otros no lo consiguen o ni siquiera lo intentan

Pero junto a su concepción de que el signo de calidad son las ventas, los medios también sirven como vehículo de control para los grupos de poder ya sean regionales, nacionales o internacionales. Por esto incluso se dice que la industria cultural de Estados Unidos es más fuerte que su Ejército.

Frente a esto, concluimos que lo artístico funciona mientras la comunicación de los medios no contamine al contenido. Cuando ello ocurre en el caso de lo alternativo, el producto cumple su fecha de caducidad. Aún así, queda la nostalgia, la que también puede explotarse comercialmente.

¿Cuál es la magia entonces de la obra de arte como medio de comunicación? La respuesta podría ser que nos permite liberarnos del propio mundo que el hombre ha creado en su devenir histórico y que nos amenaza a reducirnos a ser sólo un instrumento de él mismo.

Luchamos por no ser esos instrumentos y buscamos algo que nos libere sobre todo en expresiones de arte popular y culto, pero quizá hemos fracasado y esa derrota fue causada paradójicamente por los medios de comunicación masiva.

## BIBLIOGRAFIA

- AGUSTIN, J. (1983): "Tragicomedia mexicana 2", México D.F., Ed. Planeta.
- ALBARRAN, J.C. (1994): "La sociedad de los rockeros muertos"; "El Búho", suplemento dominical de cultura del diario Excélsior.
- ALLEN, J (2002): "Smells like teen spirit", Sección de Arts & Entertainment de la revista electrónica Salon ([www.salon.com](http://www.salon.com)).
- AYER, A. (1965): "Lenguaje, verdad y lógica", EUDEBA, Buenos Aires, (págs. 138-140, en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM
- BAUMAN, Z. (1972): "A note on mass culture: on infrastructure", en D. McQuail (Comp.) "Sociology of Mass Communication"; Ed. Harmondsworth Penguin; a su vez en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós.
- BERGER P. (1961a): "The noise of solemn assemblies", Ed. Doubleday, Garden City; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.
- BERGER P. (1961ab): "The precarious vision", Ed. Doubleday, Garden City; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.
- BERGER P. (1963): "Invitation to Sociology", Ed. Doubleday, Garden City; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1964): "Social mobility and personal identity" (con Thomas Luckman), *European Journal of Sociology*, 15 p.p., 331 y siguientes; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1965): "Reification and the sociological consciousness" (con Stanley Pullberg), *History and Theory* No. 4; pags.198 y siguientes; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1966): "The social construction of reality", Ed. Doubleday, Garden City; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1967): "The sacred canopy", Ed. Doubleday, Garden City; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1972): "Sociology: a biographical approach" (con Briggitt Berger), Ed. Basic Books, Nueva York; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1974): "Pyramids of sacrifice", Ed. Doubleday, Garden City; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1977a): "Facing up to modernity", Ed. Basic Books, Nueva York; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis

cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1977b): “Secular theology and the rejection of the supernatural and sacred” (con Hansfried Kellner), Ed. Vintage, Nueva York; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1979): “Religion and american future” en S. Lipset (comp) *The third century*, Ed. University of Chicago Press, Chicago, pags 65-77; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BERGER P. (1981): “Sociology reinterpreted” (con Hansfried Kellner), Ed. Doubleday, Garden City; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

BRECHT, B. (1970): “Escritos sobre el teatro”, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, pags.149-155, en A. Sánchez Vázquez (Comp.) “Textos de Estética y Teoría del Arte”, México D.F., Ed. UNAM.

BRUNNER, J.J. (1991): “Las ciencias sociales y el tema de la cultura: notas para una agenda de investigación”, pags. 39-62; en N. García Canclini (comp.) “Cultura y Pospolítica”, México D.F., Ed. Conaculta.

BÜRGER, P. (1984): “Theory of the avant garde”, Ed. University of Minnesota, Minneapolis; en P. Vila, “El rock nacional, género musical y construcción de la identidad juvenil en Argentina”; a su vez en N. García Canclini (comp.) “Cultura y Pospolítica”, México D.F., Ed. Conaculta.

CAREY, J. (1975): “A cultural approach to communication”, *Communication Magazine* No. 2, pags. 1-22; en D. McQuail “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, México D.F., Ed. Paidós.



CARVALHO, J. (1991): "Las dos caras de la tradición: lo clásico y lo popular en la modernidad latinoamericana", pags. 125-166; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

CASTILLO, H.; ZERMEÑO, S.; ZICCARDI, A. (1991): "Juventud popular y bandas en la ciudad de México", pags. 273-294; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

CAVALCANTI, C. (1994): "Rastafari", pags. 122-132; en C. Chimal (Comp.) "Crines, otras lecturas de rock", México D.F., Ed. Era.

CHIMAL, C. (1993): "Crines. Otras lecturas de rock" (compilación); Ed. Era, México D.F.

CLARK, T.E. (1979): "Communication and Social Influence", Chicago University Press, Chicago; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós.

CROCE, B. (1962): "Estética como ciencia de la expresión y lingüística general", parte teórica (capítulo II), Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, p.p. pags.97-106, en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

DE CURTIS, A. (1994): "Kurt Cobain 1967-1994", en Rolling Stone Magazine No. 683.

DEFLEUR, M.L. (1970): "Theories of mass communication", (2a edición), Ed. David McKay, Nueva York; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Ed. Paidós.

DEWEY, John (1949): "El arte como experiencia", trad. Samuel Ramos; Ed. Fondo de Cultura Económica, México D.F, pags 278-283; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

DORFLESS, G. (1959): "Entropía e razionalità dil linguaggio letterario" y "Il divenire delle arti", en "Aut Aut" No. 18, Turín; en U. Eco "Obra Abierta", Ed. Planeta-Agostini.



DOUGLAS M. (1963): "The lele of Ksai", Oxford University Press, Oxford; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

DOUGLAS M. (1970): "Natural symbols: explorations in cosmology", Ed. Pantheon Books, Nueva York; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

DOUGLAS M. (1978a): "Implicit meanings: essays in anthropology", Ed. Routledge & Kegan Paul, Londres; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

DOUGLAS M. (1978b): "Cultural bias", artículo circunstancial No. 35, Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland, Londres; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

DOUGLAS M. (1982a): "In the active voice", Ed. Routledge & Kegan Paul, Londres; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

DOUGLAS M. (1982b): "The effects of modernization on religious change", Daedalus (No. de invierno), pags 1-19; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

DOUGLAS M. e ISHERWOOD B. (1979): "The world of goods; towards and anthropology of consumption", Ed. Allen Lane, Londres; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter

L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

DOUGLAS M. y WILDAVSKI, A.(1982): “Risk and culture: and enssay on the selection of technological and enviromental dangers”, Ed. University of California Press, Berckley; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

ECO, U (1992): "Obra abierta", trad. Roser Berdagué, México D.F., Ed. Planeta-Agostini.

ELLIOT, P. (1972): “The making of television series –a case study in the production of culture”, Ed. Constable, Londres; en D. McQuail “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, México D.F., Ed. Paidós.

FELD, S. (1984): “Communication, music and speech about music”, Year book for Traditional Music; en P. Vila, “El rock nacional, género musical y construcción de la identidad juvenil en Argentina”; a su vez en N. García Canclini (comp.) “Cultura y Pospolítica”, México D.F., Ed. Conaculta.

FOUCAULT, M. (1970): “The order of things: an archeology of the human sciences”, Ed. Random House, Nueva York; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

FOUCAULT, M. (1972): “The archeology of knoledge”, Ed. Random House, Nueva York; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

FREUD, N. (1969): “Introducción a la filosofía”, Ed. UNAM, México D.F., pags. 81-85; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) “Textos de Estética y Teoría del Arte”, México D.F., Ed. UNAM.

FRITH, S. (1984): “Sounds effect”, Ed. Pantheon Books, Nueva York, pag 53; en P. Vila, “El rock nacional, género musical y construcción de la identidad

juvenil en Argentina”; a su vez en N. García Canclini (comp.) “Cultura y Pospolítica”, México D.F., Ed. Conaculta.

GAINES, D. (1994): “Suicidal tendencies, Kurt not die for you” en Rolling Stone Magazine No. 683.

GARCIA CANCLINI, N. (1991): “Los estudios culturales de los ochenta a los noventa: perspectivas antropológicas y sociológicas”, pags 17-38; en N. García Canclini (comp.) “Cultura y Pospolítica”, México D.F., Ed. Conaculta.

HABERMAS, J (1970a): “On systematically distorted communication”, Inquiry 13, pags 205-218; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HABERMAS, J (1970b): “Toward a theory of communicative competence”, Inquiry 13 pags 360-375; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HABERMAS, J (1970c): “Toward a rational society student, protest, science and politics”, Ed. Beacon, Boston; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HABERMAS, J (1971): “Knowledge and human interests”, Ed. Beacon, Boston; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HABERMAS, J (1977): “Hanna Arendt’s Communications”, Social Research No. 44, pags 3-24; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., “Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas” (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HABERMAS, J (1979): "Communication and the evolution of society", Ed. Beacon, Boston; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HABERMAS, J (1980): "The hermeneutic claim to the university", en J. Blaicher (comp.) "Contemporary hermeneutics: hermeneutics as method, phillosophy and critique", Ed. Routledge & Kegan Paul, Londres; a su vez en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HABERMAS, J (1983): "The theory of communication action", 2 Vols.", Ed. Beacon, Boston; en Wuthnow R, Hunter J.D., Bergensen A. y Kurzweill E., "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas" (trad. Jorge Plutigorsky), Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

HALMOS, P. (1969): "The sociology of mas media communication", en la Sociological Review Monographs No. 13, Universidad de Keele; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós.

HARTMANN, N. (1961): "Introducción a la filosofía", Ed. UNAM, México D.F., pags. 189-204; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

"Heavy Rock" (1994 No. 17): "Monstruos del Rock"; Editor y redactor en jefe Mariscal Romero, Madrid, MC Ediciones.

"Heavy Rock" (1994 No. 19): "Monstruos del Rock"; Editor y redactor en jefe Mariscal Romero, Madrid, MC Ediciones.

HEDINSSON, E. (1981): "Television, family and society –The social origins and effects of adolescent TV use", Ed. Almquist and Wikesel, Estocolmo; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós.

HEGEL, G.W.F. (1946): "De lo bello y sus formas (Estética)", Col. Austral, Ed. Espasa-Calpe, Buenos Aires, pags. 33-45; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

HORTON, D Y WHOL R.R. (1956): "Mass communication and parasocial interaction", Psychiatry No. 19; pags 215-219; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós.

JAMESON, F. (1984): "Postmodernism, or the logic of late capitalism", revista New Left Review No. 146, pag 79; en G. Yudice "Posmodernidad y capitalismo transnacional en América Latina"; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

KAINZ, F. (1952): "Estética", trad. Wenceslao Roces, Fondo de Cultura Económica, México D.F, pags.56-59 y 72-75; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

KANT, I (1914): "Crítica del juicio", trad. Manuel García Morente, Ed. Vicente Jorro, Madrid, pags 102-106 y 230-237; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

KATZ, E. Y LAZARSELD, P.F. (1995): "Personal influence", Ed. Free Press, Glencoe, Ill; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México D.F., Ed. Paidós.

KERMODE, F. (1988): "Formas de atención", Trad. Claudia Ferrari, Ed. Gedisa, Barcelona.

"La Mosca en la pared" (1994): "El grunge ha muerto. La triste historia del rock alternativo"; Director Hugo García Michel, Ed. Tukán, México D.F.

LEÑERO, C. (1994): "Para una breve poética del rock", pags. 144-154; en C. Chimal (Comp.) "Crines, otras lecturas de rock", México D.F., Ed. Era.

LEVI-STRAUSS, C. (1968): "Arte, lenguaje, etología", Col. Mínima, Ed. Siglo XXI, México D.F., pags 189-204; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

LIHN (1980): "El arte de la palabra", Ed. Pomaire, Barcelona; en G Yudice "Posmodernidad y capitalismo transnacional en América Latina"; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

LIPOVETSKY, G. (1999): "El imperio de lo efímero", Barcelona, Ed. Anagrama.

LUCKACS, G. (1966): "Arte y verdad objetiva", en Problemas de Realismo, trad. Carlos Gerhard, Fondo de Cultura Económica, México D.F., pags. 20-29; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

LUHMAN, N. (1981): "Teoría de la sociedad", trad. Miguel Romero Pérez y Carlos Villalobos, Guadalajara, Ed. U. de G/ UIA/ITESO.

McQUAIL, D (1993): "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", Trad. Antonio J. Desmots; México D.F., Ed. Paidós.

MEYER, L. (1957): "Meaning in music and information theory", en Journal of Aesthetic and art criticism"; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed. Planeta-Agostini.

MONSIVAIS, C. (1991): "Literatura latinoamericana e industria cultural", pags 187-210; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

MORGENTHAU, H. (1986). "Política entre las naciones. La lucha por el poder y la paz", trad. Herber W. Aguilera, Buenos Aires, Ed. Grupo Editor Latinoamericano.

MORLEAU-PONTY (1945): "Phenomenologie de la perception", Ed. Gallimard, París, pags. 381-383; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed. Planeta-Agostini.

MURDOCK, G. Y PHELPS, G. (1973): "Mass media and secondary school", Ed. Constable, Londres; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México, D.F., México D.F., Ed. Paidós.

MUNDY C. (1994): "The lost boy", en Rolling Stone Magazine No. 683.

NOBLE, G. (1975): "Children in front of the small screen", Ed. Constable, Londres; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México, D.F., Ed. Paidós.

PAREYSON, L. (1954): "Estetica-Teoria della formativa", Turín; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed. Planeta-Agostini.

PARAIRE, P. (1992): "50 años de música rock", trad. Annie Gondal, p.p. 258 Madrid, Ed del Prado.

PARSONS, T. (1951): "The social system", Nueva York, Ed. Free Press.

PAZ, O. (1959): "El laberinto de la soledad", México D.F., Ed. Fondo de Cultura Económica.

PICASSO, P. (1923): "Declaraciones a Marius Zayas", aparecidas en la revista The Arts; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

"Popular 1, Rock'n roll magazine" (1994), Año 22, No. 264; Barcelona.

RAMIREZ X. y NIVON M. (1991): "El estudio de la cultura de masas en México", pags 95-104; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

"Rolling Stone Magazine" (Jun. 2, 1994 No. 683); "Kurt Cobain 1967-1994"; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York.

"Rolling Stone Magazine" (Nov. 17, 1994 No. 695); "Generation Next"; Editor y redactor en jefe John S Wenner, Nueva York.

RYAN, J. y PETERSON, R.A. (1982): "The product image: the fate of creativity in country music song writing"; en J.S. Ettema y D.C. Whitney (comps) "Individuals in Mass Media Organizations", Ed. Sage Publications, Londres y Beverly Hills, a su vez en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México, D.F., Ed. Paidós.

SANCHEZ VAZQUEZ A. (1987); "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. Coordinación de Humanidades, Dir. Gral. de Publicaciones UNAM.



SCHILLER, F. (1943): "La educación estética del hombre", Col. Austral, Ed. Espasa-Calpe, Buenos Aires, pags. 86-88 y 102-107; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

SCHILLER H. (1969): "Mass communication and american empire", Ed. August M. Kelly, Nueva York; en D. McQuail "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas", México, D.F., Ed. Paidós.

SCHLOEZER, B. (1961): "Introducción a Juan Sebastián Bach, Ensayo de la Estética musical", EUDEBA, Buenos Aires, pags. 16-20, 24-26, 28-29, 160-161, 173-177; en A. Sánchez Vázquez (Comp.) "Textos de Estética y Teoría del Arte", México D.F., Ed. UNAM.

SCHWARZ R. (1980): "Nacional por sustracción", Revista Punto de Vista No. 28; en G. Yudice "Posmodernidad y capitalismo transnacional en América Latina"; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

SHANNON R. y WEAVER W. (1949): "The mathematical theory of communication", University Press, Illinois; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed. Planeta-Agostini.

SOLER J. (1994): "Me das dos Brian Epstein envueltos para regalo, por favor", pags. 39-49; en C. Chimal (comp.) "Crines, otras lecturas de rock", México D.F., Ed. Era.

VARIOS (1988): "II foro Internacional de Comunicación", México D.F., Ed. Sociedad Cooperativa Publicaciones Mexicanas.

VILA P. (1991): "El rock nacional, género msical y construcción de la identidad juvenil en Argentina", pags 231-272; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

VILLORO, J. (1975): "La rebelión ganadalla", pags. 28-38; en C. Chimal (comp.) "Crines, otras lecturas de rock", México D.F., Ed. Era.

VILLORO, J. (1975): "Desde tu propio pasado", pags. 234-244; en C. Chimal (comp.) "Crines, otras lecturas de rock", México D.F., Ed. Era.



WIENER, N. (1950): "The human use of human beings", Boston; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini.

WEAVER W. (1956): "La matematica dell'informazione", en el vol. Controllo Automatico; Ed. Martello, Milán; en U. Eco "Obra Abierta", México D.F., Ed Planeta-Agostini.

WUTHNOW R, HUNTER J.D., BERGENSEN A. Y KURZWEILL E. (1988): "Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas", trad. Jorge Plutigorsky, Col Paidós/Studio Básica, Buenos Aires, 1988, Ed. Paidós.

YUDICE G. (1991): "Posmodernidad y capitalismo transnacional e América Latina", pags 63-94; en N. García Canclini (comp.) "Cultura y Pospolítica", México D.F., Ed. Conaculta.

## ÍNDICE

Introducción	6
I La Ilusión de lo Bello	
a) Multiinterpretaciones del arte	11
b) Ambigüedad artística	14
c) La crítica del arte	17
d) Arte y comunicación	20
II La Ambigüedad Musical	
a) Música y apertura	30
b) Comunicación e información en la música	32
c) Mediación a través de la música	37
d) Estructura social y su relación con la música	39
III La Masificación de la música	
a) El sistema comunicativo	46
b) La influencia del poder	48
c) Fenómenos de integración y fragmentación	52
d) Integración internacional	59
IV El Caso grunge	
a) La escena popular de los 80	62
b) El grunge	71
c) Las implicaciones del grunge	82
d) El caso de Kurt Cobain y Nirvana	88
V El impacto de Nirvana en México	
a) Contraste de éxitos de los 80 con las canciones de Nirvana	101
b) La audiencia de Nirvana en México	133
c) El impacto de Nirvana en México	138
d) El papel de los medios	144
e) Su estudio comunicativo	151

Conclusiones	156
Bibliografía	163
Índice	176